

“Le bizness des femmes” : Nouvelles figures des mobilités maghrébines dans l’espace euro-méditerranéen

Camille Schmoll, Véronique Manry

▶ **To cite this version:**

Camille Schmoll, Véronique Manry. “Le bizness des femmes” : Nouvelles figures des mobilités maghrébines dans l’espace euro-méditerranéen. Mobilités au Féminin, Sep 2005, Tanger, Maroc. halshs-00239280

HAL Id: halshs-00239280
https://shs.hal.science/halshs-00239280

Submitted on 12 Feb 2008

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.

Véronique Manry[1] - Camille Schmoll[2]

"Le bizness des femmes" : Nouvelles figures des mobilités maghrébines dans l'espace euro-méditerranéen

Résumé :

Depuis une quinzaine d'années, les femmes sont de plus en plus impliquées dans le commerce informel qui irrigue les économies algérienne et tunisienne. Les « commerçantes à la valise » que nous avons rencontrées à Marseille, Naples, Istanbul et dans leurs villes d'origine prennent part aux circulations commerciales qui sillonnent l'espace méditerranéen et sont de plus en plus visibles dans les espaces urbains et marchands. Nous souhaiterions ici présenter les spécificités de ces carrières féminines dans le commerce informel, et avancer quelques analyses et hypothèses sur la signification sociale de leur présence. Nous nous attacherons plus particulièrement à décrire et à analyser l'impact de leurs activités commerciales et de leurs circulations dans les recompositions familiales, dans les transformations des statuts masculin/féminin et dans les effets d'affranchissement et de rupture/continuité que génèrent pour ces femmes la liberté de circulation et la plongée dans des univers sociaux et culturels multiples. Nous chercherons ensuite à appréhender une autre figure de la mobilité maghrébine, celle de la migrante « installée » en Europe. Au-delà de ce qui peut les éloigner au premier abord, les points communs entre ces deux figures - la migrante et la circulante - permettent d'inscrire leur parcours dans un processus plus général d'individualisation et d'autonomisation des femmes en migration. Ce sera l'occasion de soulever plusieurs questionnements et pistes de recherche concernant l'évolution des mobilités maghrébines en Méditerranée.

Mots-clefs : Maghreb ; circulations ; économie informelle ; promotion sociale ; commerce.

Les mobilités maghrébines qui traversent l'espace euro-méditerranéen ont connu, depuis les années 70, d'importantes reconfigurations. En premier lieu, les flux migratoires se sont recomposés, au profit d'une différenciation des lieux de provenance et d'installation des migrants, mais aussi d'une diversification de la composition démographique, sociale et économique des flux. À cet égard, deux points méritent une attention particulière : le déclin du travail salarié, d'une part, qui a pour corollaire le développement du travail atypique et autonome et, d'autre part, la féminisation progressive des flux de migrants, qui prend une importance particulière dans les nouveaux pays d'immigration d'Europe du Sud[3]. Cette féminisation est due non seulement aux procédures de regroupement familial qui permettent aux migrants d'être rejoints par leurs épouses et filles, mais également à l'accroissement des migrations autonomes de femmes.

Par ailleurs, on est passé d'une migration dite « ordonnée » à des formes de mobilités migratoires[4]. Le nouveau contexte de l'économie post-fordiste, caractérisée par une mobilité accrue des capitaux et de la main-d'œuvre, tout comme l'importance croissante des connexions

[1] Laboratoire Méditerranéen de Sociologie, MMSH, Aix-en-Provence.
[2] Marie Curie Fellow, RSCAS, Institut Universitaire Européen, Florence.
[3] Dans les pays de l'OCDE, les femmes représentent au moins la moitié des entrées de migrants. SOPEMI, 2001.
[4] Péraldi, 2002 ; Tarrius, 1992.

transnationales[5] ont entraîné une intensification et une diversification des formes de mobilité. Cela signifie que, au-delà de la différenciation des profils sociaux et démographiques des individus en mouvement, les modalités même du déplacement (en particulier leur durée et leur fréquence) ont changé, tout comme les formes spatiales du mouvement (multiplication des lieux successifs d'installation, diversification des parcours et des ancrages).

Dans ce contexte de reconfiguration des mobilités transnationales en Méditerranée, les femmes jouent un rôle à la fois central et spécifique, que nous souhaiterions analyser dans ce texte, en prenant pour point de départ l'étude de trajectoires de commerçantes tunisiennes et algériennes[6]. Il s'agit à la fois de considérer l'expérience de ces femmes comme révélatrice de nouvelles formes de mobilité, tout en mettant en évidence la spécificité des mobilités féminines au sein des migrations maghrébines.

La participation des femmes à la sphère productive dans le contexte des migrations internationales, après avoir été longtemps négligée, est de plus en plus documentée. Cependant, les mobilités de travail des Maghrébines constituent encore un phénomène assez peu connu, ce qui renvoie aux représentations dont celles-ci font l'objet. En effet, s'il est désormais admis que des femmes d'autres provenances géographiques - comme les Philippines, les Latino-Américaines, ou les Européennes de l'Est - puissent prendre la tête du processus migratoire et utiliser la mobilité transnationale à des fins d'autonomisation et de promotion[7], il en va différemment pour les migrantes maghrébines, qui sont souvent assimilées à des « suivantes » et dont les activités hors de la sphère domestique demeurent encore souvent invisibles ou uniquement cantonnées à quelques niches économiques (domesticité, travail du *care*, prostitution)[8]. Nous n'avons pas, de notre côté, échappé à cet écueil, puisque nous avons commencé par lire les circulations commerciales comme un phénomène avant tout masculin, et que ce n'est qu'en réalisant des observations sur les places marchandes stambouliote et napolitaine que nous avons pris conscience de l'importance croissante des femmes dans ces activités marchandes[9].

Il est donc proposé dans ce texte d'analyser cet aspect encore peu connu des mobilités maghrébines qu'est la circulation commerciale féminine. Depuis une quinzaine d'années, les femmes sont de plus en plus impliquées dans le commerce informel qui irrigue les économies

[5] Hannerz, 1996.
[6] Véronique Manry a analysé le commerce informel des Algériennes entre l'Algérie, la France et la Turquie, se basant sur une série d'enquêtes menée à Alger, Istanbul et Marseille de 1999 à 2006. Camille Schmoll a étudié les circulations des Tunisiennes entre leur pays et l'Italie. Ses enquêtes se sont déroulées à Naples, à Tunis et dans plusieurs villes du Sahel tunisien de 2000 à 2004.
[7] Morokvasic, Catarino, 2005.
[8] Manry, 2005 ; Schmoll, 2003, 2005.
[9] Les recherches sur les circulations commerciales de femmes maghrébines sont encore très rares. Les seuls travaux sur cette question sont, à notre connaissance, ceux de Yeza Boulahbel-Villac (1996), Michel Péraldi (2001) et de Saadia El Hariri (2003).

algérienne et tunisienne. Les « commerçantes à la valise »[10] que nous avons rencontré à Marseille, Naples, Istanbul, et dans leurs villes d'origine, prennent part aux circulations commerciales qui sillonnent l'espace méditerranéen et sont de plus en plus visibles dans les espaces urbains et marchands. Nous souhaiterions, dans ce texte, présenter les spécificités de ces carrières féminines dans le commerce informel, et avancer quelques analyses et hypothèses sur la signification sociale de leur présence.

Nous jouerons sur la polysémie du terme de mobilité, qui peut signifier à la fois l'évolution du positionnement spatial des individus et leur changement de position dans l'échelle sociale. La mobilité spatiale peut être lue à la fois comme un indicateur et comme un instrument de mobilité sociale. C'est ainsi que la circulation commerciale donne lieu à de profondes transformations dans les situations des femmes, entraînant une redéfinition des positions sociales des unes et des autres dans les espaces publics et privés, ainsi que dans les sphères productive et reproductive (reconfiguration des relation de genre, processus de promotion sociale, etc). Toutefois, les circulations commerciales féminines sont différenciées et les parcours varient selon des facteurs structurels tels que le contexte de départ (pays d'origine, situation juridique et conjugale des femmes). Nous chercherons ensuite à appréhender une autre figure de la mobilité maghrébine, celle de la migrante « installée » en Europe. Au-delà de ce qui peut les éloigner au premier abord, les points communs entre ces deux figures - la migrante et la circulante - permettent d'inscrire leur parcours dans un processus plus général d'individualisation et d'autonomisation des femmes en mobilité. Cette présentation est aussi l'occasion de soulever plusieurs questionnements et pistes de recherche concernant l'évolution des mobilités maghrébines en Méditerranée et, au-delà, celle des sociétés algériennes et tunisiennes.

1. Les commerçantes maghrébines : une promotion sociale négociée

La conquête de l'espace public

Le phénomène de la circulation commerciale féminine n'est en réalité pas si récent. On signale, par exemple, dès les années 60, des va-et-vient de commerçantes entre l'Italie et la Tunisie. De leur côté, les femmes immigrées algériennes, notamment en France, ont souvent profité de leurs retours au pays pour rapporter et vendre des marchandises à leurs proches (bijoux, vêtements, etc) et certaines en ont fait une activité régulière et lucrative. La nouveauté semble plutôt résider dans sa généralisation et dans la conquête progressive par ces femmes de nouveaux espaces commerciaux,

[10] En référence aux lourdes valises et ballots dans lesquels les commerçants et commerçantes informel(le)s transportent la marchandise achetée à l'étranger et rapportée en contrebande. De manière plus large, on parle également de trabendo ou trabendistes, contraction de l'espagnol *contrabando* (contrebande), pour désigner ces contrebandiers modernes.

en particulier les espaces publics. Si elle est particulièrement affirmée dans le cas des circulantes commerciales, la dynamique de conquête de l'espace public témoigne d'une entrée généralisée des femmes dans la sphère professionnelle, dans les économies formelle et informelle, qui s'assortit d'une diffusion de la mixité des genres dans l'espace urbain au Maghreb[11].

Du point de vue des espaces d'achat, les commerçantes fréquentent désormais de nombreuses places marchandes en Europe et en Méditerranée, certaines poussant leurs déambulations commerciales jusqu'en Asie[12]. Les espaces de vente ont également connu un élargissement significatif, marqué par un glissement du privé vers le public. En effet, à la différence de l'Afrique sub-saharienne, on ne trouve guère, dans les pays du Maghreb, de tradition de commerce féminin dans les espaces publics, si ce n'est dans des niches dépréciées : vieilles femmes vendant à la sauvette de menus objets, à la limite de la mendicité, ou revendeuses de bijoux en or, assises sur les trottoirs, les mains et les bras chargées de bijoux interpellant les passantes et accusées de revendre à des prix exorbitants des bijoux de mauvaise facture.

Déjà de nombreuses femmes ne se cantonnaient plus à la vente à domicile, aidant leurs maris sur les souks ou dans leurs boutiques, revendant la marchandise que ce dernier rapportait de l'étranger, tenant le commerce quand le mari était absent, se spécialisant dans les vêtements pour femmes ou pour enfants. Mais l'implication croissante des femmes dans le commerce informel suppose de nouvelles mobilités dans l'espace urbain, qui s'accompagnent de nouveaux rapports sociaux. En effet, les femmes passent une partie importante de leur temps à l'extérieur, que ce soit dans les places marchandes ou dans la ville de résidence et de revente. Elles parcourent sans cesse les espaces urbains, toujours pressées, pour faire le tour des grossistes à la recherche du meilleur prix, livrer la marchandise aux commerçants, échanger des devises, réserver les vols, effectuer les démarches pour les visas et les passeports, reprendre des invendus chez l'un, déposer quelques articles chez une amie, rencontrer le cousin du frère d'une amie qui est douanier et pourra faciliter le passage… Toutes les activités du quotidien sont guidées par les impératifs du commerce. La carrière commerciale demande un authentique engagement personnel de tous les instants. Zahra[13], commerçante tunisienne, raconte : « *J'ai un rythme de vie très dur. Je me lève très tôt le matin, je fais le ménage, surtout dans cette maison. Parce que cette maison est la principale, les autres sont plus petites, plus faciles à nettoyer. Après quand je termine ce travail à dix heures du matin, j'ai les clients qui téléphonent et qui viennent jusqu'à une heure du matin ! Surtout quand on a un nouvel arrivage. Tu peux pas imaginer, je reste trois jours sans rien manger, je ne peux rien faire…Ça fait plusieurs jours que je voudrais faire une épilation, je n'ai même pas le temps, qu'est-ce que je vais*

[11] Berry-Chikhaoui, 2000 ; Jomni, 2000 ; Hadjij, 2000.
[12] Les commerçantes rencontrées sur le terrain ont évoqué Barcelone, Alicante, Paris, Marseille, Naples, Tripoli, Istanbul, Damas, Le Caire, Dubaï mais aussi Bangkok et Shanghai.
[13] Nous avons utilisé des pseudonymes, afin de préserver l'anonymat des personnes rencontrées.

faire si les clientes arrivent à ce moment-là ? » De la même manière, toutes les relations sociales sont orientées vers l'activité commerciale, mobilisées et jaugées à l'aune de ce qu'elles pourront apporter en termes de bénéfices immatériels (informations, facilités de démarche administrative, obtention de passe-droits, nouveaux clients, etc…).

En commerce, les femmes développent des compétences relationnelles particulières, élargissent leurs sociabilités bien au-delà des sphères domestiques, familiales ou de voisinage. Elles entretiennent et cultivent des connaissances dans des milieux sociaux, professionnels, géographiques variés qui leur permettent de mener à bien leurs activités. Nous avons pu le constater en accompagnant certaines d'entre elles. Lors du premier séjour de Khadîdja à Marseille, quelle ne fut pas notre surprise, alors que nous venions de sortir et qu'elle tenait absolument à ce que nous la guidions dans cette ville inconnue, de la voir saluer ici un commerçant (ancien commerçant à Alger), là un passant (trabendiste croisé à de multiples reprises à Istanbul), nous demander de la conduire dans telle boutique du cours Belsunce (pour y saluer le frère de son voisin) ! De la même façon à Alger, alors qu'elle nous faisait visiter la ville, nous nous retrouvions dans la même semaine au mariage de la nièce d'un présentateur télé (dont la femme fait le commerce de robes de soirée de Dubaï), dans un modeste appartement de Bâb el Oued pour livrer de la marchandise, à partager un café avec une employée du consulat turc, à récupérer le produit de la vente d'articles dans un salon de coiffure clandestin, et à boire le thé avec un commerçant de lingerie-changeur de devises islamiste.

Beaucoup de femmes travaillent en lien avec des commerçants établis en toute légalité, ayant pignon sur rue. Elles les approvisionnent en marchandises importées qui répondent mieux à la demande de la clientèle. Les produits locaux sont dénigrés par la clientèle, jugés peu raffinés, de mauvaise qualité, bas de gamme et ne correspondent pas à l'attrait et aux goûts standardisés et mondialisés qui ont envahi le Maghreb, comme le reste de la planète. On ne se rabat sur la marchandise locale que lorsqu'il n'y a pas le choix. Même le bas de gamme chinois est plus prisé. « *C'est de l'import* » vaut toutes les garanties et à valeur de griffe. Les femmes font donc partie de la filière d'approvisionnement et ont particulièrement contribué à mettre au goût du jour les garde-robes des femmes de la petite classe moyenne, tout comme les jeunes hommes se sont plutôt spécialisés dans le sportswear. La relation avec les commerçants peut être soit libre, c'est-à-dire que les femmes font le tour des commerçants en leur proposant différents articles ou leur rapportent sur commande en négociant au mieux le prix pour se ménager un bénéfice satisfaisant ; soit il s'agit d'une relation de subordination, dans le sens où certains circulants, hommes ou femmes, travaillent pour le compte de commerçants ou gros importateurs informels, comme « mulets »[14], assurant le

[14] L'expression de « mulets » vient des réseaux de trafics de drogue et des services de police qui désignent ainsi les personnes chargées d'assurer le transport de la marchandise et de passer les frontières.

transport, sans véritable marge de négociation et bénéfices. Ces modes de coopération et de subordination se retrouvent plutôt pour des débutants dans la carrière qui acquièrent ainsi le savoir faire de la négociation, du passage de frontières et accèdent aux mondes du commerce. Certaines poussent plus avant l'association avec un commerçant déclaré en lui sous-louant un local commercial pour vendre directement la marchandise rapportée de l'étranger. La relation est alors contractualisée oralement et se formalise par le versement d'un loyer et/ou d'une part du bénéfice.

Une partie de la marchandise rapportée par les femmes est également vendue directement auprès de clients. Des modes de revente spécifiquement féminins se sont développés en dehors de l'espace public, dans des lieux traditionnellement réservés aux femmes, notamment dans les salons de coiffure, les hammams et entre amies, sur le type de la vente « Tupperware »[15]. Les femmes ont toujours sur elles, dans leur sac ou des sachets des articles qu'elles montrent à leur coiffeuse ou à la gérante du bain, aux clientes présentes, elles prennent des commandes et promettent de rapporter les articles lors d'un prochain voyage. Certaines organisent des sortes de « journées portes ouvertes » afin d'épuiser leurs stocks : à cette occasion, elles aménagent pour quelques jours leur salon, et même parfois la totalité de leur appartement, en espace de vente, conviant l'ensemble de leurs connaissances à cette grande braderie.

Ainsi, les femmes investissent l'espace marchand par tous les segments du marché et mêlent activités et déplacements à but purement commerciaux à leurs sociabilités et occupations quotidiennes. Du reste, cet élargissement de leur champ relationnel que leur procure la mobilité commerciale est considéré comme un des principaux avantages du métier. Quelle que soit l'intensité de leur engagement et la fréquence de leurs circulations, toutes voient s'ouvrir de nouveaux horizons et un espace de liberté inédit, se découvrent des talents et tirent autant fierté de leurs gains que de leur capacité à commercer. Samira, commerçante algérienne depuis plus de quinze ans, nous confie à propos de ses voyages à Istanbul et à Paris « *Moi, je boucle mes achats en deux jours. Depuis le temps, j'ai pas besoin de courir partout, de chercher… Je sais ce que je veux, je sais où le trouver, je connais les grossistes, ils me connaissent. Après, j'en profite. Je vais me promener, au restaurant, voir des amis… Surtout à Paris. Je vais sur les Grands Boulevards, je fais les boutiques, mais pour moi, hein ! J'en profite ! Avant, quand j'étais plus jeune et que je faisais que Paris, j'ai rien gagné ! Parce que je dépensais tout ! Je claquais là-bas : les fringues, les restos !* […] *Des fois aussi, parce que je suis curieuse, je cherche des nouveaux produits. Parce que j'aime bien changer au bout d'un moment, pour varier un peu…* […] *Là, avant d'aller à Istanbul, je vais aller au Caire. Pour voir ! Peut-être que je vais trouver de nouveaux produits qu'on ne*

[15] La commerçante ou une de ses amies invitent chez elle un groupe de femmes à se réunir autour d'un café et de pâtisseries et la commerçante présente ses articles.

trouve pas ailleurs. Et puis, je ne connais pas Le Caire ! Comme ça, je vais connaître, je vais découvrir quoi ! »

Ouvrir leur propre boutique est le rêve de nombreuses femmes qui espèrent pouvoir accumuler un capital suffisant et se mettre à leur compte dans une certaine légalité. Elles signifient ainsi leur projet de passer d'une activité précaire, illégale et fatigante à un statut durable, légal et plus valorisant. C'est aussi un signe de réussite sociale et financière que d'arriver à acquérir une boutique et de « *s'établir* » comme nous déclare l'une d'elles. Lamia, Tunisienne, qui vit dans un quartier d'établissement de la nouvelle bourgeoisie de Sousse, raconte ainsi comment elle a conquis progressivement une clientèle aisée, passant, grâce au prêt accordé par une cliente fortunée, de la vente confinée dans son appartement à l'ouverture de deux boutiques de luxe au cœur de la ville.

Certaines passent par une étape intermédiaire en sous-louant un local commercial appartenant à un commerçant déclaré. Elles évitent ainsi de s'inscrire au registre du commerce et vendent directement la marchandise rapportée. La boutique, souvent un petit local de quelques mètres carrés dans un marché couvert ou un petit centre commercial, est alors tenu par un(e) employé(e) ou un proche qu'elles rémunèrent. La vente au détail est plus rémunératrice car elle génère des marges plus élevées, mais entraîne des frais importants (location, stocks, rémunération d'un employé) et une charge de travail supplémentaire. La stabilisation de l'activité dans un commerce sédentaire est donc risquée. Khadîdja après avoir fait les allers-retours entre Alger et Istanbul pendant quelques années a sous-loué un magasin dans le centre commercial d'un quartier populaire. Elle a continué à mener les deux activités en parallèle durant un certain temps, puis s'en est tenu à la vente au magasin, en achetant à des grossistes ou à d'autres trabendistes : « *Je ne sais pas ce que je vais faire… Je crois que je vais refaire les cabas. La boutique, ça me bloque et ça marche pas trop. Aujourd'hui, j'ai rien vendu. Je gaspille ma journée ! Rester ici toute la journée, le trajet jusqu'ici*[16]*… ! Les gens n'ont pas d'argent. Tout ce qu'il y a dans le magasin, c'est de l'argent bloqué, et puis le loyer, et la fille que je paye quand je dois sortir en ville ! Avec les cabas, je gagnais mieux même si c'est fatigant les voyages. Et puis, il faut s'organiser quand je pars, pour le magasin. Je peux pas compter sur personne. Alors là, mes journées, c'est horrible : la maison, le ménage, le magasin, les courses, s'occuper du voyage, vendre la marchandise, se faire payer !* »

Si le passage de l'espace domestique à l'espace public est particulièrement valorisé, il se fait sur la base de négociations progressives, comme l'explique Hayet, qui raconte comment elle a conquis l'espace du souk Lahed (le marché hebdomadaire de Sousse) d'abord en famille, puis seule : « *Avant, la femme ne pouvait pas sortir au souk, c'était défendu, elle n'était pas acceptée, donc elle vendait chez elle. Ça fait à peu près deux ans que « ça passe ». Avant, surtout au début de mon*

[16] Khadîdja habite en centre ville et doit compter au moins quarante cinq minutes en bus pour rejoindre son magasin plus en périphérie, ou prendre un taxi qui grève ses revenus.

commerce, je vendais à la maison. Je travaille au souk depuis huit ans avec mon mari et mon fils. Depuis deux ans, j'y vais seule ». Le choix de l'espace de vente tient donc autant compte de la chalandise potentielle que de l'honorabilité du lieu et des commerçants qui l'animent. Rahdia, divorcée et âgée d'une cinquantaine d'années, tient un stand de lingerie rapportée d'Istanbul dans un passage sous l'immeuble où elle habite. Ancienne assistante sociale, elle a démissionné dans les années 90, « *à cause des terros*[17] », après l'assassinat de deux de ses collègues : « *J'ai arrêté. C'était trop dangereux, il y avait la menace, la peur. J'ai des enfants, je pouvais pas me permettre. Mais j'avais plus d'argent, j'ai tout vendu, les meubles, ma voiture, mes bijoux, j'ai perdu l'appartement… Après j'ai commencé discrètement la Syrie, je vendais un peu de tout, comme ça, par-ci, par-là, à des gens que je connaissais* […] *Ça fait depuis cet été* [août 2005] *que j'ai le magasin. Ici, c'est bien… J'habite au-dessus, les gens me connaissent d'avant, ils me voyaient passer… Et mon fils, il a le stand de chaussettes là* [à 10 mètres de sa mère, le fils tient un étal de chaussettes et de sous-vêtements pour homme sur le trottoir]. *Je suis tranquille, c'est calme ici, ça risque pas. Et je suis à côté… Si les enfants ont besoin, je monte, je m'occupe de ce qu'il y a à faire et je redescends.* »

Une réarticulation des rapports familiaux et conjugaux

En effet, les mobilités commerciales des femmes tunisiennes et algériennes donnent lieu à de constantes négociations au sein de la cellule familiale et provoquent une réarticulation des rapports familiaux et conjugaux. Les femmes ont une fréquence de voyage assez élevée malgré les contraintes qu'imposent leurs obligations familiales. Elles partent entre une fois tous les deux mois à deux ou trois fois par mois pour celles qui en font une activité à plein temps, qui sont plus disponibles et qui disposent de réseaux de revente très organisés.

Pour celles qui sont mariées ou qui ont des enfants, les voyages demandent un soutien dans l'environnement familial indispensable pour obtenir l'accord des époux et surtout s'occuper des enfants. Les sœurs, mères ou filles aînées sont alors sollicitées pour remplacer la voyageuse dans la gestion du quotidien. Aussi, on voit bien que le développement du commerce féminin et l'entrée des femmes dans la sphère productive n'entraîne pas nécessairement un engagement majeur de la part du mari dans la sphère domestique. Les femmes doivent se livrer par ailleurs à toute une série de petites médiations au sein de la cellule familiale et de leurs entourages afin de faire accepter leurs fréquents départs : « *emporter leurs enfants sous le bras* » en voyage, laisser leur mari jeter un oeil sur les cahiers de compte, l'autoriser de temps en temps à faire « une folie », lui rapporter des cadeaux, sont autant de manière de s'assurer son soutien pour les femmes mariées.

[17] Les terroristes.

Toutefois, l'émergence des femmes dans des activités jusque-là réservées aux hommes provoque des modifications dans le statut social et la place économique de la femme, à la fois au sein de la cellule familiale et de la société, en particulier dans les petites classes moyennes dont sont issues nombre de ces commerçantes à la valise. Elles détiennent grâce à ces activités un poids non négligeable, souvent essentiel, dans les finances familiales qui leur permet de peser sur les choix des dépenses, sur le train de vie et d'exercer une pression dans les rapports conjugaux.

Si leurs activités sont parfois mal acceptées par l'entourage, ce dernier en profite largement. En Tunisie, le commerce transfrontalier a permis aux femmes qui le pratiquent et à leur entourage d'entamer un processus d'ascension sociale difficile à atteindre par d'autres voies. Les commerçantes rencontrées constituent toujours le premier revenu de leur ménage, même si leur rôle est parfois minoré dans les entretiens, pour ne pas trop faire ombrage aux maris. Les bénéfices qu'elles dégagent sont investis dans les sphères du foyer et de la famille : la construction d'une villa, son ameublement, les études des enfants, le trousseau des filles, la voiture et l'ordinateur du mari…Tous ces investissements permettent d'accroître le bien-être familial bien sûr, mais ils sont également autant d'outils de représentation et de reconnaissance sociale. Certaines investissent aussi dans des biens immobiliers, louant des studios à des étudiants ou encore des villas à des « touristes » tunisiens en retour estival. « *Je travaille sur un nouveau projet »,* déclare ainsi Sabrina, *« j'espère qu'il va aboutir. J'ai un lot de terre à côté. Je veux faire une espèce de foyer parce que la chose la plus demandée ici c'est la location des studios* […] *Louer à des touristes, c'est pas rentable. Y a beaucoup de problèmes avec les touristes. Tu dois les déclarer au poste de police. Et en plus, la plage est trop éloignée. Les touristes et les guides, ils cherchent toujours la zone touristique. Je préfère les étudiants, toute la journée ils sont en Faculté, la nuit ils dorment. Des petits studios. Un lit, un placard, une table. C'est tout. En général, ils ne ratent pas un mois pour chercher un autre studio l'année prochaine, non jamais, donc il est loué toute l'année. Par exemple, j'ai huit studios, j'ai 800 dinars par mois et j'ai la paix. Et puis je veux faire un commerce alimentaire, c'est le domaine qui va le mieux en Tunisie : le Tunisien, tu lui donnes de la nourriture, si un endroit a ouvert hier, demain tu ne trouveras pas une place tu n'as pas idée ! Si tu sors la nuit, tu vas voir la circulation ! Tu n'as pas idée sur la circulation à Sousse maintenant ».* Les gains du commerce permettent également d'affronter l'instabilité du pays de départ. Ils fonctionnent comme une assurance permettant de parer aux mauvaises conjonctures, aux soubresauts et crises éventuelles de l'économie nationale, dans un contexte d'incertitude[18].

[18] La crise du tourisme qui a suivi l'attentat de Djerba du 11 avril 2002 a été durement ressentie par les classes moyennes tunisiennes. Le tourisme est, avec l'agriculture, la première source de revenu du pays. Il atteignait 18 % du PIB tunisien en 2000. Il aurait connu une chute remarquable en 2002 (Chaponnière, 2002). Le commerce a pu permettre à ces femmes d'amoindrir le choc, même si la chute du pouvoir d'achat des ménages a également touché leurs activités.

En Algérie, l'argent gagné sert avant tout à faire vivre la famille, à assurer le quotidien ou à maintenir un niveau de vie perdu dans les années 90 avec la crise politique et économique, qui a touché de plein fouet les classes moyennes, jusqu'alors privilégiées par le pouvoir. Cet effondrement du pouvoir d'achat se conjugue avec un chômage endémique qui laisse époux et enfants sans emploi à la maison et à un désengagement financier des maris qui ne subviennent pas ou peu aux charges de la famille (pensions alimentaires non versées pour les femmes divorcées, contributions au ménage parcimonieuses des époux). Pourtant, même les femmes seules à charge de famille, dans une situation économique plus précaire, font profiter la parenté de leurs gains en concourrant ponctuellement à des achats ou des investissements (notamment lors des fêtes, des mariages par l'achat de nourriture, de pièces de trousseau, d'électroménager, etc.…). Cette participation aide souvent au silence de l'entourage, qui même s'il désapprouve sur le fond, accepte d'en partager les bénéfices, et finit même par l'exiger tacitement, comme un dû, une compensation à la perte d'honorabilité qu'entraînent ces activités peu conformes et qui pourrait rejaillir sur tout le groupe familial. Cela explique pourquoi la mobilité commerciale est tout de même largement tolérée par l'entourage, qui « ferme l'œil ».

En dépit des dépenses et des nombreuses négociations dans lesquelles elles s'engagent quotidiennement, la mobilité commerciale demeure pour les femmes un puissant outil d'autonomisation et d'individualisation. La mobilité inhérente à la pratique de ces activités commerciales et la responsabilité individuelle dans les prises de décisions permettent aux femmes d'échapper en partie au contrôle social. C'est pourquoi, dans les récits qu'elles font de leurs déplacements, elles expriment un vrai goût pour leurs activités. Le voyage, tout comme la vente dans les espaces publics, sont des formes d'affirmation de soi dans la mesure où ils permettent de s'extraire, socialement et spatialement, du foyer et de l'assignation à un statut contraignant. Ils permettent de se tracer une trajectoire personnelle, pour se négocier une nouvelle importance dans l'environnement social, notamment un pouvoir de décision financier. Bien qu'elles témoignent souvent d'une certaine lassitude et d'une grande fatigue, les femmes commerçantes expriment clairement un goût du voyage, qui témoigne de la sensation d'autonomie que leur procure leur activité. Elles aiment leur métier, dont elles signalent qu'elles ne pourraient se passer. La métaphore de la maladie ou du virus est régulièrement utilisée pour le qualifier. Par exemple, Hafida, la fille d'Hayet, déclare au sujet de sa mère : « *si elle ne part pas, elle étouffe, elle bouffe plus, elle tombe malade…* ».

Dans leur activité commerciale, les femmes sont seules juges de leurs actes et ne rendent pas compte de leurs activités. Elles en parlent d'ailleurs rarement en famille. Les époux comme les enfants ne connaissaient que peu de détails sur cette partie de la vie des femmes et ne montraient d'ailleurs aucune curiosité comme s'ils ne souhaitaient pas savoir de quoi il retourne exactement.

Une des filles de Khadîdja exprime tout autant son indifférence que la mise à distance des activités de sa mère : « *Non, je ne lui demande jamais rien… Si, si tout c'est bien passé, si elle n'est pas trop fatiguée. Je vais la chercher à l'aéroport en taxi, elle me dit ce qu'elle a rapporté… Il ne se passe rien là-bas, qu'est ce que tu veux qu'elle me raconte ? Elle fait ce qu'elle veut, de toute façon* […] *Moi, ça ne m'intéresse pas trop le commerce… Elles sont toutes à courir comme des folles, à faire que ça…* ! ». Un des maris manifeste lui aussi une indifférence feinte, qui ne cache pas ses soupçons : « *Qu'est ce que je peux dire, hein ? Elle en fait qu'à sa tête ! C'est sûr, elle se débrouille bien et ça nous aide. Surtout pour les enfants, les courses… le niveau de vie, quoi ! Mais ce qui se passe là-bas… Je préf… Je ne sais pas trop… Avant, elle laissait le n° de l'hôtel au cas où, maintenant elle a un mobile.* […] *Je pense pas… Elle est droite… Je pense pas… Mais bon, je préférerais qu'elle fasse autre chose. C'est pas facile pour nous, les enfants,… Une femme…Mais bon, elle s'en occupe bien, c'est une bonne mère, c'est pas ça… Mais les gens parlent, ils jugent… Y a pas beaucoup de femmes qui font ça…* ».

Ainsi les motivations de ces femmes à la pratique du commerce sont multiples (individuelles, familiales, d'ascension et de reconnaissance sociale…), même si c'est bien la part familiale de ces motivations qui permet d'expliquer la tolérance de leur entourage envers leurs activités. Il n'en demeure pas moins que ces activités entraînent un bouleversement de la place des femmes et des relations de genre au sein des espaces publics et privés.

2. Des trajectoires sociales différenciées

Si le commerce transfrontalier offre à ces femmes une voie de promotion sociale et d'autonomisation, les parcours sont néanmoins fort différenciés. Le jeu de balancier est fragile entre les bénéfices économiques et sociaux qu'elles tirent de leurs activités, et les coûts et désavantages sociaux liés au choix de pratiquer le commerce. La ligne de démarcation qui nous est apparue comme la plus évidente (mais elle a encore valeur d'hypothèse puisque ce travail se poursuit), est celle qui sépare les femmes tunisiennes des femmes algériennes, qui s'assortit d'une autre variable : le contexte familial dans lequel elles évoluent.

Les commerçantes rencontrées appartiennent à des classes d'âge très différenciées, qui s'échelonnent de 20 à 65 ans pour les Algériennes, et de 22 à 55 ans pour les Tunisiennes. Les profils se ressemblent du point de vue des origines sociales - la plupart sont issues de la petite classe moyenne urbaine ou, moins souvent, et pour les plus jeunes, des classes populaires. Plus que leur âge ou origine sociale, c'est davantage le contexte conjugal et l'histoire familiale, ainsi que le regard porté par l'entourage sur leurs activités, qui semblent varier d'un pays à l'autre. Par

conséquent, ce sont également la signification qu'elles accordent au commerce et les bénéfices sociaux qu'elles en tirent qui diffèrent.

Il semble, en effet, que les parcours des commerçantes tunisiennes s'inscrivent dans des contextes sociaux et familiaux relativement sereins, qui leur permettent de mettre en œuvre de façon confortable leurs stratégies de mobilité sociale. Les quarante femmes tunisiennes qui ont été interrogées étaient pour la plupart mariées, à l'exception des plus jeunes, qui voyagent en compagnie de leurs mères ou de leurs sœurs aînées. Il n'y avait pas de divorcées parmi les femmes rencontrées, et seulement deux veuves, mais elles pratiquaient déjà le commerce avant le décès de leurs maris.

Les maris des commerçantes tunisiennes sont petits fonctionnaires, commerçants, employés, ouvriers, chômeurs ou encore, pour les femmes qui ont réussi le mieux, leurs assistants. Ces familles ont parfois connu un processus de déclassement social, suite à un licenciement ou encore à un accident de travail du mari, ce qui a encouragé à la femme à se lancer dans le commerce informel. Cependant, à la différence des femmes algériennes, les femmes tunisiennes n'ont pas connu de grandes ruptures dans leur vie familiale. Ainsi, la décision de remédier par le commerce aux difficultés financières du couple semble avoir été prise d'un commun accord. C'est parce que le commerce représente la meilleure opportunité de mobilité sociale pour le ménage qu'il est accepté et même appuyé par le mari. Par ailleurs, certaines femmes tunisiennes ont pris le relais de leurs époux dans le commerce transfrontalier, car avec la restriction croissante des conditions d'entrée dans l'espace Schengen, sa pratique devenait de plus en plus difficile pour les hommes. D'autres ont connu avec leur époux une situation d'émigration, en France ou en Italie. La décision du retour a alors été prise ensemble, devant le constat que la promotion sociale et le réinvestissement des gains de la migration ne pouvaient avoir lieu qu'au pays d'origine. Lamia, qui est, parmi les femmes rencontrées, celle qui a connu le succès commercial le plus éclatant, a derrière elle une longue expérience migratoire. De 1981 à 1995, elle a vécu en Italie, et travaillait en tant que domestique auprès d'un ancien ministre. Son mari était alors chauffeur pour une agence de détectives privés. En 1995, après avoir *sudato sette camicie*[19] pendant 14 ans, ils font le choix de rentrer au pays, tout en conservant leur permis de séjour italien et de nombreux contacts en Italie. Leur expérience migratoire leur a permis de se constituer un patrimoine relationnel dont ils tirent profit lors de leurs va-et-vient.

Ces femmes ne se trouvent donc pas en position de marginalité ou d'échec du point de vue de leur situation conjugale. À l'inverse, on peut même dire que la réussite de l'entreprise commerciale repose sur une certaine « paix du ménage ». Les transformations qu'engage le commerce sont

[19] Littéralement *consommé sept chemises à la sueur* : se dit pour signifier que l'on a beaucoup travaillé.

négociées sans rupture, sous couvert de continuité, même si dans les faits, nous l'avons dit plus haut, la mobilité introduit des bouleversements dans la vie familiale et notamment dans la capacité à prendre des décisions des femmes. Le statut des plus jeunes, encore non mariées, ne souffre pas non plus d'ambiguïté, dans la mesure où elles sont toujours entourées dans leurs voyages par des femmes plus âgées, qui font en quelque sorte figure de « tutrices ». Cependant, si la pratique du commerce est socialement acceptée, c'est au prix d'une grande fatigue physique pour les femmes puisqu'elles ne doivent jamais déroger à leurs devoirs de femmes au foyer et de mère de famille.

Il semble qu'il y ait une différence fondamentale entre les femmes tunisiennes et algériennes. Alors que la pratique commerciale et la circulation semblent pouvoir être négociées sans trop de difficultés par les Tunisiennes, ces activités paraissent être beaucoup moins bien acceptées en Algérie.

La majeure partie des femmes algériennes dans le commerce informel ont vécu une rupture familiale. La plupart d'entre elles sont divorcées, veuves ou remariées, et fréquemment victimes de violences conjugales. Les récits de vie que nous avons collectés laissent apparaître des fractures douloureuses et une position sociale fragile[20]. Discriminées juridiquement et socialement par le simple fait d'être femme dans la société algérienne, elles sont d'autant plus en but à l'ostracisme social que leur statut matrimonial les marginalise encore davantage. La position de veuve ou divorcée les rend vulnérables, elles ne rentrent pas dans les cadres normatifs qui régissent la place et les rôles féminins. Même celles qui sont mariées ont souvent connu une rupture matrimoniale, il s'agit parfois d'un second, voire d'un troisième mariage. Elles ont dû se battre pour se faire accepter dans les belles-familles, faire admettre les enfants d'un précédent mariage. Les couples sont généralement en crise, la violence et l'infidélité sont récurrentes, les maris délaissent leur famille, ne subviennent pas aux besoins du ménage. Ces situations se retrouvent quels que soient l'origine sociale et l'âge des commerçantes. Les catégories sociales les plus représentées sont celles de la petite classe moyenne urbaine. Filles d'artisans ou de paysans, elles avaient souvent accédé à une position sociale plus valorisée par le mariage (époux employés, fonctionnaires, cadres d'entreprises nationales). La plupart ont été scolarisées, certaines jusqu'au baccalauréat et les plus âgées ont parfois fréquenté des institutions françaises sous la colonisation. Les plus jeunes sont plus fréquemment issues des classes populaires urbaines et ont quitté le domicile parental assez tôt.

La plupart ont exercé un emploi avant de se lancer dans le commerce (employées de bureaux, fonctionnaires, infirmières, vendeuses) mais ont souvent été victimes de licenciements, ont dû abandonner leur emploi suite à des menaces durant les années de terreur ou quittent volontairement

[20] Certaines ont également connu une émigration antérieure, en France la plupart du temps. Le retour en Algérie marque souvent un échec dans le projet migratoire (divorce, précarité extrême) et quelques-unes ont évoqué des expériences de vie marginale (concubinage, prostitution, fréquentation du monde de la nuit).

leur travail peu rémunérateur pour le “bizness”. Ainsi, si nous voulions brosser un profil de trajectoires de ces femmes algériennes engagées dans le commerce informel, nous dirions qu’il se caractérise par une promotion et une intégration sociales interrompues, un statut marginal, en dehors des normes sociales, une absence de protection familiale et juridique, des difficultés économiques, et souvent des charges familiales qu’elles sont seules à assumer. Elles sont ce que nous pourrions nommer des « déclassées », des mises au ban, en dehors des cadres institués et des statuts auxquels la société pourrait leur accorder une reconnaissance. Elles sont donc marquées par la honte, le déshonneur ou la stigmatisation.

Aussi, l’engagement dans la carrière commerciale va être à la fois une solution pour pallier à leur précarité économique mais aussi reconquérir un statut social valorisant. La pratique du commerce constitue une réponse à une situation de « déclassement » et de marginalité sociale plus accentuée, même si cette position de « mise au ban » ne les empêche pas de reconquérir un nouveau statut social par le commerce. Il semble d’ailleurs que c’est ce statut de « déclassées », déjà en dehors des normes, qui va leur permettre de dépasser les contraintes morales et les conventions qui stigmatisent la mobilité et les activités commerciales féminines. En effet, la mise au ban et l’ostracisme dont elles sont victimes, la « mauvaise réputation » les affranchissent d’un respect absolu et d’une conformité aux normes sociales qu’elles ont déjà bousculées. Il leur est alors plus facilement « permis », il est davantage toléré que leurs comportements ne s’inscrivent pas dans le rôle que la société attend d’elles. Les ruptures familiales et sociales, sont alors une étape, forcée, dans un processus d’autonomisation, d’affranchissement et d’individualisation partielle.

Cependant, cet affranchissement aux normes ne signifie pas rupture avec la société d’origine ou le groupe d’appartenance. Nous n’avons pas constaté d’éloignement avec l’environnement familial, et rarement de désir de partir ou d’émigrer. Au contraire, toutes les stratégies mises en œuvre par ces femmes vont dans le sens d’une réintégration et d’une promotion sociale mais aux nouvelles conditions qu’elles ont acquises dans leur expérience commerciale. La mobilité et l’activité commerciale deviennent alors un moyen de reconquérir un statut perdu. Elles vont chercher ailleurs ce que la société ne peut et ne veut leur accorder ici, mais le réinvestissement symbolique et la reconnaissance ne peuvent être réalisés que dans l’environnement social d’appartenance. Ce n’est que là qu’elles pourront mesurer le chemin parcouru et le faire reconnaître.

Samira, divorcé, sans enfants, âgée d’une trentaine d’années nous le dit à sa manière en 1999 à Istanbul : « *Pourquoi je fais le commerce ? D’abord, c’est pour l’argent bien sûr ! Avant, j’étais marié, mais je suis pas resté marié longtemps, un an, c’est tout… Après quand il a divorcé, je me suis retrouvée chez mes parents. Mais ils sont pas riches, j’avais plein de frères et sœurs, encore à l’école. J’ai cherché du travail pour aider, mais j’ai rien trouvé. Des ménages, tu parles !* […] *Maintenant, mon but, c’est d’abord d’acheter un appartement, une voiture pour être plus libre et*

d'ouvrir un commerce, de m'enregistrer au registre du commerce, d'avoir une carte, comme ça je pourrais avoir le visa commerçant pour la France. […] *Je voudrais bien me remarier, mais un bien, hein, cette fois ci ! Je vais bien le choisir… l'observer, le tester ! L'appartement, c'est pour ça… Tu vois, c'est pas facile chez nous d'avoir un appartement, et puis comme ça je serai chez moi ! Si ça marche pas, lui il part ! Et moi, je reste, je suis pas à la rue, même si j'ai des enfants et tout !* » Nous la retrouvons six ans plus tard à Alger et elle semble en passe d'avoir réalisé ses projets. Associé à un commerçant, elle tient une boutique dans un petit centre commercial en plein centre ville très fréquenté. Elle s'est spécialisée dans la confection pour femmes qu'elle rapporte d'Istanbul, où elle continue à se rendre plusieurs fois par mois. Elle fait figure de réussite parmi les femmes trabendistes sur la place d'Alger, est souvent citée en exemple mais aussi beaucoup jalousée pour son succès et son indépendance. Elle s'est acheté un appartement dans les nouvelles périphéries pour classes moyennes qui se développent tout autour de la capitale, qu'elle a meublé avec du mobilier importé de Turquie, a passé son permis de conduire et hésite à s'acheter une voiture, et s'apprête à faire construire une villa. Elle se rend aussi régulièrement en France où elle a de nombreux amis et de la famille. Il n'y a que sa situation matrimoniale qui n'a guère changé et elle semble avoir connu plusieurs déceptions : « *Me marier, non, non, je ne crois pas ! Pourquoi faire ? Je suis bien comme ça ! Les hommes, on ne peut pas leur faire confiance, ils n'ont pas de parole ! Ici, on ne peut pas compter sur eux, ils sont tous pareils ! […] Moi, ce que j'aimerais bien, c'est ramener une gamine et l'adopter pour qu'elle devienne ma fille. Ça oui, j'aimerais bien avoir une fille. J'y pense à adopter.* »

Les Algériennes se distinguent donc des Tunisiennes par la fragilité de leur position sociale et par les contraintes qui pèsent sur elles. Ces différences sont révélatrices des ruptures profondes qui ont secoué la société algérienne au cours des années 90 et de la mise à l'écart d'une grande partie de la population, à qui aucun avenir n'est promis. Ce processus de déclassement de la classe moyenne s'est produit également en Tunisie, mais de façon moins nette et, évidemment, sans la violence qui a caractérisé l'Algérie pendant les années de terreur.

Ces différences doivent également être mises en relation avec les normes sociales et le contexte juridique qui régissent la place de la femme dans les sociétés algérienne et tunisienne. En Tunisie, la femme dispose d'une plus grande marge d'action et de décision, et l'autonomie juridique, notamment en matière de liberté de circulation, est bien plus affirmée qu'en Algérie, malgré les amendements récents apportés au Code la Famille. Ce dernier, dénoncé par les associations féminines comme le « Code de l'infamie » impose des contraintes fortes sur la mobilité

ou l'activité professionnelle des femmes[21]. Ainsi, Zaïna s'est vu retirer son passeport par son mari qui ne supportait plus qu'elle s'absente. Elle a dû céder sous les coups et la menace de dénonciation pour abandon du domicile conjugal qui lui aurait fait perdre ses enfants et risquer la prison. La forte proportion de femmes « sans homme » s'explique d'ailleurs aussi pour cette raison. Si dans un contexte de crise économique et de chômage endémique, le commerce informel est un des rares moyens pour elles de gagner leur vie et de subvenir à leur famille, il leur est également plus accessible car elles sont moins soumises à la contrainte masculine. Si la circulation commerciale est donc « plus facile » pour les femmes sans conjoint, et peut se justifier aux yeux de l'environnement par la nécessité de gagner leur vie et de subvenir aux besoins de leurs enfants, la situation est plus délicate pour les femmes mariées. La quasi-totalité d'entre elles évoque les suspicions des maris et les scènes provoquées par leur départ. Plusieurs d'entre elles ont ainsi dû arrêter leurs activités pour préserver leur mariage et le statut social qu'il leur confère.

3. De nouvelles formes de mobilité féminine ?

En parallèle aux circulations commerciales féminines, les migrations de femmes maghrébines se sont développées depuis une quinzaine d'années en Europe[22]. On peut s'interroger sur les possibles relations entre le développement de ces deux formes de mobilité : la circulation commerciale doit-elle être considérée comme une simple activité de niche, affaire de quelques « privilégiées » et unique canal de promotion sociale ? Ou bien cette circulation peut-elle être lue comme un des aspects d'un processus plus général d'autonomisation des femmes et d'individualisation dans les sociétés maghrébines ? L'émergence de nouvelles formes de mobilité féminines est-elle révélatrice d'une redéfinition du rôle de la femme/de l'homme dans les sociétés maghrébines ? Dans cette dernière partie, nous souhaiterions, plutôt que d'apporter des réponses, lancer quelques questionnements et pistes d'interprétation en vue de futurs travaux de recherche, visant à éclairer de façon globale la signification des nouvelles mobilités féminines dans l'espace euro-méditerranéen.

Le développement de la migration de travail féminine maghrébine

[21] En mars 2005, l'Assemblée algérienne a adopté un nouveau Code de la Famille qui ne procure que quelques timides avancées en matière d'égalité juridique des femmes. La tutelle matrimoniale est maintenue, ainsi que le devoir de la femme « d'obéir à son mari ». Ce dernier point notamment peut permettre à l'époux d'interdire à sa femme de travailler ou de voyager.

[22] En 2004, les femmes représentaient 36,4 % de la population étrangère féminine résidant en Italie, contre 17,1 % en 1991, selon les données de l'ISTAT. De même, en France, selon l'INSEE, la population féminine est passée de 38,6 % de la population maghrébine en 1982 à 43,8 % en 1998.

Depuis la seconde moitié des années 90, un certain nombre de travaux, notamment parmi ceux concernant les « nouveaux pays d'immigration » en Europe du Sud, se sont penchés sur la figure de la migrante maghrébine, en cherchant à intégrer à la fois la sphère productive et la sphère reproductive dans leurs analyses des trajectoires de femmes[23]. Ces travaux qui témoignent à la fois d'un changement de regard sur les flux[24] et de l'évolution de la figure de la migrante, soulignent tous que les femmes maghrébines, qu'elles entrent en Europe par le biais du regroupement familial (ce qui demeure encore le principal canal d'entrée, en France notamment) ou comme primo-migrantes (ce qui est de plus en plus fréquent en Italie et en Espagne), sont porteuses de leur propre projet et d'objectifs personnels, qui ne doivent pas être confondus avec ceux de la famille, comme le voudrait une représentation qui continue à considérer ces femmes avant tout comme des « suivantes » et des mères de famille[25]. Ce qui semble unir ces femmes est leur capacité à prendre en main leur situation, à se tracer une trajectoire de promotion sociale « à compte d'auteur ».

Ces travaux insistent également sur la diversité des profils sociaux et professionnels de celles qui émigrent. Si l'accent est souvent mis sur le rôle central des femmes migrantes dans le cadre d'une division sexuée et ethnique du marché mondial du travail (travailleuses domestiques et métiers du *care* : garde d'enfants, de personne âgées…, prostitution et métiers de l'*entertainment*), d'autres profils et projets féminins apparaissent également, même s'il sont évoqués moins fréquemment : commerce, carrières associatives, études… Ces travaux font également émerger la fréquence des passages d'un secteur d'activité à l'autre, dans la logique du système post-fordiste.

Il existe, à première vue, de grandes divergences entre ces figures de la migration féminine et les commerçantes circulantes. La première d'entre elles réside dans le fait que les migrantes, à la différence des circulantes, répondent souvent à une demande spécifique du marché du travail de la part des sociétés d'accueil. Les femmes qui pratiquent la circulation commerciale, de leur côté, s'intègrent dans un des rares secteurs économiques des pays du Maghreb qui offre des opportunités de ressources.

De plus, les secteurs d'activité dans lesquels on retrouve les femmes installées en Europe sont nettement moins valorisants socialement. La prostitution et le travail domestique, qui apparaissent comme les principales niches d'insertion des migrantes, se présentent comme des secteurs de subordination et semblent offrir des opportunités d'ascension sociale bien limitées, alors que l'entrepreneuriat offre davantage d'opportunités. Mais la différence principale entre ces deux figures de la mobilité féminine réside dans leur projet migratoire et dans leur relation au pays et à la

[23] Zontini, 2002

[24] Au cours des années 90, un changement d'approche s'opère dans les études migratoires en faveur d'un regard plus attentif aux formes d'autonomisation (*empowerment*) et aux stratégies des acteurs, notamment dans le cas des femmes.

[25] Ramirez, 1999 ; Charef, 2002 ; Zontini, 2002 ; Morniroli, 2003 ; Decimo, 2005.

société d'origine. Les commerçantes circulent « pour rester », pour ne pas avoir à quitter définitivement leur environnement social d'appartenance, qui reste leur principal lieu d'ancrage[26] et de réalisation, tandis que les femmes qui franchissent le cap de s'établir plus ou moins longtemps en Europe marquent par un double ancrage une certaine mise à distance avec leur lieu d'origine.

La migrante maghrébine, à la différence des circulantes qui ne font que passer dans les places marchandes et n'entretiennent que d'éphémères et faibles liens avec les sociétés locales, développe des stratégies d'insertion et s'intègre dans un champ de relations sociales dans le pays d'accueil. On retrouve cette représentation de la migrante maghrébine aussi bien dans les travaux concernant les migrations familiales que dans ceux portant sur les femmes émigrant « seules » (hors du regroupement familial), même si les modalités et motivations d'insertion économique et sociale présentent de multiples aspects. Dans les travaux sur les migrations familiales, en effet, la femme est souvent envisagée comme une médiatrice, un « pont », entre deux cultures, entre sa famille et son mari, d'une part, et la société d'accueil, de l'autre. Dans les travaux sur les femmes maghrébines émigrant seules, en revanche, il est montré que l'émigration est vécue comme une forme de rupture avec le lieu d'origine et comme un moyen de partir sur de nouvelles bases, de se construire un nouveau projet de vie au pays d'accueil. Ces migrantes ne laissent que rarement derrière elles des situations maritales : elles sont en général célibataires, veuves, divorcées ou répudiées[27]. Les études sur les femmes maghrébines « en solitaire » insistent, par ailleurs, sur les coûts sociaux assumés par les migrantes qui seraient fort élevés en regard de la dynamique d'autonomisation et de promotion sociale que procurerait la mobilité.

Pourtant, il ne faudrait pas tomber dans le travers qui a longtemps dirigé les études sur les travailleurs immigrés masculins en les envisageant uniquement du point de vue du pays d'immigration et comme des « célibataires » en occultant l'importance de l'environnement familial resté au pays. N'est-il pas un peu court du point de vue de l'analyse de réduire la migration autonome des femmes à une volonté de rupture avec la société d'origine ? L'intensité des liens entre les communautés immigrées et les sociétés d'origine, et la fréquence des allers-retours nous donne à nous interroger sur une si flagrante rupture que l'on suppose quasi-évidente pour des femmes qui seraient en but à la discrimination sociale et juridique dans leurs pays d'origine. Les femmes migrantes ont parfois laissé des enfants à la charge de leur famille, elles contribuent beaucoup aux ressources familiales, elles permettent par le mariage à de jeunes hommes de rejoindre l'Europe, etc… et entretiennent ainsi de multiples manières leur place au pays.

[26] Morokvasic, 1996.
[27] Ramirez, 1999, 2002 ; Zontini, 2002 ; Morniroli, 2003 ; Manry, 2005.

Quelques pistes de recherche

Il nous semble que la figure de la commerçante circulante tout comme celle de la femme migrante doivent être inscrites dans un contexte plus large. Le rapprochement de ces deux versants de la mobilité féminine peut nous permettre d'appréhender à la fois la question des reconfigurations des mobilités féminines et les évolutions profondes que connaissent les sociétés maghrébines. Une des thématiques centrales que les analyses devraient approfondir tourne autour de la signification sociale que ces femmes et leur environnement donnent à cette mobilité. Dans ces deux figures, en effet, la mobilité géographique semble bien représenter une ressource de mobilité et de promotion sociale.

Même si les réussites ne sont pas les mêmes et les secteurs d'activité plus ou moins valorisants socialement, il semble exister des points communs dans les parcours de toutes ces femmes : une mise au ban initiale (moins forte pour les Tunisiennes) qui, paradoxalement, permet le reclassement ; une stigmatisation qui permet l'affranchissement. On peut d'ailleurs se demander, dans le cas des femmes maghrébines émigrant « seules » en Europe, et à l'instar des circulantes algériennes, si la stigmatisation et la marginalisation dont elles sont l'objet dans leur communauté ne leur facilitent pas l'accès à certaines opportunités sociales. Dans les pays d'accueil, n'est-il pas plus facile pour ces femmes que pour les hommes de traverser certaines barrières sociales ?

Par ailleurs, la migration et la circulation témoignent d'un processus d'individualisation et d'émergence d'une classe moyenne au sein des sociétés maghrébines, sociétés dans lesquelles les canaux locaux de mobilité économique et sociale sont limités et où la mobilité transnationale reste, pour les hommes comme pour les femmes, le principal moyen de promotion. On pourrait alors s'interroger sur l'existence et les modalités d'organisation d'un transnationalisme au féminin. Travailler et vivre dans un pays ne signifie pas, en effet, que les liens soient rompus au pays d'origine. La représentation des femmes immigrées comme tournées vers l'intégration locale dans le pays d'accueil (par opposition aux hommes regardant vers le pays d'origine), lieu commun de la littérature sur les femmes maghrébines, n'est-elle pas le produit de certains stéréotypes de genre, qui voient la femme dans l'enracinement et l'homme dans le mouvement ? Ne faudrait-il pas plutôt s'intéresser à la dialectique entre ancrage et mobilités/ressources transnationales dans les trajectoires de vie des femmes migrantes ?

De même, la représentation de certaines de ces femmes, qui émigrent hors du regroupement familial, comme « seules » pose problème. Est-on seule lorsque l'on n'est pas mariée ? Il faut donc se pencher sur leur champ relationnel, sur leurs modes d'organisation et sur la signification qu'elles donnent à leur migration, en la mettant en perspective avec les parcours des commerçantes. Nous pourrons alors nous demander : peut-on parler, au-delà de ce qui sépare ces femmes, de formes de

transnationalisme spécifiquement féminines ? En d'autres termes, au-delà des dissemblances entre migrantes et circulantes, constate-t-on l'émergence de formes de mobilité genrées ? Dans quelle mesure cela peut-il nous aider à envisager différemment (en matière de projet migratoire, d'organisation communautaire…) les communautés maghrébines présentes en Europe ? Cela pourrait également nous mener à relativiser l'opposition entre migration et circulation au profit de l'idée d'ancrage multiples des femmes (et des hommes) en mobilité.

Un autre point sur lequel nous souhaiterions nous interroger, toujours dans le but de mieux comprendre dans quelle mesure les mobilités féminines sont révélatrices de changements profonds dans les sociétés maghrébines, concerne les relations induites par la migration féminine entre celles qui partent et celles qui restent, et la façon dont les migrantes transforment les relations de genre dans les sociétés d'origine. Si la migration est pour les femmes un outil d'autonomisation, n'est-elle pas également un instrument de contrôle et de subordination envers celles qui restent (les filles, les soeurs, les " petites bonnes "…) ? Ou bien, au contraire, « celles qui restent » n'ont-elles pas tendance, non seulement à tirer profit du gain en migrations de « celles qui partent », mais également à s'approprier les espaces professionnels et domestiques laissés vacants, et donc à conquérir une légitimité, un pouvoir de décision, que les migrantes auraient perdu du fait de leur « absence » ?

Nous posons ici un certain nombre d'hypothèses qui ne sont pas exhaustives mais qui ressortent des questionnements qui se sont posés à nous lors des recherches que nous avons menés sur l'investissement des femmes dans la circulation et le commerce informel dans l'espace méditerranéen. Par-delà la spécificité des parcours et des activités de femmes que nous avons rencontré et qui constituaient le point de départ de nos travaux, il apparaît que tout un champ d'investigations et de d'analyse compréhensive reste à explorer pour appréhender toute la complexité du lien entre la mobilité et le changement social.

Conclusion

Nous avons voulu montrer, en partant de l'analyse des circulations commerciales féminines, l'émergence de nouvelles modalités d'inscriptions sociales, urbaines et économiques des femmes en Algérie et en Tunisie. Les femmes articulent processus d'honorabilisation locale, mobilité et affranchissement des normes. Ces mobilités féminines révèlent la forte et irréversible évolution de la place des femmes dans les sociétés maghrébines entamée après la décolonisation[28]. Si le statut juridique de la femme au Maghreb reste à améliorer, malgré certaines avancées, si le modèle patriarcal domine toujours, si le contrôle social sur les femmes reste coercitif ; dans l'espace public,

[28] Daoud, 1996.

sans faire de bruit, les femmes ont pris une place et un poids considérable. En invitant, dans une dernière partie, à approfondir la comparaison entre femmes migrantes et femmes circulantes, nous souhaitons avancer l'hypothèse que les formes de mobilité contemporaines sont à la fois révélatrices et transformatrices des sociétés maghrébines actuelles : les mobilités des femmes, même pour celles qui sont installées en Europe, sont le produit d'une transformation en profondeur des cadres sociaux et normatifs au Maghreb, en même temps qu'elles contribuent en retour à transformer ces cadres.

Références bibliographiques

BERRY-CHIKHAOUI Isabelle (2000), « Territorialités féminines dans la ville au Maghreb : quelques éléments de réflexion », in Christian Lochon, Véronique Bodin, Jean-Pierre Doumenge (Eds), *Femmes et Islam, Actes du colloque « Rôle et statut des femmes dans les sociétés contemporaines de tradition musulmane »*, Paris, CHEAM, 15-16 décembre 1999, pp.114-126.

BOULAHBEL Yeza (1996), « Dames de France et d'Algérie : une stratégie d'autonomisation à l'ombre des traditions », *Cahiers du Mage*, 3, pp. 105-114.

CATARINO Christine, MOROKVASIC Mirjana (2005), « Femmes, genre, migrations et mobilités », *Revue Européenne des Migrations internationales*, 21 (1), pp.7-23.

CEDREF (2003), *Genre, travail et migrations en Europe*, HERSENT Madeleine et ZAIDMAN Claude (coord.), Paris, Publications Universitaires Denis Diderot, 271 p.

CHAPONNIÈRE Jean Raphaël (2002), *Le tourisme, enjeu en Méditerranée*, Fiche de Synthèse de la Direction des Relations Economiques Extérieures, 7 p.

CHAREF Mohammed Ed. (2002), *Les migrations au féminin*, Agadir, Sud Contact, 208 p.

DAOUD Zakya (1996), *Féminisme et politique au Maghreb. Sept décennies de lutte*, Casablanca, EDDIF, 409 p.

DECIMO Francesca (2005), *Quando emigrano le donne. Percorsi e reti femminili della mobilità transnazionale*, Bologne, Il Mulino, 236 p.

EL HARIRI Saâdia (2003), « Les Marocaines au coeur d'un nouveau circuit d'échanges marchands: entre ici et là-bas », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 19 (1), pp. 195-222.

HADJIJ Chérifa (2000), « Des "femmes d'Alger dans leurs appartements" aux femmes dans Alger », *La pensée de Midi*, 3, pp. 23-30.

HANNERZ Ulf (1996), *Transnational Connections. Culture, People, Places*, Londres, Routledge, 201 p.

JOMNI Sofia (2000), « Les femmes dans le secteur informel en Tunisie : dualité des formes d'activité et reconnaissance sociale du travail féminin », in Christian Lochon, Véronique Bodin, Jean-Pierre Doumenge (Eds), *Femmes et Islam*, Actes du colloque « Rôle et statut des femmes dans les sociétés contemporaines de tradition musulmane », Paris, CHEAM, 15-16 décembre 1999, pp.128-155.

MANRY Véronique (2005), « Les mobilités féminines maghrébines dans l'espace euro-méditerranéen : Quand Fatima, Assia, Meryem et les autres prennent la route… », *Migrations Société*, 17, 99-100, pp. 201-213.

Migrations Société (2005), dossier « Femmes dans la migration », 17, 99-100, pp. 65-246.

MORNIROLI Andrea (Ed.) (2003), *Maria Lola e le altre in Strada*, Naples, Editions Intra Moenia, 283 p.

MOROKVASIC Mirjana (1996), « Entre l'Est et l'Ouest, des migrations pendulaires », in Mirjana Morokvasic, Rudoph Hedwig (Eds), *Migrants. Les nouvelles mobilités en Europe*, Paris, L'Harmattan, pp.119-157.

PERALDI Michel (Ed.) (2001), *Cabas et containers, Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*, Paris, Maisonneuve et Larose, 361 p.

PERALDI Michel (Ed.) (2002), *La fin des norias ? Réseaux migrants dans les économies marchandes en Méditerranée*, Paris, Maisonneuve et Larose, 495 p.

RAMIREZ Angeles (1999), « La valeur du travail, l'insertion dans le marché du travail des immigrées marocaines en Espagne », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 15 (2), pp. 9-36.

RAMIREZ Angeles (2002), « Les migrations internationales et les rapports de sexe, les femmes marocaines en Espagne », in Mohamed Charef (Ed.), *Les migrations au féminin*, Agadir, Sud contact, pp. 85-98.

Revue Européenne des Migrations Internationales (2005), dossier « Femmes, genre, migrations et mobilités », 21 (1).

SCHMOLL Camille (2003), « Mobilità e organizzazione delle commercianti tunisine », in *Stranieri in Italia. Un'immigrazione normale*, G. Sciortino, A. Colombo (Eds.), Bologne, Il Mulino, pp. 195-211.

SCHMOLL Camille (2005), « Pratiques spatiales transnationales et stratégies de mobilité des commerçantes tunisiennes », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 21 (1), pp. 131-153.

SOPEMI (2001), *Trends in International Migration, Continuous Reporting System on Migration*, rapport annuel, Paris, publications de l'OCDE, 368 p.

TARRIUS Alain (1992), *Les Fourmis d'Europe. Migrants riches, migrants pauvres et nouvelles villes internationales*, Paris, L'Harmattan, 207 p.

ZAKAD Abderahmane (2001), *Trabendo. Une femme dans les affaires*, Paris / Alger, La Marsa, 272 p.

ZONTINI Elisabetta (2002), « Towards a Comparative Study of Female Migrants in Southern Europe », *Studi Emigrazione*, 145, pp.107-134.