



HAL
open science

Souk d'aujourd'hui et bazar oriental. Le Khân al-Khalîlî du Caire

Anna Madoeuf

► **To cite this version:**

Anna Madoeuf. Souk d'aujourd'hui et bazar oriental. Le Khân al-Khalîlî du Caire. Géographie et cultures, 2011, Commerce et culture : analyse géographique (77), pp.77-96. halshs-01016667

HAL Id: halshs-01016667

<https://shs.hal.science/halshs-01016667>

Submitted on 30 Jun 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Géographie et Cultures n° 77, Commerce et culture : analyse géographique, dir. N. Lemarchand, Paris, L'Harmattan, p. 77-96, 2011.

Anna Madoeuf
Université François-Rabelais de Tours
UMR CITERES équipe EMAM

**Souk d'aujourd'hui et bazar oriental :
 le Khân al-Khalîlî au Caire**

Résumé

Situé au cœur de la ville historique du Caire, proche des grandes mosquées al-Husayn et al-Azhar, au contact du quartier populaire de Gamâliyya, le Khân al-Khalîlî, bien que transformé considérablement, notamment aux XIX^e et XX^e siècles, est considéré comme le plus ancien souk du Caire. Il est aussi un lieu symbole de la vieille ville, médiatisé par une œuvre éponyme du romancier Naguib Mahfouz. La visite du Khân al-Khalîlî, présenté comme un archétype du souk oriental, est incontournable du parcours des voyageurs au Caire, il est ainsi devenu un espace emblématique de l'avènement du tourisme de masse en Egypte, et c'est à ce titre qu'il a été la cible de deux attentats terroristes meurtriers, en 2005 et en 2009. Sur la base d'une trame composite d'environ un millier de locaux sur rue, essentiellement consacrés à la vente, le Khân al-Khalîlî est un espace commercial très dense où dominant l'orfèvrerie et la bijouterie, activités anciennement présentes, lesquelles connaissent aujourd'hui un renouvellement et une expansion, de même que les récents « bazars », échoppes dévolues à la vente d'une gamme diversifiée de produits destinés à la clientèle touristique. À la croisée géographique de quartiers spécialisés dans des activités de production et de vente diverses (textile, cuivre, aluminium, marqueterie, etc.), le Khân al-Khalîlî est aussi une illustration et une vitrine des tendances de l'évolution des quartiers anciens centraux du Caire, de la concurrence et de la dynamique des activités économiques et de leurs multiples traductions dans les métamorphoses du paysage urbain. Enfin, le Khân al-Khalîlî fait figure de référence et est devenu une icône, le toponyme étant réutilisé pour qualifier nombre de boutiques ou d'espaces commerciaux contemporains, ailleurs au Caire et en Egypte.

Abstract

The Khân al-Khalîlî is located in the heart of the historic city of Cairo near the great mosques of al-Hussein and al-Azhar, and adjacent to the working-class district of Gamaliyya. Though it changed extensively in the 19th and 20th centuries, it is considered the oldest market in Cairo and a symbolic place of the old city that widely became known through the eponymous novel by Naguib Mahfouz. A tour of the market, presented as an archetype of an oriental market, is a main attraction for tourists in Cairo. It has become a site emblematic of the future of mass tourism in Egypt, and it was, as a result, the target of two terrorist attacks, one in 2005 and one in 2009. Composed of a thousand shops facing the street mostly dedicated to sales, the Khân al-Khalîlî is a dense commercial area where goldsmiths and jewelers dominate. Activities that were formerly present are today increasing, as are new bazaars with stalls filled with diverse products for tourists. At the geographic crossroads of districts specializing in various types of production and sales (textile, copper, aluminum, marquetry, etc.), the Khân al-Khalîlî is also an illustration and a showcase of the trends and evolution of the old central districts of Cairo, of competition and the dynamics of economic activities, and their numerous translations in the metamorphosis of the urban landscape. Lastly, the Khân al-Khalîlî has become a model and a sort of "label", the toponym being used to describe a number of shops or modern shopping centers, elsewhere in Cairo or in Egypt.

Souk d'aujourd'hui et bazar oriental :

le Khân al-Khalîlî au Caire

Situé au cœur de la ville ancienne du Caire, proche des grandes mosquées al-Husayn et al-Azhar, le quartier doit son nom à l'émir Gahârkas al-Khalîlî, qui y fit construire, à la fin du XIV^e siècle, un grand *khân* (caravansérail). Depuis cette fondation, dont il ne reste rien aujourd'hui, le commerce n'a jamais cessé dans ce secteur remanié maintes fois et où s'implantèrent de nombreuses *wakâlas* (caravansérails, souvent de dimensions considérables). Nous laisserons au géographe Marcel Clerget le soin d'en présenter la structure :

« Le Khan Al Khalili a beaucoup changé depuis un siècle et s'est largement agrandi. Aussi a-t-on beaucoup de difficultés à reconstituer le bâtiment primitif, même en s'aidant du plan de 1798. Il semble qu'il y eut, durant les premiers siècles, cinq édifices de forme quadrangulaire, avec un patio et deux galeries à péristyle superposées : au nord-est, le Khan du henné, au sud-est, le Khan des tapis, au sud-ouest le Khan du café, au nord-ouest le Khan de cuivre, à l'ouest, le Khan du sabil. Celui du café et celui du cuivre ont dû être les premiers. Seuls subsistent encore le Khan du cuivre et le Khan du sabil. Les trois autres furent détruits sous Saïd pacha. » (Clerget, 1934, p. 316).

Depuis, d'autres transformations ont été effectuées, la plus importante étant une opération immobilière réalisée à la fin des années 1930 : la partie orientale du Khân al-Khalîlî, soit presque un quart de sa superficie totale, est occupée par l'ensemble des 24 immeubles dits « Chawikar » (du nom de la princesse qui initia le projet) lesquels regroupent aujourd'hui environ 110 locaux commerciaux en rez-de-chaussée. C'est également dans ce même quartier, sur la bordure opposée, que se situe le secteur d'al-Sâgha, où, depuis la fin du XII^e siècle, on a toujours travaillé les métaux précieux. Au fil du temps, les orfèvres et les bijoutiers ont côtoyé là des changeurs, des vendeurs de fruits secs, ou encore des libraires, Ces deux exemples illustrent comment en un même lieu, se combinent l'ancien et le nouveau ; le quartier, tel qu'il apparaît aujourd'hui est la résultante composite d'éléments contrastés intégrés ou fondus dans un paysage urbain dense et étonnamment homogène. Le « souk le plus ancien du Caire », tel que désigné communément, ne compte pourtant que peu d'éléments architecturaux anciens, et ceux-ci apparaissent sous la forme de traces et vestiges ponctuels et épars (monuments, portes, façades de *wakâlas*, etc.), il est par ailleurs situé dans un secteur qui a connu de profonds remaniements au cours des XIX^e et XX^e siècles. Enfin, il est aussi emblématique des quartiers anciens du Caire et a fourni le cadre du premier roman

non historique de Naguib Mahfouz, *Khân al-Khalîlî* (1946), une œuvre adaptée au cinéma par Atef Salem en 1966. Enfin, la page *Wikipedia* qui lui est désormais consacrée proclame que le « Khan al-Khalili, le grand souk du Caire, est mondialement connu »¹.

Ce petit quartier de forme rectangulaire, « dédale d'angles droits », selon la formule de Jacques Berque (1974, p. 52), est quadrillé par des passages étroits, exclusivement piétons, où se succèdent de manière continue des boutiques, pour la plupart de dimensions réduites. L'impression d'uniformité est due en grande partie à la multiplicité des échoppes ; leur disposition régulière, leur trame serrée et leurs modestes surfaces font qu'au Khân al-Khalîlî, ce que l'on voit, c'est surtout une multitude d'objets et articles exposés : abondants et chatoyants, disposés avec un art consommé, débordant des boutiques et les liant les unes aux autres, ils font parfois du paysage un simple présentoir.

1 - Un bazar oriental

Les descriptions du Khân al-Khalîlî, ou, plus exactement, de la profusion des marchandises qui y transitaient, abondent ; tous les voyageurs l'ont visité, peu sont restés insensibles à la vue des richesses exposées. Aujourd'hui, plus que jamais, les voyageurs étrangers y viennent, c'est un lieu de passage obligé pour les touristes, dont les parcours dans la vieille ville sont en général limités à ses environs immédiats. Dans les circuits des touristes en groupes passant par Le Caire, quelques heures sont toujours consacrées aux emplettes au Khân al-Khalîlî.

« Depuis Pierre Loti et autres vieilles anglaises en quête de « bédouinothérapie », le tourisme a pourri tout un secteur du noble quartier fatimide. C'est Khan El-Khalili, dont les guides de toutes couleurs vantent « les productions typiquement orientales », « la foule bigarrée » et « les odeurs épicées et entêtantes ». Eh bien non ! les pierres précieuses du Khan sont fausses, archifausses comme ces pièces pharaoniques ou romaines qu'on vous a montrées avec mystère dans les arrière-magasins, ses colliers d'ambre sont en plastique et ceux de lapis-lazuli déteignent sur les robes. Ses parfums sont artificiels et viennent tous, sans exception, de France. Les petits marteleurs de plateaux de cuivre à frises de sphinx ou de chameaux, les fabricants de coffrets à cigarettes soi-disant marquetés de nacre, sont hâves et figurent parmi les travailleurs les plus exploités du pays. Enfin, le Khan empeste l'urine fermentée et l'écorce d'orange pourrie. » (Jean-Pierre Péroncel-Hugoz, « Le Caire : la douceur chaotique », *Géo magazine* 7, 1979, p. 48).

¹ http://fr.wikipedia.org/wiki/Kh%C3%A2n_al-Khalili

Le journaliste ne fait que reprendre, en le traitant selon un mode vindicatif, et de manière caricaturale, un thème déjà ancien : un siècle auparavant, un autre visiteur faisait cette confidence : « Je dois l'avouer cependant, le stock des objets remarquables a été épuisé dans ces dernières années » (J. Charmes, 1880, p. 85). Dès la fin du XIX^e siècle, le discours sur le Khân al-Khalîlî était déjà empreint de regrets.

En incriminant le célèbre bazar, c'est peut-être plus généralement un Orient imaginaire, indissociable de ses souks, que l'on regrette ; cette situation s'exprime souvent par un même constat : les merveilles supposées se révèlent de banals produits. Marcel Clerget (1934, p. 318) assure qu'on n'y trouve plus de « belles pièces d'art arabe », Fernand Leprette (1939, p. 181) surenchérit en affirmant que l'on y vend surtout de la « camelote allemande ou de Tchécoslovaquie ». Notons que les belles pièces évoquées, prisées des étrangers, étaient souvent des éléments (lampes de mosquées, mosaïques, pièces de bois travaillé) récupérés sur des édifices de la ville ancienne démolis dans le cadre d'aménagements réalisés à partir du XIX^e siècle... Tant d'autres merveilles ont disparu, mais c'est souvent en accostant le Khân al-Khalîlî que la désillusion se précise et que le ton se fait aigre... Les avancées de la modernité et la disparition des splendeurs passées vont de pair avec l'avènement du tourisme de masse, et c'est autour du Khân al-Khalîlî et de ses alentours immédiats que se cristallise cette équation. C'est peut-être cette situation qui inspire à l'historien André Raymond (1993, p. 361) ces mots amers sur les activités traditionnelles qui « déclinent ou ne subsistent, dans les environs du Khân al-Khalîlî, que comme une « réserve » pour touristes ». Les souks, comme l'a montré Jean-François Troin à travers ceux du Maroc, sont perçus comme des anachronismes, et l'on se soucie peu de leur réalité économique et des mutations qui y ont cours. Leur perception reste souvent conditionnée à des registres de représentation figés, il y a des réticences à les considérer comme de véritables lieux d'échanges économiques.

Le Khân al-Khalîlî est un espace ambigu dans le sens où il cumule des critères de non identification : il ne serait donc plus « traditionnel », mais n'est pas pour autant « moderne ». Il serait avant tout un lieu touristique, teinté de la connotation péjorative implicite de nombre d'évocations du phénomène touristique qui est censé pervertir et corrompre une authenticité supposée, bien qu'indéfinie. Les activités qui sont liées au tourisme de même que le périmètre affecté sont par conséquent entachés et dévalorisés par cette « dénaturation ». Cette conjonction pare inmanquablement l'évocation du souk d'un soupçon de nostalgie et d'une pointe de mépris. Mais le Khân al-Khalîlî ne peut être décrypté en termes de vrai ou de faux, ni d'authentique versus factice, une quadrature qui ne rend compte que d'un système de

représentations. Notons simplement qu'il est, en tant que souk, symbolique d'un orient mythique, de rêve et de légende, et que cette image est entretenue par les visiteurs et par les gestionnaires des lieux. Le paradoxe est que le Khân al-Khalîlî est singulier et différent des autres souks, mais apparaît dans les représentations comme un modèle, car il est en général le seul fréquenté par les touristes et les Cairotes aisés. De plus, il est souvent l'unique quartier de la ville ancienne exploré par les touristes en groupe. Dans ce contexte, le Khân al-Khalîlî serait-il « factice », au même titre que le *Village pharaonique* du Docteur Ragab² ? Ce qui lui est implicitement reproché, c'est sa réalité, sans mystère aucun. Le Khân al-Khalîlî atteste de la disparition des caravanes d'Éthiopie et du Yémen, de la route de l'encens d'Abyssinie. Le lieu où passaient les marchands de turbans de Médine, de brocarts de Damas, de châles indiens ou de savons d'Alep, est désormais celui où les touristes se pressent tandis que leurs autobus les attendent ; les bazars aux curiosités d'antan sont les boutiques de souvenirs d'aujourd'hui. L'industrie qui fournit ces derniers répond à une demande précise, le touriste souhaitant ramener des objets peu coûteux et considérés comme typiques. Aussi, on y trouve des bijoux « pharaoniques », des flacons à khôl en plastique bigarré, des calendriers sur papyrus, des narguilés ornés de pin-ups, une panoplie d'objets hétéroclites, du tee-shirt au porte-clés, déclinés autour du thème *I love Egypt*, et on peut acheter, au gramme, outre les essences classiques de jasmin, de rose ou de musc, des imitations peu onéreuses de parfums français (*Trésor, Shalimar, Loulou, Chanel n°5*, etc.).

Pour autant, ce lieu n'a pas cessé d'exister et les échanges de s'y produire, sa fonction dans la ville et son rôle par rapport aux quartiers mitoyens se sont renforcés du fait de l'afflux de la clientèle touristique étrangère, tout particulièrement depuis la fin des années 1960³. C'est de fait cette dimension et ce symbole qui ont été visés par les deux attentats terroristes meurtriers perpétrés en ces lieux en avril 2005 et en février 2009.

On ne peut cependant se satisfaire d'une lecture univoque, qui ne saurait expliquer la permanence du lieu, non plus que la polyvalence des activités commerciales et artisanales. D'autre part, au Caire, d'autres espaces relaient ou dupliquent ce souk dans sa fonction de

² Le *Doctor Ragab's Pharaonic Village*, créé en 1984 au Caire à Giza, est une interprétation-reconstitution de village égyptien antique où des personnages déguisés évoluent dans des décors en mimant divers métiers ou scènes.

³ Le nombre de touristes étrangers en Egypte, inférieur à 500 000 au milieu des années 1960, dépasse trois millions dans les années 1990 et se situe à environ 12,5 millions pour 2009. Malgré quelques reflux, la tendance générale a été, au cours des cinq dernières décennies, à une forte augmentation des visiteurs. Actuellement, on estime qu'un dixième des emplois du pays dépendrait de l'industrie touristique.

bazar touristique, comme le quartier en contrebas des Pyramides ou certains lieux du centre-ville, et, à proximité des hôtels, des commerces isolés qui complètent ce dispositif. Pourtant, malgré son ancienneté, sa situation centrale et la densité de ses commerces, le Khân al-Khalîlî n'a fait l'objet que d'une monographie historique (Denoix, Depaule, Tuchscherer, 1999). Les autres sources contemporaines sont fournies par des géographes allemands, dont la somme sur les bazars du Caire de Krause, dressée en 1983-84, et le guide assorti d'une recension cartographiée des boutiques de Ola Seif (1993). Même si, comme le constate Claude Lévi-Strauss (1955, p.164) : « d'un bazar oriental on connaît tout avant de l'avoir visité », nous allons cependant effectuer, au fil de ses commerces, une visite thématique du Khân al-Khalîlî...

2 – Un maelstrom de commerces

Le Khân al-Khalîlî proprement dit est clairement circonscrit par les rues al-Mu'izz à l'ouest, al-Mûskî au sud et par la place al-Husayn à l'est. Au nord, la limite, moins nette, suit le tracé des rues Khân al-Khalîlî, Ga'fâr et al-Sâlahiyya. Afin de tenter de dresser un inventaire significatif des activités commerciales du Khân al-Khalîlî, il nous a semblé nécessaire de ne pas le déconnecter de son environnement et de le placer dans son contexte. Le souk est situé dans un secteur où apparaissent de forts contrastes morphologiques et typologiques. Pour en tenir compte et pour envisager les modes de diffusion spatiale des types de commerce, nous avons pris en considération un ensemble plus englobant et notamment les axes principaux le bordant⁴.

Au centre géographique de la vieille ville, à la croisée d'axes majeurs de desserte, bénéficiant d'une grande accessibilité, le souk se situe au cœur de zones d'activités artisanales diversifiées, avec lesquelles se tisse une grande part de ses liens économiques. Les quartiers mitoyens, vassaux du Khân al-Khalîlî, le fournissent en produits destinés à la vente locale ou à l'exportation (essentiellement vers les autres sites touristiques d'Égypte). Alors que le quartier de Gamâliyya — qui concentre l'essentiel des ateliers où l'on travaille le cuivre et la marqueterie — apparaît comme dépendant du Khân al-Khalîlî, le secteur d'al-Sâgha — spécialisé dans l'orfèvrerie —, lequel bénéficie d'autres débouchés et d'un vaste réseau de distribution directe, est plus autonome et génère ses propres dynamiques de diffusion spatiale.

⁴ La base des relevés des activités, effectuée en 1996, a été réactualisée en janvier 2009.

Sur le périmètre tel que nous l'avons défini, sont implantés 900 locaux en rez-de-chaussée, dont 70 % sont situés à l'intérieur du Khân al-Khalîlî et 30 % à l'extérieur. L'ensemble de ces commerces et activités relève, dans le détail, d'une trentaine de types. Pour mettre à jour des dynamiques et pour établir une synthèse, ces informations ont été classées puis groupées. Afin de limiter le nombre de catégories, des regroupements ont été effectués et seuls neuf types de commerces ont été définis. Nous les présentons ici par ordre d'importance numérique.

Sur l'ensemble des locaux, la première catégorie est celle des bijouteries qui rassemble un quart des emplacements. Le souk même, avec le secteur d'al-Sâgha en regroupe les trois quarts. La bijouterie est ainsi la première catégorie des commerces avec 29% des emplacements. Les bijouteries, orfèvreries et joailleries ont été rassemblées, sans distinction entre la vente de l'or et de l'argent. Cependant, si le secteur d'al-Sâgha est essentiellement consacré aux bijoux en or, à l'intérieur du souk les deux métaux précieux sont représentés, et outre les parures, de petits objets et boîtes ainsi que de la vaisselle sont aussi façonnés en argent. Sur la rue al-Badistan, plusieurs magasins mêlent désormais l'or et l'argent, ce qui est une association nouvelle. Viennent ensuite les « bazars », près de 200, ils sont pour l'essentiel situés à l'intérieur du souk. Presque toutes les boutiques du Khân al-Khalîlî proposent des marchandises qui peuvent attirer la clientèle touristique (c'est le cas des bijouteries) ou qui lui sont explicitement destinées. Aussi, si nous avons choisi de rassembler sous un seul type les magasins qui vendent des « objets égyptiens » ou des souvenirs, cette définition aurait pu concerner presque tous les commerces.

La catégorie des bazars (un cinquième de l'ensemble des commerces) recouvre des situations variées, elle prend en compte les boutiques qui proposent un éventail d'objets disparates, ainsi que d'autres (la majorité) qui ont une sélection plus restreinte organisée autour d'une ou plusieurs gammes. Tous les objets possibles ne sont que rarement présents simultanément dans un même magasin. Si la tendance générale est à la diversification, celle-ci est pondérée par cet « effet de gamme ». Aussi note-t-on surtout la fréquence d'associations dont les principales sont la marqueterie et le cuivre, ou la confection associée au tissage et à la maroquinerie. Ont aussi été considérés comme bazars une vingtaine de boutiques spécialisées (magasins de verre soufflé, d'objets en os et en ivoire, de statuettes de terre, antiques, etc.) ; leur petit nombre ne nécessitait pas la constitution de catégories particulières que leur diversité rendait par ailleurs difficile à établir.

Les bazars et les bijouteries ont en commun d'être situés pour les trois quarts d'entre eux dans le Khân al-Khalîlî même, et ce sont incontestablement ces deux commerces, lesquels représentent plus des deux tiers des locaux, qui lui donnent sa tonalité. Par ailleurs ces deux types ont également en commun d'occuper les plus grandes surfaces commerciales, mais aussi de pouvoir s'accommoder d'échoppes-placards. Cependant, si ces deux commerces se côtoient à l'intérieur du souk et à sa périphérie immédiate, on remarque que sur la rue al-Mu'izz, les bijouteries sont quasiment exclusives et forment un net rempart à la diffusion des bazars.

La troisième catégorie, loin derrière les deux premières, compte environ 10% des locaux. Elle concerne le textile (vêtements, linge de maison, châles et foulards), les tissages de laine et les tapis ainsi que le cuir (chaussures, maroquinerie, blousons). Ces magasins sont répartis diffusément dans le souk, mais à l'extérieur, ils sont concentrés entre les rues du Mûskî et d'al-Mu'izz. Ils côtoient ici la vente des épices, aromates, parfums et bougies, qui concerne une quarantaine de boutiques. Pour ces deux catégories d'activités, les deux tiers des magasins sont donc situés hors du Khân al-Khalîlî.

Vient ensuite le groupe des cafés, restaurants, buvettes, pâtisseries et lieux de restauration rapide et à emporter, soit 64 locaux (7 % du total), dont les trois quarts dans le Khân al-Khalîlî. Dans cette catégorie, les cafés et restaurants, à égalité, représentent la moitié des locaux ; ouverts sur l'extérieur, ils se concentrent sur la rive occidentale de la place al-Husayn, entre la rue al-Azhar et la mosquée éponyme, faisant de ce secteur un lieu animé jour et nuit (alors qu'après la fermeture de ses boutiques le Khân al-Khalîlî est déserté⁵). La clientèle des cafés varie en fonction de l'heure ; nombreux dans la journée, les touristes sont rares le soir, ils fréquentent de préférence les établissements recommandés par les guides de voyage, comme les cafés *Naguib Mahfouz* et *Fichawî*.

La catégorie suivante, qui associe deux spécialités différentes, le cuivre et la marqueterie, représente environ 7 % des locaux, tous situés dans le Khân al-Khalîlî. Si nous avons isolé ces produits, alors que d'autres ont été agrégés à la catégorie bazar, c'est qu'ils sont d'une part numériquement importants (une soixantaine de commerces), et, d'autre part, représentatifs de l'artisanat local. Cette détermination leur permet certainement de maintenir cette spécialisation, qui se décline en productions multiples : boîtes, miroirs ou échiquiers

⁵ Fermeture qui a lieu en général vers 19 heures, car les touristes ne viennent pas après, ce qui est tôt comparativement au reste des commerces caiotes.

nacrés ; plateaux, lampes, aiguères et cendriers en cuivre. Enfin, de nombreux bazars mêlent désormais la vente du cuivre et celle de la marqueterie, il se peut que la prochaine étape de l'évolution du commerce au Khân al-Khalîl voie la vente de ces spécialités fusionner.

Les libraires, enlumineurs et vendeurs d'objets liés au culte (notamment des chapelets ou des porte-bonheur), sont une trentaine, ils sont surtout situés sur le côté occidental de la mosquée al-Husayn. Sur le côté opposé, implantés dans un passage sous arcades, se trouvent des magasins de jouets en plastique (cerfs-volants, toupies, etc.), et d'instruments de musique (répliques miniatures de percussions, luths, flûtes, crécelles, cymbales, etc.), on compte une dizaine de ces commerces, fréquentés par une clientèle presque exclusivement égyptienne. On peut considérer que ces deux dernières catégories sont symétriques, non seulement dans leur distribution spatiale, de part et d'autre de la mosquée, mais aussi dans leur logique commerciale, puisque leur implantation est en relation avec la présence du sanctuaire, les jouets vendus ici sont achetés par les pèlerins.

Enfin, la vente du cuivre et surtout de l'aluminium (secteur al-Nahhâsîn), marque de manière nette la fin du commerce de l'or ; seuls quelques magasins apparaissent là, mais cette activité se poursuit au nord.

Outre les neuf catégories que nous avons évoquées, on compte également un dixième de locaux inoccupés, en travaux, ou de stockage, ainsi qu'environ 3% d'ateliers. Le reste des emplacements, une trentaine, est occupé par toutes les autres activités, parmi lesquelles il faut signaler une banque et huit hôtels, de modeste standing, tous implantés (à une exception près) sur la place Husayn ou la rue Mûskî, ainsi que cinq échoppes de vente de cassettes audio, installées à proximité de cafés. Aux côtés des services de quartier (barbiers, plombier, cordonnier, pharmacies, etc.), les commerces de proximité sont presque inexistantes. On compte cependant des boucheries, dont la présence est à mettre en relation avec celle des restaurants, dont elles sont proches.

3 – Le Khân al-Khalîl, épice de l'expansion commerciale

Il est difficile d'établir des comparaisons systématiques entre la situation actuelle des activités et une image antérieure, puisque nous ne disposons pas de relevés comparables et exhaustifs en dehors de ceux de Krause (1985). Même la confrontation avec ceux-ci s'avère malaisée puisqu'ils sont réalisés avec des figurés ponctuels ne permettant pas de voir à quel

emplacement exact correspondent les activités. L'interprétation est subjective car il suffit, par exemple, qu'il y ait eu une subdivision des locaux, ou qu'un magasin ait fermé pour que la lisibilité d'un îlot ou d'une rue soit altérée. En croisant diverses sources d'informations et en retenant l'exemple d'un secteur détaillé, nous sommes cependant en mesure de donner quelques éléments attestés de l'évolution contemporaine des activités du Khân al-Khalîlî, toutefois, cet aperçu ne peut rester que général.

Un premier constat s'impose à l'évidence : le Khân al-Khalîlî est un espace commercial. Le fait n'est pas nouveau, mais par contre, la diffusion spatiale indifférenciée des commerces sur tous les emplacements disponibles est un phénomène récent. L'artisanat se fait ici résiduel ; même si les étages, en particulier ceux des *wakâlas*, sont occupés par des ateliers, la plupart sont délocalisés en périphérie du souk. La transformation des ateliers en commerces est généralisée, elle est attestée par de nombreux travaux de restaurations (Khân al-Khalîlî al-Nahhâs et Wakâla al-Gawhargiyya par exemple). Les nouveaux magasins appartiennent essentiellement à la catégorie des bazars, type qui a tendance à se diffuser. Notons cependant que cela ne signifie pas forcément le remplacement ou la substitution d'un commerce par un autre, mais plus généralement l'adaptation ou la reformulation d'une activité antérieure. Il est à noter également que c'est l'ensemble des quartiers anciens qui a été soumis à partir des années 1970, à une évolution accélérée et à des transformations en série. À la fin des années 1980, d'après les relevés de Meyer (1990) un cinquième des 2000 établissements (principalement commerciaux) relevés par Krause en 1983 dans le centre de la ville ancienne avaient changé de nature, ou évolué dans leur fonction ; les fluctuations les plus importantes étant enregistrées au centre et le long des axes principaux (al-Mu'izz, al-Azhar). Au cours de cette même période, le Khân al-Khalîlî connaissait des changements significatifs dans la nature de ses commerces, assortis d'une augmentation de leur nombre et de rénovations notables⁶.

En observant en détail notamment les activités de l'îlot englobant la Wakâla al-Silâhdâr depuis 1983, on constate que le commerce de la bijouterie s'est considérablement développé, passant de 4 à 15 unités. Les ateliers à l'intérieur de la *wakâla* sont convertis en

⁶ Sayyid Moussa, ancien président de l'organisme de promotion du tourisme, déclarait que le Khân devrait être classé site historique (*Al-Ahrâm Hebdo*, 24-30 janvier 1996), suite à une décision de justice autorisant le propriétaire d'un immeuble ancien du quartier à le détruire car il menaçait de s'écrouler. Malgré la loi 117 stipulant que tout bâtiment de plus de cent ans est patrimoine national et interdit de démolition et la loi 250 interdisant la destruction d'édifice se trouvant au sein d'un site archéologique si celle-ci nuit au site, le risque d'effondrement a été considéré comme primordial. Cette décision avait inquiété les commerçants craignant que d'autres propriétaires soient tentés d'agir de même pour spéculer.

bazars, de même que la majorité des commerces du cuivre et de la marqueterie. Par contre, les boutiques spécialisées (vente d'ivoire) sont toujours là, ainsi que les boucheries et les échoppes de nourriture à emporter, qui se sont accrues d'une unité au détriment d'une épicerie⁷. Enfin, on relève plusieurs cas de subdivisions de locaux sur rue, scindés en deux ou en trois, dont la moitié en situation d'angle.

En parallèle de ces évolutions structurelles, la production artisanale elle-même est soumise à transformation. Les objets de facture traditionnelle font appel à de nouvelles conceptions ; à leurs côtés apparaissent des créations nouvelles qui s'intègrent pourtant à la gamme des objets artisanaux traditionnels. Nous citerons dans ce sens deux productions exemplaires, la première est celle de petits flacons décoratifs en verre, de formes variées et aux multiples coloris irisés, dont le succès est tel qu'ils sont exportés vers l'Europe et également vendus, entre autres, dans les souks tunisiens. Un autre exemple de création récente, et dont la diffusion locale est notable est celui de sacs de voyage et sacs à dos de diverses tailles en toile de coton épaisse, en général à rayures colorées⁸. Ces sacs, réalisés depuis une vingtaine d'années en fonction des goûts d'une clientèle étrangère, sont désormais utilisés par de nombreux enfants caiotes en guise de cartable, ce dernier accessoire étant coûteux.

La bijouterie est l'activité prépondérante du Khân al-Khalîlî, elle a connu une phase d'expansion récente, dans la vente mais aussi dans la production. Les commerces de bijoux en or ne sont pas rares au Caire, puisque tous les quartiers en sont dotés, mais leur fabrication continue à s'exercer de manière privilégiée dans le secteur d'al-Sâgha. Entre Hârat al-Yahûd et la rue al-Mu'izz, de part et d'autre de la rue Khân Abû Tâqiyya, de nouveaux immeubles d'activités se consacrent à cette activité prépondérante. Ce produit bénéficie d'une clientèle considérable et fidèle puisqu'en Égypte, la plupart des femmes, mais aussi des jeunes filles et des fillettes portent des bijoux en or. L'atout du Khân al-Khalîlî réside dans le nombre des boutiques et dans le choix proposé. Celui-ci est décliné selon trois styles principaux. Le premier correspond à des produits courants, bijoux traditionnels travaillés finement (anneaux, alliances ajourées, bracelets ciselés, etc.), proposés par la majorité des bijoutiers d'al-Sâgha. La deuxième catégorie est celle des bijoux de style « international », plus coûteux, lourds et incluant souvent des pierres fines ou semi-précieuses, parfois inspirés de modèles conçus par

⁷ Notons que les épiceries sont les commerces qui ont été les plus affectés durant les années 1980 puisque dans les quartiers centraux, les deux tiers d'entre elles ont fermé (Günter Meyer, 1990).

⁸ Sacs fabriqués par les artisans du secteur sud de Bâb Zuwayla.

des joailliers de renom. Les bijoutiers du Khân al-Khalîlî qui proposent ce type de parures ont souvent d'autres boutiques ailleurs dans Le Caire. Enfin, une troisième catégorie est celle des bijoux « pharaoniques », (cartouches gravés de hiéroglyphes, effigies de rois et reines, fleur de lotus, scarabée, croix du Nil, etc.). Ces deux derniers types sont souvent présents simultanément dans une même bijouterie. La qualité de l'or varie entre 18 et 21 carats, les bijoux s'achètent en général au poids, mais les modèles du deuxième style sont souvent vendus à la pièce. Enfin, depuis peu, les copies de bijoux anciens, dits « turcs », connaissent une certaine vogue.

Comme nous l'avons noté, à l'exception de la bijouterie, la tendance dominante au sein du Khân al-Khalîlî est à la diversification des marchandises en vente. Nous pouvons prendre pour exemples deux propriétaires qui ont, à la fin des années 1990, modifié la nature de leurs commerces. L'un relève d'une transformation radicale, puisque sa bijouterie (or et pierres) a été convertie en magasins de copies d'antiquités ; le deuxième a ajouté à la vente des tapis celle de dérivés (tapisseries en laine), ainsi qu'un peu de prêt-à-porter (écharpes et tee-shirts de coton) et de cuir (ceintures). Les raisons sont simples : le roulement de la marchandise est plus rapide, les bénéfices sont accrus sur les objets de valeur moindre mais aussi plus sûrs, la spécialisation présentant un caractère aléatoire. D'autre part, la clientèle touristique, même si elle s'accroît, est considérée comme plus « difficile » ; depuis la fin des années 1980, le marchandage est aussi féroce que la concurrence, cette dernière s'étant accrue — surtout pour la bijouterie — au cours des dernières années. La loi de la demande dicte celle de la vente : objets variés, à prix modiques, et peu encombrants. Les grands commerçants du Khân al-Khalîlî sont des hommes d'affaire, parlant souvent plusieurs langues, ils participent à des salons commerciaux ou touristiques internationaux, où ils exposent leurs marchandises, cherchent des débouchés extérieurs à leurs produits et s'informent des goûts de la clientèle étrangère. Ainsi, pour répondre à la demande de clients Européens, une trentaine de magasins proposent désormais des produits « bédouins » (tapis, broderies, bijoux, etc.), auparavant inexistants. Cependant, la diversification de la vente, dictée par la logique économique, n'est pas gratifiante, ce changement nécessaire est perçu comme statutairement dévalorisant, il altère l'image de marque et la réputation du marchand concerné, construite sur la renommée de son commerce, laquelle est fondée sur une spécialisation⁹. Les établissements réputés du

⁹ Cette réputation mêle l'ancienneté du commerce et de l'implantation de la famille dans le souk, la valeur marchande, symbolique et qualitative des biens proposés, ainsi que la spécialisation et la connaissance qu'a le marchand de ses produits.

Khân al-Khalîlî ont des annexes dans les grands hôtels ou quartiers chics du Caire mais aussi dans d'autres villes touristiques du Sud de l'Égypte ou de la Mer Rouge. Ainsi la maison *Atlas*, tissage, broderies et soieries a des succursales à l'hôtel *Sémiramis* du Caire, à Hurghada, Sharm al-Sheikh et Aswan. La famille Sirgany, bijoutiers-joaillers réputés, possède également une boutique au *Sonnesta* de Mohandesin. Quant au magasin *Saad*, spécialisé dans l'orfèvrerie et la bijouterie en argent, il est aussi implanté au *Ramsès* du Caire et à Heliopolis. Le Khân al-Khalîlî est un souk de référence, affirmé et reconnu en tant que tel ; il suffit, pour s'en convaincre, de noter le nombre de bazars, en maints lieux d'Égypte, qui choisissent ce toponyme comme enseigne. A noter qu'il existe également un espace *Khân al-Khalîlî* à l'aéroport international du Caire, et un rayon du même nom dans le grand magasin de la chaîne *Omar Effendi* du quartier de Mohandessine.

À la fin des années 1960, Jacques Berque (1974, p. 95) relevait un tiers de noms d'origine iranienne sur les devantures des magasins du Khân al-Khalîlî, où les communautés étrangères étaient investies depuis longtemps. Aujourd'hui, nombreuses sont les enseignes à consonance étrangère, mais elles évoquent d'autres références : plus d'un dixième des boutiques est doté de noms révélateurs d'une nouvelle forme d'extériorisation marchande : *Arabesc*, *Moonlight Bazar*, *Egyptian Gifts*, *Papyrus Secret*, etc. Les patronymes dont on se réclamait auparavant disparaissent des enseignes au profit d'appellations génériques plus racoleuses et l'anglais est désormais très utilisé.

Il est vrai que le phénomène de « bazarisation » a gagné des secteurs au contact du Khân al-Khalîlî, mais l'on doit toutefois relativiser son impact, et ne pas le confondre avec la somme des changements qui ont eu cours dans la ville ancienne au cours des trois dernières décennies. En ce sens, notons que l'influence du Khân al-Khalîlî en tant que modèle commercial est limitée à un périmètre restreint, et surtout à des espaces visibles, le long des axes importants. Cette diffusion s'est exercée de manière différenciée en fonction des facilités ou des résistances rencontrées ; au nombre de celles-ci, les activités liées au commerce de l'or se sont maintenues dans leur intégrité territoriale. Si la rive nord de la rue al-Azhar présente incontestablement une sorte de résumé linéaire de la distribution des activités par catégories du Khân al-Khalîlî, c'est certainement parce que cette rue n'avait pas de spécificité marquée auparavant. Au sud de cette voie, sur l'axe al-Mu'izz, on chercherait en vain, à une distance pourtant inférieure à deux cents mètres du souk, un magasin de type bazar. La rue Sanâdiqiyya, pourtant en plein cœur de l'espace que nous avons étudié, a connu une dynamique de centralité indépendante de celle du souk ; elle n'est plus, comme il y a trente

ans « la rue des vingt libraires »¹⁰, mais celle des quarante papeteries... Exemple d'une spécialité en expansion, qui se perpétue en se renouvelant.

Conclusion

Si le Khân al-Khalîlî fait figure de modèle, ce n'est pas seulement en référence à ses alentours immédiats, où son influence semble d'ailleurs s'essouffler. Son succès auprès des touristes vient certainement moins de ce qu'on y vend — rien que l'on ne puisse trouver ailleurs — que de l'organisation de la vente — tout au même endroit —, et du caractère du lieu. Ce souk polyvalent a bénéficié d'une localisation au contact de plusieurs quartiers d'activités économiques spécialisées, mais aussi de sa situation au cœur de la cité, dans la ville ancienne, en un lieu animé et proche de sites touristiques. Enfin, il participe et bénéficie à la fois de la revalorisation, généralisée et polymorphe, de la « tradition » — dont le tourisme a peut-être été un des vecteurs —, et qui a aujourd'hui l'envergure d'un fait de société.

Du fait de l'extension de la ville devenue mégapole, le cadre même de son centre s'est accru ; cet effet d'échelle a participé de la transformation des quartiers anciens et de leurs souks bénéficiant d'une position géographique privilégiée. Les secteurs centraux du Caire sont aujourd'hui liés par des relations de correspondances et de complémentarités, exprimées entre autres par des flux de circulation, la poursuite de chaînes de fabrication, ou encore la connexion de carrefours. Dans la ville historique, ces dynamiques sont notables car elles s'inscrivent dans un tissu urbain caractérisé tant par la pérennité des tracés anciens que par le rapide renouvellement du cadre bâti ordinaire ; elles se traduisent également dans la réadaptation de modèles tels ceux du *khân* et de la *wakâla*, dans des immeubles neufs destinés aux activités artisanales et commerciales. Que ce soit le long des axes principaux, depuis les zones de commerce ou même au sein de quartiers autrefois exclusivement résidentiels, les activités commerciales ou artisanales se sont diffusées ou implantées de manière continue au cours des dernières décennies. L'impact de ces processus peut se constater à diverses échelles : en considérant la ville ancienne du Caire dans son ensemble, ou en focalisant sur des pôles, notamment ceux des souks. En des lieux où les activités de commerce et de production sont anciennes, comme au Khân al-Khalîlî, la tendance est à l'accumulation, au débordement, ou à la diffusion des activités liées à la vente ou à la fabrication. L'activité

¹⁰¹⁰ Jacques Berque, Mustapha Al-Shakaa, 1974.

prépondérante, celle du commerce, se signale par son expansion territoriale. Ce phénomène hégémonique exerce, selon une intensité variable, une emprise sur la globalité de la ville historique, assure sa cohésion et détermine la distribution des autres activités.

Références bibliographiques

Abu-Lughod, Janet, 1971, *Cairo 1001 Years of the City Victorious*, Princeton, Princeton University Press.

Ammar, Leïla ; Charara, Mona, 1991, « À travers les *hâra* du Caire fatimide », *Égypte Monde Arabe* n° 5, Le Caire, CEDEJ, p. 97-118.

Berque, Jacques ; Al-Shakaa, Mustapha, 1974, « La Gamâliya depuis un siècle essai d'histoire sociale d'un quartier du Caire », *Revue des Études Islamiques*, XLII-1, Le Caire, Librairie Orientaliste, p. 45-99.

Charmes, Gabriel, 1880, *Cinq mois au Caire et dans la Basse-Égypte*, Paris, G. Charpentier.

Clerget, Marcel, 1934, *Le Caire, étude de géographie urbaine et d'histoire économique*, thèse de Doctorat es Lettres, Univ. de Paris, Le Caire, Imp. E. & R. Schindler.

Denoix, Sylvie ; Depaule, Jean-Charles ; Tuchscherer, Michel, 1999, *Le Khan al-Khalili et ses environs. Un centre commercial et artisanal au Caire du XIIIe au XXe siècle*, Le Caire, Institut Français d'Archéologie Orientale.

Krause, Rolf-Frederich, 1985, « Untersuchungen Zur Bazarstruktur von Kairo », *Marburger Geographische Schriften* 99, p. 1-85.

Leprette, Fernand, 1939, *Égypte terre du Nil*, Paris, Plon.

Lévi-Strauss, Claude. 1995, *Tristes tropiques*, Paris, Plon.

Meyer, Günter, 1990, « Economic and Social Change in the Old City of Cairo », comm. présentée à la 24ème rencontre annuelle de la *Middle East studies Association of North America*. Texas, San Antonio, 10-13 nov. 1990, 11 pages.

Raymond, André, 1993, *Le Caire*, Paris, Fayard.

Seif, Ola, 1991, *Khan al-Khalili a comprehensive Mapped Guide to Cairo's historic bazar*, Le Caire, The American University in Cairo Press.

Troin, Jean-François, 1975, *Les souks marocains*, Aix-en-Provence, Edisud.