Clifford Geertz

*Le Souk de Sefrou, Sur l’économie du bazar*

**Introduction de Daniel Cefaï, de l’université Paris X Nanterre**

Geertz a préparé son doctorat à Harvard sous l’égide de Talcott Parsons, travaillant notamment avec les chercheurs de l’école *culture and personality*. Sa 1e enquête conséquente porte sur l’aire indonésienne dans les années 1950. De ce travail de terrain de deux ans et demi sont issues sa thèse *La religion de Java* et une série de travaux d’anthropologie économique (Geertz a reçu une solide formation économique).

*Le Souk de Sefrou* est la seconde partie d’un ouvrage en trois volets, *Meaning and Order in Moroccan Society*. Le projet est d’envergure, il s’appuie sur des statistiques de recensement, sur l’abondante bibliographie engendrée par le Protectorat français (archives et dossiers de la municipalité), et sur l’observation directe guidée par un repérage cartographique et une documentation iconographique fournis. L’ouvrage est aussi un travail d’équipe concernant notamment Hildred Geertz (son épouse), dans un « esprit de famille » soutenu par la perspective commune de l’anthropologie interprétative.

La réception de l’œuvre de Geertz fut confidentielle en ce qui concerne ce titre, mais l’influence de cet auteur déjà en voie de célébrité devait se faire sentir sur les générations de sociologues à venir. Les travaux concernant le même domaine, publiés dans les années 1960 et 1970 se réclament en reconnaissance de dette ou en affirmation de dissidence du style d’écriture inauguré par Geertz. Le Maroc, totalement marginal dans l’anthropologie américaine du début des années 1960, devient alors un terrain crucial des manœuvres scientifiques et politiques de la discipline.

**Les principes de l’analyse culturelle**: le monde social se donnerait tout entier à lire, à comprendre et à déchiffrer comme un texte, incarné dans des contextes d’expérience ordinaire et de sens commun qui parfois restent à décoder. La définition canonique de Geertz fait de la culture un « enchevêtrement de toiles de significations que l’homme a lui-même tissées et où il est pris ». Il défend un récit ethnographique qui recourt à des « concepts proches de l’expérience » et tente de se couler dans le « point de vue de l’indigène » ; il préfère se référer à une perspective des sciences de la culture plutôt qu’à celle des sciences de la nature. La description du souk épouse donc le chaos des ruelles et la cohue des foules, elle fait sentir la profusion sensorielle du marché et éprouver la partition irrégulière des échanges et des contrats. Les formes symboliques en sont, non pas des représentations mentales, mais les nervures et les jointures mêmes. Geertz montre une sensibilité aigue au monde comme champ phénoménal. La cohérence des formes culturelles se donne dans leur architecture verbale, c’est pourquoi il se livre pratiquement à un exercice d’orientaliste en recensant les constellations de mots circulant dans le souk. Pourtant, les analyses pèchent parfois par leur déficit de description ethnographique des contextes de performance discursive : Geertz est moins intéressé par un pragmatique que par une sémantique des mondes de la vie.

L’ouvrage établit d’autre part l’équilibre entre anthropologie culturelle et anthropologie sociale. La culture n’est pas « déterminante en dernière instance » : elle fournit des matrices de stabilité, de conformité à l’ordre social, mais elle est suffisamment souple pour laisser leur part d’improvisation aux arrangements situationnels.

Geertz donne une formule éclairante de l’*ethos* local : « la passion marocaine de tout organiser en termes de rencontre frontale des individus à l’intérieur d’un code moral-légal général, universel, qui est utilisé comme base pour conclure des contrats, disputer des problèmes, régler des conflits, maximiser des choix et s’ajuster à une réalité fuyante, se retrouve dans chaque aspect de la vie locale ». Il convient dès lors de se livrer à une écologie des professions, des processus d’échange et d’urbanisation – incompréhensibles sans la médiation de formes symboliques. Geertz bénéficie à Sefrou d’amples moyens d’investigation, aussi le lecteur dispose d’un profil statistique de cette population aussi élaboré que celui de toute petite ville du New Jersey. Le travail cartographique est extrêmement important et précis.

**Texte de Geertz :**

L’auteur s’autorise tout d’abord à caractériser la civilisation du Moyen Orient par son institution clé du bazar (à noter : ce terme n’est pas employé au Maroc), à l’instar d’une caractérisation de la Chine et de l’Inde classiques par la bureaucratie des mandarins. Le bazar est un système singulier de relations sociales, centré autour de la production et de la consommation de biens et services, une espèce de l’économie qui mérite une analyse en tant que telle.

**La recherche d’informations** : L’économie du bazar respecte les axiomes classiques de l’économie (optimisation de la satisfaction utilitaire), mais avec une grande souplesse. L’information est en général pauvre, rare, mal distribuée et intensément valorisée. Le niveau d’ignorance est élevé, concernant la qualité des produits, les prix du marché ou les couts de production. Le fonctionnement du bazar peut s’interpréter comme une tentative d’accroitre ou de réduire une telle ignorance. La recherche et la protection symétriques de l’information sont la règle du jeu. Il s’ensuit pour les acheteurs une tendance à examiner en profondeur les possibilités avec des partenaires singuliers plutôt qu’à prendre une vue large de la concurrence.

**Le bazar de Sefrou :** Dans l’ensemble du monde arabe, le marché est désigné par le terme *suq* (avec tous les dérivés possibles, notamment *suwwaq* le vendeur de marché). Les Sefrouis divisent le bazar en trois domaines : 1. Les quartiers de commerce permanents de la vieille ville et ses extensions récentes ; 2. Le réseau de marchés périodiques qui s’étend aux campagnes voisines ; 3. Le district des affaires, plus occidentalisé, dans la ville nouvelle. Les bornes en sont imprécises et les connexions multiples.

Le bazar permanent regroupe plus de 600 magasins, représentant une quarantaine de professions commerciales bien définies. Aux cotés de ces magasins, on dénombre environ 300 métiers d’artisans (une trentaine de métiers), et encore une pléthore de travailleurs non fixées dans un atelier ou un magasin, mais dont la profession relève du bazar permanent : vendeurs à la criée, maçons, guérisseurs, écrivains, musiciens, prostituées, colporteurs de rue. Les trois catégories professionnelles du bazar comptent pour 40 à 50 % de la force de travail employée dans la ville.

Le système du marché périodique est un ensemble de marchés à ciel ouvert éparpillés sur le pays, chacun d’eux se tenant à un rythme hebdomadaire (pas de marché le vendredi, jour de prière). Ils sont de tailles variables, et leurs liens sont lâches et irréguliers : résultat de la circulation de l’un à l’autre de leurs membres. Le marché de Sefrou a lieu le jeudi, et des marchés locaux se tiennent tous les autres jours de la semaine dans des villages à proximité. A 40 km au nord se trouve Fès, le premier marché du Maroc central. Le jeudi, la totalité masculine de la campagne de Sefrou descend en ville pour commercer avec des marchands professionnels d’origines aussi diverses. Sefrou se placerait (selon une enquête de 1965) à la sixième place des marchés marocains. Pour finir, le quartier des affaires est l’extension à Sefrou de l’économie industrielle consistant un une paire de pressoirs à olives mécanisés, une conserverie, et une micro-usine de matelas. Cette zone comporte les magasins à façade vitrée (équipements électriques, bicyclettes, meubles européens), quelques bars, stations d’essence, une poignée d’hôtels miteux, une pharmacie, une banque et un cinéma. Ces pauvres fragments de capitalisme européen alternent avec les principaux bureaux du gouvernement (mairie, poste, hôpital) le long de la route de Fès qui passe dans la ville. Les frontières entre ces trois mondes sont aisément traversées, et même avec confusion, puisqu’il n’est pas rare de trouver un courtier en grains itinérant possédant un taxi, des bains ou un garage dans le district occidentalisé.

**Du commerce caravanier au marché régional :** Avant le Protectorat, Sefrou avait avant tout un rôle dans le commerce de longue distance, elle était un pivot, un maillon connecteur entre des économies éloignées plutôt qu’un foyer pour des économies proches.

**Le *fondouk*** : Bâtiment étroit à deux étages, construit autour d’une large cour ouverte, abritant nombre d’entrepôts, d’ateliers et de bureaux de comptabilité, le fondouk était le cœur de l’économie caravanière. On en comptait onze à Sefrou en 1900, ils concentraient alors la vie commerciale. Détenus par l’église et concédés à des fins commerciales, ils témoignent d’une symbiose encore observable entre le capitalisme marchand et l’Islam. Malgré cette détention musulmane, la plupart des commerçant du fondouk étaient juifs : cette religion représentait, jusqu’en 1948, 40 % de la population totale et 80 % des effectifs commerciaux de la ville. Le rôle de Sefrou état auxiliaire, limité à fournir des services aux voyageurs – nourriture, logement, femmes – et à assurer le petit commerce de thé, sucre et cannabis. Une trentaine de marchands seulement deviennent vers 1900 des *tajir* i.e. des « commerçants au long court », qui jetèrent les bases de l’économie du bazar et élevèrent la ville au statut de centre commercial, certes mineur, mais vigoureux.

**Le *qirad :*** Il s’agit d’un contrat dont les risques sont supportés intégralement par l’investisseur, par conséquent la responsabilité du commerçant est inexistante. Ce contrat isole les participants, pourtant il maximise la nécessité d’un lien personnel entre eux.

**La *zettata :*** Le tourbillon commercial, centré autour de Sefrou et induit par le *qirad*, devait être intégré à l’économie locale, et ce grâce à l’institution caravanière de la *zettata*: c’est un droit de passage payé au pouvoir local pour garantie de protection sur les territoires concernés. La protection consiste en une transaction essentielle par laquelle un homme qui compte se lève et dit : « cet homme est le mien, faites lui du mal et c’est moi que vous insulterez ». Le cheikh garant de la protection et le *zettat* protégé échangeaient autrefois des turbans, des montres, pour créer une fusion solennelle et symbolique de leurs Soi publics. Quand l’économie de Sefrou a annexé son hinterland, polarisant les échanges régionaux, la *zettata* a fourni le mécanisme de liaison entre le centre et sa périphérie. L’institution, engageant un complexe d’idées à propos de l’hospitalité, de la réputation personnelle, du caractère divin et des rétributions humaines, a eu la force d’assurer la sécurité du commerce florissant et de rapprocher les populations berbères et juives.

Un caravansérail transformé en maison de négoce, un commerce de passage transformé en entreprise d’investissement et un pacte de protection transformé en canal du marché : tels sont les éléments à partir desquels l’économie du bazar s’est constituée. La maison de négoce s’est par la suite dissoute dans les centaines de magasins et d’ateliers du bazar permanent. Une fois qu’elle a été engagée, la métamorphose du commerce de longue distance en commerce de courte portée s’est accélérée rapidement. La pénétration des Juifs de Sefrou dans la région environnante, la mise en relation des marchés berbères isolés avec la ville, la conversion d’une population musulmane à prédominance agricole en une population à prédominance commerciale avaient engagé une révolution économique que l’instauration de la sécurité et l’amélioration du transport par les Français n’avaient fait que consolider. Stimulée par des forces extérieures, l’économie du bazar n’est toutefois pas une importation, ni une enclave. Sa forme est aussi indigène que ses origines.

**Le bazar comme forme culturelle** : Le bazar marocain partage des caractères communs avec tous les bazars du monde sous-développé, mais il a un caractère culturel propre. Trois aspects de ce bazar méritent attention : 1. Son empêtrement dans la vaste arabesque ethnique ; 2. Sa fusion avec certaines institutions de l’Islam populaire ; 3. Le rôle de la communauté juive dans son développement et son fonctionnement.

**Nisba : commerce et identité** : L’économie de bazar était bariolée de bout en bout, engageant une grande variété de personnes à dominante juive. Mais la cristallisation d’une classe commerçante enkystée culturellement, à moitié intruse et à moitié paria (les Chinois en Asie du Sud-Est, les Juifs en Europe médiévale) ne s’est jamais produite à Sefrou. Si le cosmopolitisme régnait dans la rue, le communautarisme était de règle au domicile, c’est là un trait général de la civilisation du Moyen Orient, souvent qualifiée de mosaïque (car les distinctions sont intactes malgré une configuration de promiscuité entre les composantes sociales). Les distinctions imputées , dérivées du langage, de la religion, de la résidence, de la race, de la parenté ou du lieu de naissance courent à travers le bazar, répartissant la communauté commerçante en des douzaines de catégories. Cette habitude de classer les personnes, reposant sur la prémisse générale que la provenance de l’individu commande son identité, s’accomplit en pratique avec l’usage du *nisba* i.e. une formule linguistique indiquant la relation, l’affinité, la parenté (par exemple *Sefru* donne *Sefruwi* fils natif de Sefrou, *Yahud* nom générique pour les Juifs donne *Yahudi* un Juif). Ces *nisba* tendent à être incorporés dans les noms de personnes, de sorte que sa classification ethnique est inhérente à l’identité d’un homme. Cette taxinomie est corrélative de celle des commerces et des métiers : il y a une connexion immanente entre les origines sociales et les activités professionnelles. Cette mosaïque du bazar peut être l’expression la plus articulée, la forme paradigmatique de la civilisation moyen-orientale.

1° le secteur traditionnel du bazar est la circonscription particulière des groupes urbains arabes et juifs.

2° les arabes migrants et aussi les Berbères forment la masse laborieuse du bazar – personnes serviles, larbins et parasites de la vie commerciale. Le non emploi touche plus massivement ces populations (environ 36 % contre 16 % pour les Juifs et Arabes serfouis). Il y a une véritable marginalisation de l’emploi de ces populations plus mobiles autour d’un cœur historiquement urbain.

Pour rendre compte de l’organisation sociale du bazar, il est nécessaire de parler, non pas en termes de groupes et de classes, mais en termes de *nisba* – les fragments de la mosaïque. Il apparaît que la diffusion des différentes *nisba* est beaucoup plus large pour les corps de métier primaires (brocanteurs, tailleurs) que pour les métiers de vente de biens de consommation quotidienne (boucher). Si bien que la moitié des forgerons provient d’une seule et ancienne famille de la ville, tandis que chaque type de *nisba* est engagé dans l’épicerie. D’autre part, on montre que chaque profession est l’apanage d’un nombre réduit de *nisba*, de sorte que seuls 3 ou 4 *nisba* se partagent l’immense majorité du secteur qui les concerne.

Il est clair que les types *nisba* sont fortement concentrés dans certains métiers plutôt que d’autres et que cette concentration ne varie pas de façon aléatoire. Cette mosaïque est un véritable guide pour la construction de la réalité sociale. Ce qui est régulier est le principe d’attribution aux individus d’adjectifs socialement significatifs, utilisés comme cadre à la fois conceptuel et institutionnel de l’activité du bazar.

**L’islam et le bazar** : dans une région de piété importante, la religion a un effet diffus mais façonnant sur le bazar. L’islam a une capacité remarquable à distribuer ses aspects pragmatiques au moyen d’ingénieries sociales qui régulent en détail les processus de la vie communautaire. A Sefrou, les deux principales machineries sont le *habous* et la *zawiya*, le premier étant un régime de propriété matérielle dédiée au bien spirituel de la communauté islamique, le second renvoyant à une confrérie soufie qui fut déterminante dans la formation de l’économie du bazar.

**A - le habous** : les biens placés sous ce régime constituent une des plus grosses propriétés de la région, et la seule qui soit d’envergure dans le bazar. Les fonds des habous servent à l’entretien des propriétés religieuses, et au paiement de divers types de fonctionnaires religieux. Dans la mesure où la majorité des travailleurs employés par l’institution religieuse, et payés sur les fonds du habous, sont aussi des commerçants, l’argent du bazar revient essentiellement au bazar, il contribue ainsi à la fusion des élites économiques et religieuses de la ville : les « savants de la religion » sont des marchands éminents et influents. Les enchères concédant l’usufruit des biens habous se tiennent en une matinée à la fin de l’été, sur une petite place au centre de la vieille ville. Par un tel dispositif, le bazar ne fait pas que capitaliser une part conséquente de cette économie : de fait il la dirige. D’autre part, le système du habous maintient les loyers des propriétés commerciales à un prix dérisoires, il ne peuvent d’ailleurs être renégociés et sont fixés sans limitation temporelle. Si bien que le loyer, pratiquement réduit à l’insignifiant par une politique volontariste du gouvernement, reflète le fait que les chefs de l’institution religieuse et de l’institution commerciale sont les mêmes, que l’umma est le bazar.

**B - La zawiya**: comme le habous, cette institution rassemblait la piété et le commerce en un seul monde : presque tous les marchands et artisans en étaient membres, et ses membres étaient tous commerçants. Elel réfère, das la Sefrou du Protectorat, à un groupe religieux de 20 à 80 hommes qui suivent un style de pratique soufie sous la direction d’un adepte. Lui-même est d’ordinaire le disciple d’un leader d’une tarîqa, à l’échelle de la région ou du Maroc. Le groupe, comme un corps, possédait un bâtiment de prière et quelques biens de type habous, provenant des donations de membres défunts. Les pratiques, variées, allaient jusqu’à la danse exaltée et mystique et l’automutilation au moyen de hachettes pour les confréries classées à la limite extrême du pôle « sale » (mussek) par opposition aux confréries plus « propres » (nqi). A cette classification en termes de propreté correspond une attribution parallèle des professions : les métiers les plus propres sont ceux de négociants, tisserands, tailleurs et épiciers ; les plus sales sont ceux de boucher, forgerons, vendeurs de fruits et légumes. Bien entendu, cette classification était relative et constamment discutée, d’autre part le système n’était pas vraiment hiérarchisé, on ne peut donc parler de castes ou de corporations. Enfin, l’ajustement entre les zawiya et les professions était loin d’être systématique. Cette communauté spirituelle est aussi l’occasion d’une socialisation hors du foyer, même pour les femmes, permettant de conclure des marchés ou de suivre les prières entre collègues. Son importance était marquée lors des deuils puisqu’elle apportait un soutien moral et financier aux survivants immédiats. Les fêtes religieuses se font de façon indépendante, à des dates distinctes, entre les différentes zawiya, même pour la fête du saint patron de la ville : les festivités ne prennent alors aucun tour coopératif si ce n’est dans le sein même des communautés.

Ces groupements professionnels et spirituels sont en net déclin, à cause notamment de facteurs politiques et nationalistes. D’abord suspectées par les Français, non sans justesse, d’être le terreau de la rébellion, les *zawiya* se sont paradoxalement identifiées elles-mêmes avec l’ordre établi, et sont tombées du fait du discrédit postérieur de cet ordre. Une nouvelle sorte de *zawiya*, l’Istiqlal (« indépendance »), fut le premier mouvement nationaliste de masse du Maroc, fondé en 1943. Un réseau extraordinairement efficace, jamais découvert par les Français, se constitua à Sefrou (et notamment dans le bazar) qui devint ainsi l’un des bastions du parti. En revanche, les *zawiya* plus anciennes, qui s’étaient de plus en plus identifiées au Protectorat, ont dépéri avec s chute, sans toutefois que leur influence s’éteigne dans le bazar.

**La communauté juive** : Les Juifs étaient à la fois des Sefrouis comme tous les autres et pourtant résolument distincts. Il n’est ni possible de traiter cette communauté comme une tribu, une *nisba* supplémentaire au Maroc (bien qu’elle le fut certainement), ni envisageable d’y voir une communauté de parias, maintenue à l’écart, encapsulée sur elle même (ce qu’elle était également). Marocains et Juifs jusqu’à la moelle, cette communauté était l’héritière d’une tradition double et néanmoins marginale. Ce schéma d’intégration était rendu possible par le cosmopolitisme public et le communautarisme privé évoqués plus haut. Les Juifs se mélangeaient aux Arabes selon des règles fondamentales indifférentes au statut religieux. Sefrou a longtemps eu la réputation d’être un lieu où les religions judéo-musulmanes étaient exceptionnellement bonnes ; il n’y aurait jamais eu de pogrom urbain de mémoire d’homme. On peut souligner que les stéréotypes négatifs des Musulmans sur les Juifs à Sefrou sont moins économiques (tricheurs, avares, usuriers) que sociaux (ils épousent leurs nièces, ne sont pas circoncis). Les commentaires sur leurs capacités commerciales tendent à être positifs et admiratifs. Il y avait bien sur un empiètement des intérêts communautaires dans le bazar – des commerces réservés aux Juifs comme l’orfèvrerie. Mais le point remarquable était leur petit nombre. Le lien par l’argent était tout à fait réel : les Juifs étaient colporteurs, vendeurs, porteurs avant d’être Juifs, et c’est ainsi qu’ils se conduisaient ou qu’on se conduisait avec eux. Les interpénétrations religieuses étaient non négligeables: les Juifs honoraient, outre leurs propres saint, ceux des Musulmans ; l’arabe et non l’hebreu était leur langue domestique. Mais cette pénétration restait mineure : en tant que communauté, la population juive formait un monde à forte spécificité.

**A – Les juifs dans le *mellah***: on désigne ainsi leur propre quartier, interdit aux non-Juifs de nuit, ghetto de plus en plus peuplé aux limites non extensibles, dont les bâtiments s’élevaient pour s’accommoder à la pression démographique. Cette communauté se distingue de la population musulmane par son hyper-organisation : l’institution dominante était un petit groupe de magnats appelé « le Conseil de la communauté », dont les 6 membres étaient les figures marchandes les plus riches. LA ploutocratie ainsi crée était encore accrue par une division formelle de la communauté en cinq classes hiérarchisées par un cens. Parmi les confréries qui articulaient la communauté, la plus importante, la *rebaa* de Simaun, englobait la totalité de la population. Elle remplissait des fonctions sociales au sens large, réglant les problèmes internes à la communauté chaque fois que possible. A coté de cette *rebaa*, il existait un grand nombre de solidarités volontaires, moins formalisées, aux activités sociales, religieuses et philanthropiques : vêtements, mariages, logements pour les pauvres, financement des synagogues, création d’écoles. La communauté juive était un labyrinthe d’associations intensément solidaires, dominées dans chaque cas par les membres du même petit groupe de très riches marchands. Il existait d’autre part une cour rabbinique constituée de membres savants et pieux de la communauté, aux fonctions judiciaires permettant un contrepoids potentiel à l’oligarchie marchande.

**B – Les Juifs dans le bazar :** le préjugé selon lequel les Juifs auraient bénéficié de privilèges dans ce commerce est à écarter : la distribution des travailleurs juifs dans la structure des classes économiques était très similaire à celle des Arabes. Cependant, tandis que les Musulmans étaient fortement représentés dans l’artisanat, les Juifs étaient également distribués entre les métiers de commerçants et d’artisans (les premiers accordant plus de prix au travail manuel). Cela s’explique par le fait que les Juifs sont devenus historiquement les médiateurs entre la population arabophone de la ville et celle, berbérophone, de la campagne. On peut supposer que ces groupes, en concurrence intense, désiraient commercer par le biais d’agents politiquement impuissants. Ceci impliquait d’abord une forte orientation rurale des transactions juive, portées sur le commerce ambulant ; d’autre part, le contrôle du commerce était concentré entre les quelques mains des personnages dominants de la communauté. Le schéma juif consistait en une masse énorme d’opérateurs négligeables, dépendant d’une douzaine d’établissements financiers. Parmi les Musulmans, les commerçants dominants se détachaient de leurs pairs ; parmi les Juifs, ils se tenaient derrière eux. Les principaux Juifs « établis » semblent avoir divisé leurs sphères d’influence dans la région de façon consciente et précise, au point que les limites en soient encore perceptibles. Ils diffusaient, aussi bien dans le bazar périodique local que par le porte à porte – seuls les Juifs pouvaient approcher les femmes berbères à leur domicile – leurs vêtements, chaussures et bijoux, leurs ustensiles domestiques. Bien que les choses ne fussent pas perçues de la sorte, les Juifs « itinérants » étaient pratiquement des serviteurs des Juifs « établis » : ils leurs devaient le financement de leur commerce, l’assistance, le logement et la nourriture en ville, comme dans une économie de famille élargie. Plus tard et pendant la période du Protectorat, les Juifs se tournèrent vers le développement du district des affaires modernes, le bazar aux vitrines, suivi bientôt par d’autres commerces à l’européenne (cités plus haut). Avec le temps, les Musulmans s’impliquèrent dans cette expansion, mais la phase de formation pendant les années 1930 et 1940 en fut juive avant tout.

**Le bazar comme institution économique**:

Sa raison d’être est bien entendu, outre d’exemplifier des arrangements sociaux propres au Maroc, de se faire rencontrer de façon utile offre et demande. Il y a une hiérarchie des bazars qui assure la continuité spatio-temporelle de ce type de marché. Le terme de *suwwaqa* désigne tous les habitués du souk, rassemblant consommateurs et producteurs, pickpockets, prostituées et tant d’autres. C’est le type de suwwaqa qui fréquentant un souk qui le caractérise.

**Ecologie : le territoire du souk** : on distingue dans le bazar de Sefrou un souk de la médina (vieille ville) en expansion, un souk du jeudi reliant Sefrou aux marchés périodiques de la région, et un bazar des vitrines, celui de la nouvelle ville cosmopolite. Leur différenciation fut progressive, manifestant une concentration importante des différents types d’activités commerciales et artisanales. Le bazar des vitrines, avec ses cafés, son trottoir, ses cinémas, son parking et son rond-point, ressemble à un quartier commerçant d’une petite ville de province française. Les bazar périodique est extrêmement chaotique, il fait côtoyer les vendeurs de bestiaux enclos par de petits murets avec les vendeurs agricoles, les acheteurs circulant autour des étals, palpant les produits et discutant leurs prix. Le vendeur, à l’exception du vendeur à la criée, ne quitte pas sa place. Le bazar permanent présente le même schéma de vente assise : chaque vendeur a un petit box large de deux mètres environ, où il s’accroupit avec ses marchandises autour de lui tandis que le flux des passants s’écoule sous ses yeux. Le réseau des distinctions conceptuelles utilisé par les *suwwaqa* pour se distribuer eux-mêmes sous des catégories générales doit être mis en évidence.

**A – la division du travail** : spectaculairement compliquée, elle engage, si on la simplifie, cent dix activités spécifiques. La distinction principale est faite entre les artisans les commerçants, puis pour ces derniers entre les sédentaires et les ambulants. Les artisans évitent soigneusement de se retrouver en affaires avec un seul producteur-acheteur, d’où leur crainte de l’endettement qui les contraindrait de la sorte. Si bien qu’on ne peut trouver à Sefrou d’entreprise qui combine commerce et artisanat. Acheter et vendre (*bi* et *sri*) ont chacun pour signification seconde la première de l’autre : ils sont envisagés comme une activité unitaire qui tient de l’affaire. Les clients ordinaires sont vus comme des sortes de négociants, il n’y a d’ailleurs pas de contraste clair entre vente en gros et vente de détail. L’autre distinction passe entre ceux qui se conçoivent comme ayant une place déterminée, une place à laquelle ils appartiennent, et ceux qui , en vertu de leur fonction, se meuvent incessamment. Personne, pour autant, ne peut se permettre de rester immobile dans le bazar, c’est une vie de bousculade. « Le mouvement est une bénédiction » dit un proverbe local. La figure du vendeur à la criée, aussi inévitablement musulmane que le préteur d’argent était juif, constituait un intermédiaire entre les commerçants régulier et occasionnel, mais l’écart de compétence entre ces deux acteurs a fondu, si bien que le vendeur à la criée s’avère de moins en moins nécessaire. La nature bruyante du souk fait du rôle du consommateur une profession commerciale, alors qu’il est dans les sociétés développées un aspect des rôles familiaux. Les marchands itinérants opèrent des liaisons entre les différents souks, liaisons horizontales pour les *sebaibi* (qui font des transactions sur divers souks, écoulant rapidement leurs marchandises et vivant du différentiel de leurs affaires) ; liaisons hiérarchiques pour les *semsar* (qui travaille comme un courtier, assurant des flux plus intenses entre la région de Sefrou et le Maroc côtier.

**B – Le système de l’*amin*** : le terme, signifiant approximativement « gardien » ou « garant », est appliqué au membre éminent et digne de confiance d’une profession, ordinairement pieux et d’âge avancé, ayant un rôle de médiation dans les problèmes qui concernent divers praticiens ou clients de sa profession. Il en existe une cinquantaine à Sefrou, en 1965. Le témoin fiable est un personnage crucial dans la vie marocaine, pour des raisons inhérentes à la doctrine islamique. Au tribunal religieux du cadi, le *adel* (dérivé de : air avec équité) a une fonction analogue d’opérateur de certification ; l’*amin* est simplement la variante dans le souk d’une série d’officiels spécialisés dans l’application de coutumes qui ont vertu de lois, c’est là l’expression d’un style original de contrôle social, d’une dialectique entre légitimation des faits et application des normes. En principe, l’*amin* parvient à clore informellement les conflits d’intérêts qu’on lui soumet, sinon, il est appelé à répéter ses conclusions au cours d’un procès formel doté de pouvoirs judiciaires. La question est résolue au niveau d’un règlement du marché à moitié codifié, le *hisba*, recueil de principes politico-religieux et de coutumes issues de la pratique locale. Le droit coutumier interdit de transporter des armes à feu, de dégainer des couteaux, et il est appliqué par le peuple jusqu’à lapider ou arracher les yeux de ceux qui l’enfreignent. Ces processus œuvrent à la perpétuation d’une paix précieuse et délicate, dans le bazar vécu comme le « lieu tous les dangers dans la structure sociale ».

**Echange : vers un modèle de communication de l’économie du bazar :** ce qui fait tenir ce monde singulier est que des hommes veulent ce que d’autres possèdent, et qu’ils trouvent plus facile de le marchander que de l’obtenir par la force. Le bazar est le lieu le plus semblable au marché de pure concurrence de l’économie néoclassique, où des vendeurs isolés aux intérêts rivaux, à la recherche du profit maximal se confrontent hors de toute publicité à des consommateurs isolés, à la recherche de l’utilité maximale. Cependant, l’état de la concurrence apparaît vraiment loin d’être sans distorsion.

**La situation de l’information** : le flux des mots et celui des valeurs sont deux aspects de la même chose. Chaque mot est un nuage sémantique plus ou moins défini projeté par la racine. Par exemple, la racine *sdik* a un rôle important dans l’information du souk : elle signifie « honnêteté » et en dérivent entre autres les termes désignant les liens d’amitiés, les contrats, le vraisemblable, la vérité dite, l’aumone, la croyance fiable. La conceptualisation sémiologique du souk et rendue possible par classification.

**Description : foules, mots, nouvelles (*zham, klam, kbar)***: la compétition qui a cours dans le souk est le fait d’une masse de gens extraordinairement concentrée et saturée ; le premier trait du bazar est d’être une foule. Il est encore une foule parlante, à considérer la parole comme une force énergétique comme elle l’est dans le Coran (la parole directe de Dieu) : le brouhaha du marché est un grande partie une dispute pour avoir le dernier mot. L’information consiste en une prolifération d’apparences vues et entendues qui fonctionnent comme des nouvelles n’engageant à rien.

**Appréciation : franchise, consensus, santé (*sdiq, ma ruf, shih)* :** chacun de ces cadres est comme une question que se pose le *suwwaq*. L’appréciation porte sur les relations personnelles, les attitudes partagées de la communauté, les caractères de la croyance saine. *Sdiq* est liée à la « vérité des personnes », actualisée par des affirmations, des démonstrations, des marques de fiabilité individuelle. Cette réputation a une certaine relativité : on est honnête (ou malhonnête) avec quelqu’un, à propos de quelque chose, dans une situation donnée, et non honnête en soi, par conséquent le commerçant a des réputations par douzaines. Les liens sont d’autant plus importants, et les gens n’ont affaire qu’à d’autres gens qu’ils connaissent déjà. Dieu ne commandant que des vérités intelligibles au commun des hommes, le degré de conformité des informations apparaît être un guide fiable pour la conduite. La connaissance, le consensus et la vertu ont un lien interne, de sorte que si la communauté peut se diviser dans l’erreur, elle ne peut que s’entendre sur la vérité. C’est le fondement ultime de l’autorité de l’*amin.* Le concept de *shih* met en œuvre une vision presque médicale de la vérité comme un état de bien-être et de non-maladie : une complétude sans faille. La tendance des Arabes à identifier la vérité à l’intégrité corporelle a souvent été relevée, chacun en effet recherche de ce qui cloche, de ce qui révèle un vice caché. L’information sur le marché est sérieusement déficiente ; s’accommoder de cet état de fait implique de filtrer, dans ce déversement de déclarations, qui, quoi, et jusqu’où commencer à croire.

**Jugement : raison, réalité, dissimulation, vanité (*ma qul, haqq, kdub, batel*) :** les termes ont une signification métaphysique (de mouvement vers où contre Dieu) appliquée à la réalité concrète. La raison est un frein, un joug au désir ou à la passion, elle cherche à établir des limites concernant notamment la justesse des prix. *Haqq* est la vérité dans le sens du réel, renvoyant encore une fois à un attribut divin : le terme est profondément moralisé, il caractérise la distribution des droits et des devoirs dans le cadre de conclusions sur la réalité. La condamnation du mensonge est forte, inscrite en premier lieu dans le Coran. Il divise l’opinion, détruit la communauté, salit et corrompt a vie collective, il a un caractère d’abjuration. Il est pourtant omniprésent et systématique dans le souk où se pose le problème incessant de séparer les mensonges et les inepties du raisonnable et du réel (une faible partie de ce qui s’échange). L’information circulant sur le marché est non fiable, luxuriante, trompeuse.

**La forme du commerce :** comment les institutions du souk se combinent elles pour fixer un cadre cohérent aux processus d’échange et comment, en retour, ces processus d’échange correspondent ils à ce cadre de manière intelligible ? Comme dans tous les systèmes sociaux, la cohérence est imparfaite, mais elle peut être décrite.

1. Il y a une grande diversité d’entreprises de petite taille
2. La division du travail est très fine dans ses dimensions technique, spatiale, sociale
3. Les transactions sont pour la plupart d’ordre interpersonnel
4. Les biens et les services ne sont pas homogènes (évaluation *ad hoc*)
5. Les systèmes formels de transmission des signaux sont sous-développés
6. Les compétences d’échange prédominent sur les compétences techniques
7. Acheter et vendre sont des activités pratiquement indifférenciées
8. Le contrat personnel est la forme principale de relation dans le bazar
9. Les institutions d’intégration sont diffuses, informelles et généralement faibles

La situation d’échange est telle qu’il tient presque exclusivement à l’obtention d’une information raisonnablement fiable. C’est vers la réduction de l’ignorance qu’est orientée la quête d’information, cet art sophistiqué cultivé dans le souk. Les procédures de clientélisation et de marchandage mettent en œuvre les dimensions du bazar.

**Clientélisme** : établissement de relations d’échange relativement durables, selon un schéma étonnamment persistant de connexions spécifiques et personnelles. Les relations de clientèle sont antagoniques ; les commerçants sont liés à leurs clients réguliers en termes absolument équivalents et réversibles. La clientélisation réduit à des proportions acceptables la quête d’informations. La recherche de relations commerciales est pour ainsi dire cumulative. Une structure raffinée de communications s’est constituée (périodisation, localisation, spécialisation, hiérarchisation) qui résout le problème de se représenter « quoi » est « quoi » car l’intégration dans un réseau de relations de clientèle peut réduire l’imperfection de la compétition commerciale. La préférence des *suwwaqa* pour la familiarité de l’échange (plutôt que pour le jeu de la concurrence) témoigne de la façon dont les bazars fonctionnent : le fractionnement extrême des échanges, l’allongement des chaines de transaction ne sont pas des symptômes du « retard économique » mais les traits d’un système de médiation interpersonnelles (du fait de l’absence de signalisation). Le paradoxe du bazar tient au fait qu’il repose sur des liens de communications privilégiés par le clientélisme mais eux-mêmes forgés dans des interactions durement agonistiques : le marchandage. Dans ce cadre, l’existence de déséquilibres d’information est la force motrice, leur exploitation, l’objectif.

**Marchandage** : on l’envisage de façon favorable quand on y reconnaît un mode particulier de recherche d’information, et non pas un moyen d’intégrer des prix. Le marchandage accomplit ce que la clientélisation recherchait : la conclusion de l’échange. Il est contraint par des règles d’étiquette, par des attentes morales et des préceptes traditionnels ; d’autre part il dépend largement de l’étendue des rapports de clientélisme entre l’acheteur et le vendeur. La pratique est répandue de négocier, non pas sur le prix, mais sur la quantité et/ou la qualité. Il est commun de fixer le prix de l’échange préalablement à son contenu. La fluctuation sur la qualité peut s’avérer dangereuse : en 1959, des épiciers de Sefrou ont coupé de l’huile de cuisine avec de l’huile de moteur, provoquant la paralysie et même la mort d’un grand nombre de clients. La sphère du marchandage englobe encore les questions de créance et de dettes qui peuvent, malgré l’interdiction de l’usure par l’islam, donner lieu à des taux d’intérêts secrètement arrangés. Le rôle du crédit est capital, chacune de ses dimensions (quantité, conditions, formes, échéance) étant sujette aux marchandages les plus âpres. La recherche de l’information est dite intensive car elle se concentre sur un objet ou un nombre restreint d’objets d’échange, en vue de cerner leur qualité, tandis que sur un marché plus vaste et standardisée, on pourra parler de recherche extensive qui tend à comparer un grand nombre d’objets aux caractéristiques tenues pour très similaires (on peut parler de plus grande substituabilité). Le type d’information que l’on veut obtenir ne peut l’être en posant une poignée de questions à un grand nombre de gens, mais seulement en obtenant un grand nombre de diagnostics auprès d’une poignée de personnes. Le marchandage consiste en cette pratique d’interrogation, tandis que l’enquête extensive est tenue pour secondaire. Les règles techniques en apparaissent plus ou moins universelles : le « tir à la corde » entre vendeur et acheteur est la procédure formelle par laquelle une série de pas mène de la divergence vers l’accord autour d’un prix final. Les variables en sont : l’écart des offres initiales, la taille et le nombre des étapes du rapprochement, la distance franchie par chaque participant et le temps que dure la transaction. Le rythme temporel interne au marchandage est constitutif de sa dynamique propre : des offres amples et rapides accélèrent le rythme en direction de sa conclusion ; des offres minimes et lentes le décélèrent. Il n’y a guère d’échange à grande échelle qui soit conclu sans prendre le thé, et les conventions du marchandage ont à voir avec l’étiquette et la moralité. C’est ainsi l’occasion d’établir des liens privilégiés de clientèle, qui font plus que simplement réduire l’incertitude d’information entre acheteur et vendeur. Tout manque de courtoisie met inévitablement un terme à la transaction, à tel point que le profit du marchand est reconverti en reconnaissance sociale. Le temps n’a pas une si faible valeur qu’on pourrait l’imaginer : chaque *suwwaq* doit savoir comment, jusqu’à quel point et comment marchander.

**Le jeu de l’information : le grand et le petit**: le *suwwaq* a pour stratégie de dégager un petit espace dans la grande cacophonie du souk où il puisse interpréter et évaluer l’information, avec une confiance minimale. La structure globale du bazar comme institution pose le cadre dans lequel la structure fine du souk se déploie, avec son nombre virtuellement infini de faisceaux entremêlés de connexions de *suwwaq* à *suwwaq*. Le paradoxe est que le manque de compréhension promeut les savoirs locaux. Un ensemble d’individus aux intérêts opposés s’adonne à un art de l’enquête locale, intensive et qualitative afin de tirer des bénéfices de la mauvaise distribution, de l’ambigüité et de la rareté de la connaissance engendrée par le système. La qualité prismatique du macro et la qualité de focalisation du micro se réfléchissent l’une l’autre, dimensions d’une même économie pas très élégante, pas très efficace, pas très rentable, mais néanmoins ordonnée, intensément active et raisonnablement opérationnelle.

**Conclusion : souk et société**

Le bazar de Sefrou est né et a évolué au XXe siècle, émanant aussi bien en réponse à des réalités éco-socio-politiques que d’un passé marocain en arabesques. Le développement du sous-développement a pris ici la forme d’une multiplication des niches marchandes, à la frontière d’un système industriel connecté avec un système agraire plus classique. Les gains du système, de toutes façons modestes, se sont dispersés dans ses parties dans un processus de paupérisation. La communication imparfaite pourrait bien être une clé plus appropriée aux caractéristiques propres de l’organisation sociale du Maghreb que ne le sont les théories de la fission et de la combinaison des lignages, et la clientèle plus pertinente que la consanguinité selon un modèle segmentaire de parenté (tentation de certains chercheurs).

Le souk, institution originale et impressionnante, permet de saisir la physionomie et le relief des grandes formes sociales du Maghreb. Pas question de suggérer que la société maghrébine est un grand bazar au lieu d’une grande tribu. Malgré tout, les détails de la vie du souk donnent accès à quelque chose de l’esprit qui anime cette société : un mélange sans pareil d’agitation, de sens pratique, d »éloquence et de conflit, de moralisme et d’inclémence.