



HAL
open science

Routes de commerçantes. Itinéraires de femmes. De quelques businesswomen Mauritaniennes d'hier et d'aujourd'hui

Céline Lesourd

► **To cite this version:**

Céline Lesourd. Routes de commerçantes. Itinéraires de femmes. De quelques businesswomen Mauritaniennes d'hier et d'aujourd'hui. M. Cheikh & M. Péraldi (dirs). Routes, Voyages et Circulations au féminin entre Afrique et Méditerranée ", Le Fenec Éditions & Karthala,, pp.73-93., 2009. hal-02292958

HAL Id: hal-02292958

<https://hal.science/hal-02292958>

Submitted on 20 Sep 2019

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.

**Routes de commerçantes.
Itinéraires de femmes
De quelques *businesswomen* Mauritaniennes d'hier et d'aujourd'hui**

Céline Lesourd
Laboratoire Citères (Tours)

Des commerçantes pionnières – la première d'entre elles a débuté dans les années 1920 – aux commerçantes contemporaines, il est tout d'abord question dans cette communication de dresser une cartographie évolutive des territoires de circulation au féminin. Mais au-delà, l'étude de ces odyssées - la fréquence des voyages, la stratégie des destinations, le choix des marchandises et le volume importé - permet également de suivre les étapes de l'ascension professionnelle de ces Dames qui, au fil des années, vont devenir de véritables et puissantes *businesswomen*.

En jouxtant ces parcours de commerçantes à leurs itinéraires de vie, en tant que femmes, c'est à dire en mettant en parallèle la sphère professionnelle et la sphère privée, nous mettrons au jour les incidences entre succès en affaires et "être femme" en confrontant, plus particulièrement, la construction de la réussite aux négociations des rapports de genre.

I. Caravanes au féminin des années 1920 à nos jours

Du Maroc à la Thaïlande, de l'Algérie à Dubaï, des Canaries à la Chine, en passant par la France, les grandes commerçantes mauritaniennes prennent les routes qu'autorisent leurs moyens financiers. En réinvestissant les capitaux réalisés, en se tenant très au fait des besoins de leur clientèle et toujours averties des marchés émergents elles ont, de génération en génération, tissé un réseau géographique fort étendu.

1/ Premiers territoires circulatoires

Entre les années 1920-1960, nous avons recensé huit femmes qui, ayant pris la route du négoce, sont devenues de grandes femmes d'affaires. En voici, succinctement, trois d'entre elles, trois *baydhâniyyat*¹ aux parcours professionnels assez similaires mais qui offrent à l'analyse des itinéraires de vie différents² – origine sociale, capital de départ, relation matrimoniale...–.

Meïmouna

Née dans les années 1910 à Atar³, Meïmouna est la fille d'une *hartâniyya*⁴ et d'un riche commerçant *shurva*⁵. Dans les années 1920, elle perçoit à la mort de son père la part de son héritage, composée de bijoux et pierres précieuses. Pour le

1 Au singulier : *baydhâniyya*, terme *hassâniyya* qui désigne la femme maure. En effet, la Mauritanie compte une population arabo-berbère (les Maures) et une population dite « négro-mauritanienne » (composée de Puhlar, de Soninkés, de Wolofs et de Bambaras).

2 Ces commerçantes pionnières sont aujourd'hui décédées, les entretiens ont donc été menés auprès de leurs parents mais aussi auprès de ceux qui les ont connues à leurs débuts. Les prénoms qui leur sont attribués ici sont des pseudonymes

3 Située au nord du pays, Atar est une des plus grandes villes de Mauritanie.

4 Esclave affranchie ; *harâtîn* (masculin pluriel) : esclaves affranchis

5 Groupe qui se déclare descendre du prophète, ou plus exactement, de sa fille Fatima

faire fructifier, elle fait le choix de louer ses parures pour les mariages, ou autres cérémonies, aux riches Atarais. A la fin des années 1930, avec les bénéfices réalisés, Meïmouna ouvre un commerce de fabrication de bijoux. Puis, pour développer encore son entreprise, elle commence à voyager afin de s'approvisionner en pierres précieuses et petites pacotilles destinées à agrémenter ses créations ; dès la fin des années '50/début des années '60, Meïmouna se rend annuellement aux foires d'Alger, de Tindouf ou de Zak (Maroc). En camion Berliet ou en T45 de chez Citroën, accompagnée de son plus jeune fils Omar, la jeune femme circule tant à la recherche de perles que pour écouler sa propre marchandise. De ses voyages, elle rapporte également des tapis ou de l'encens qu'elle revend à des commerçant(e)s d'Atar. Ainsi, dès le début des années 1940, Meïmouna est considérée, localement, comme une commerçante incontournable. En 1964, elle prend l'avion et s'en va en pèlerinage à la Mecque et en profite pour rapporter quelques marchandises. Dans les années 1970, elle quitte Atar pour s'installer à Nouakchott où elle exerce ses activités dans sa propre maison, achetée dans le quartier du Ksar. C'est à cette même période, en 1972, que Meïmouna assiste à sa dernière foire dans le Hoggar⁶.

Victime des nouvelles modes et des jeunes commerçantes qui s'approvisionnent en bijoux fantaisies venus d'Europe, Meïmouna, trop âgée et suffisamment "installée", ne relève pas ce nouveau défi et met fin à sa carrière dans les années 1980.

Mokeltoum

Fille d'un commerçant Tekna⁷ peu prospère, Mokeltoum est née à Chinguetti, non loin d' Atar au début des années 1920. Moins d'une vingtaine d'années plus tard, elle épouse – dans des conditions aujourd'hui tenues discrètes, mais autrefois sans doute libertines – un *nassran*⁸, de trente ans son aîné. Il est le représentant d'une société française de pêche et de commerce (la Société Industrielle des Grandes Pêches). Il est un homme riche, de grande famille.

Promue par son époux à la gérance du comptoir de la SIGP d'Atar, Mokeltoum en gère l'approvisionnement (biens d'alimentation, tissus...) par caravanes (en provenance de Port-Etienne et Tanoudert⁹). Parallèlement la belle Mauresque tire profit des avantages et atouts qui lui sont offerts – réseaux familiaux liés à l'activité caravanière, circuits de la SIGP, expériences commerciales liées au travail effectué pour le comptoir, voyages familiaux en Europe, relations sociales et affairistes de l'époux – pour développer son propre négoce qu'elle concentrera rapidement sur Port-Etienne puis, à la fin des années 1950, sur Nouakchott qui devient alors la capitale du nouvel Etat mauritanien. L'entreprise de Mokeltoum est axée autour des produits dits « de luxe » : perles, tissus (du bazin essentiellement) parfums, maquillage, or... qu'elle fait venir de France ou d'Allemagne via Port-Etienne ; les marchandises sont ensuite acheminées par camion jusqu'à Nouakchott. Propriétaire de boutiques à Port-Etienne (qu'elle laisse à la gérance de son jeune frère) et à Nouakchott près du

6 Son âge avancé ainsi que les rapports difficiles entre l'Algérie et la Mauritanie ne lui autorisent plus ce long déplacement.

7 « Vaste confédération regroupant 12 tribus, localisée dans le sud marocain » (P. Bonte, 1998 : 1457) très ouverte aux espaces sahariens. Ce groupe aux origines diverses (berbères, harâfîn, arabes Ma 'qil...) s'organisent géographiquement en trois axes transversaux (Wad Nûn, Wad Dra' et Saqiya al-Hamrâ) aux débouchés des pistes caravanières. Les Tekna vont peu à peu s'implanter dans l'Adrar, dans un but commercial tout d'abord, puis de façon individuelle et familiale par la suite.

8 Un Nazaréen, soit un chrétien et, par extension, un occidental.

9Aujourd'hui Nouadhibou. Tanoudert, au sud de Nouadhibou, est un village où étaient débarquées les marchandises des bateaux de commerce.

marché principal (dont des *barâtîn* de la famille sont responsables), ses points de vente s'étendent jusqu'à Dakar où elle est également propriétaire, et où elle envoie des marchandises depuis Nouakchott (voile, bijoux, bazin) et fait rapporter de l'or et des tissus.

La mort de Mokeltoum, alors qu'elle n'a qu'une quarantaine d'années, signe la fin de ses affaires.

Aminatou

A la mort de son père, noble commerçant Tekna installé à Kaolack (Sénégal), Aminatou riche héritière n'ayant « pas besoin d'argent » commence le commerce pour « s'amuser ». A cette même époque, elle liquide son premier mariage, imposé par l'autorité paternelle, pour un « mariage d'amour ». Aminatou ouvre sa boutique et envoie son époux sur les routes pour l'approvisionnement tandis qu'elle se charge de la gestion des stocks, de l'organisation de la vente en gros, des commandes, des acheteurs et des "finances". A la fin des années 1950, lasse de son rôle sédentaire et lasse de son mari (dont elle se sépare) Aminatou décide de voyager elle-même pour ravitailler ses boutiques.

Au volant de sa traction Peugeot, puis en Mercedes, elle passe les frontières de la Gambie pour y acheter du tabac qu'elle revend en gros à Kaolack. A la fin des années '60, elle effectue de fréquents allers-retours sur Nouakchott pour vendre ses produits. Toujours en voiture, elle y apporte des tissus (du bazin), des « bijoux garantis » (plaqué or ou argent) et en rapporte du « khartoum » (cotonnade légère prisée des femmes sénégalaises), des couvertures et du thé.

Puis, dans les années '70, elle s'envole vers Las Palmas (Canaries), au Maroc et en Arabie Saoudite, deux à trois fois par an. Elle en ramène des produits de beauté, des tissus dont le célèbre voile « dollar ». C'est ainsi qu'Aminatou élargit ses horizons et sa fortune : « c'était une princesse, elle conduisait elle-même sa voiture ce qui a fait du bruit à Kaolack », « elle aimait un peu provoquer dans ses mariages et dans ses voyages (...) ». Elle se rend également à plusieurs reprises en Côte d'Ivoire et au Bénin pour en rapporter bijoux, chocolateries, chaussures et tissus. Et de l'or...

A la fin des années 1970, elle se détourne de Kaolack et revient de plus en plus à son pays d'origine dans lequel elle devient propriétaire : à Nouakchott, elle se porte acquéreur de trois maisons ; elle investit également beaucoup à Dakar pressant l'explosion de l'immobilier, elle y achète et revend des maisons dans les quartiers luxueux.

Aminatou décède en 1981 et laisse derrière elle une fortune conséquente : des bijoux (« des perles, des saphirs blancs et des rubis »), des voitures, des maisons et des boutiques à Dakar et Nouakchott. « On dit » que c'est le commerce de l'or qui l'a tuée, « on » parle du « mauvais œil » car le commerce de l'or était fort mal vu dans la société maure.

Tout autant, voire plus encore, que leurs homologues masculins de l'époque, ces pionnières se sont conformées aux schèmes de réussite érigés par les hommes : elles sont réputées pour leurs largesses, leurs générosités et leurs soucis permanents de redistribution sociale des biens accumulés. Ces femmes ont usé de leur argent pour « soutenir », « nourrir » leurs proches. Elles se sont portées acquéreur de maisons dans leur village d'origine ou ailleurs (à Nouakchott ou Dakar). Certaines d'entre elles ont acheté et géré des troupeaux de chamelle et des palmeraies. Ainsi, ces négociantes ont investi dans ces domaines qui fondent la respectabilité des grands hommes. Des notables. Elles ont cherché, dans les mêmes normes

que celles imposées aux hommes, à devenir de grandes Dames, des femmes d'affaires, des femmes chefs de famille mais également des femmes respectueuses de l'Islam, des « *hajj* »¹⁰.

Si à travers ces courts récits apparaissent déjà en filigrane les bases des réseaux sociaux nécessaires à l'ascension affairiste – le destin de ces femmes est inévitablement lié à celui d'un homme (un père, un mari, un flirt), éléments qui feront l'objet d'un plus ample développement – il convient tout d'abord de prendre en considération la trame des réseaux géographiques mis en place : le commerce transnational s'effectue avec les "cousins" proches du Maroc et de l'Algérie, avec les "voisins" Sénégalais ou Canariens et, enfin, vers les territoires plus éloignés mais à "consonance familière" (France, Côte d'Ivoire, Bénin) réservés aux négociantes qui en ont les moyens. A celles qui ont réussi. Ces parcours géographiques, et leurs logiques, vont demeurer sensiblement les mêmes jusqu'au débarquement des femmes d'affaires à Dubaï puis en Asie.

2/ Emboîter le pas.

Elargir les horizons

La génération suivante de *businesswomen*, c'est-à-dire les commerçantes contemporaines qui ont débuté leurs activités dans les années 1980, a suivi les traces des pionnières avec cependant une variation puisque, dès le début des années 1990, l'attrait pour l'Arabie Saoudite décline au profit de l'émirat dubaïote. Ce nouveau marché, puis les premières tribulations asiatiques reconfigurent, à la fin des années '90, les territoires de circulation des négociantes.

Aux plus proches : le Maroc et Las Palmas

Celles qui sont aujourd'hui les *big women* de Mauritanie ont débuté leurs périples commerciaux au plus proche, attirées notamment par le royaume chérifien qui présente l'avantage de la proximité linguistique ; dès lors, les coûts de déplacement et d'acheminement des marchandises (vaisselles, sacs, bijoux de pacotille, vêtements) sont moindres¹¹ (« C'est à côté pour l'avion, et c'est pas cher », selon une commerçante) et l'adaptation y est beaucoup plus aisée. Il n'y pas de problème de langue ni même de culture : s'afficher en *malhafa*¹² chez les "cousins" marocains est presque "naturel". De plus, la forte présence de Mauritaniens dans le pays rassure et ce réseau de compatriotes (des parents au sens élargi) garantit un hébergement (soit des économies de budget) et facilite les prises de contact avec les fournisseurs. Il en est de même à Las Palmas, "l'Europe la plus proche"¹³, où une commerçante en déplacement sera accueillie et hébergée chez un cousin ou un ami d'un parent qui y vit ou y loue/possède un appartement. Les réseaux de Mauritaniens installés à Las Palmas – pour tourisme mondain, soins médicaux ou pour les affaires, celles notamment liées à la pêche – permettent de recourir à diverses solidarités ayant pour objectif de réduire les frais occasionnés et de faciliter les rencontres.

Le cachet français.

Dès que ces commerçantes se sont enrichies – grâce aux bénéfices dégagés par leur entreprise ou/et grâce à de fructueux placements plus intimes –, elles prennent, à la suite des pionnières,

10 Terme qui désigne celui qui a effectué son pèlerinage à la Mecque.

11 104 000 Ouguiyas – Unité Monétaire (UM) de la Mauritanie – soit 274 Euros aller-retour Nouakchott/Casablanca.

12 Voile que portent les Mauresques.

13 Cette île Canarienne est à moins de deux heures d'avion de Nouakchott.

des routes plus lointaines et notamment celles de la France avec comme même objectif le commerce de produits de luxe : bijoux, vêtements, parfums, chemises pour homme et divers produits de marque haute couture. D'autres destinations sont également prisées, pour des séjours très brefs : Naples (pour les chaussures de grande pointure) ou la Belgique (pour la moquette et les tapis), par exemple.

Au fil du temps, les négociantes prennent conscience que les produits de luxe sont consommés exclusivement par une clientèle aisée, amenée à voyager et donc à acheter sur place ces produits qu'elles proposent ; par conséquent, les commerçantes font le choix d'étendre la palette de leur offre en intégrant, aux côtés des traditionnels produits de luxe, des articles plus abordables pour le Mauritanien moyen. C'est ce souci de proposer de la marchandise meilleur marché qui, au milieu des années 1990, les entraîne rue du Temple ou dans le XIII^e arrondissement parisien, ou encore rue Sedaine (XI^e) pour y acheter en gros des vêtements de fabrication asiatique.

Ce revirement stratégique d'un commerce élitiste à un commerce pour tous, lequel se démarque quelque peu des techniques des pionnières, draine ensuite les plus accomplies des caravanières en direction de l'Orient. Peu à peu, même les plus néophytes – découragées par les prix prohibitifs en Europe, l'apparition de l'Euro, la faiblesse de l'Ouguiya et submergées par la puissance de l'attrait dubaïote et ses promesses d'affaires – vont emprunter ce même chemin. Et pourtant, ces novices, il y a quelques années à peine, ne rêvaient que de Paris, passage affairiste obligé qui faisait la différence entre une commerçante et une Commerçante. Mais Dubaï devenue incontournable, toutes, grossistes et détaillantes, confirmées et débutantes, s'aventurent alors dans de nouveaux « *savoir-circuler* » (C. Schmoll, 2004).

L'entrepôt émiral

La majorité des pionnières en avait déjà dressé le constat : la péninsule arabique se révélait fort intéressante pour les affaires. Mais c'est l'émergence fulgurante de Dubaï ('90) comme "ville-supermarché" qui, en aimantant les commerçantes mauritaniennes, renverse totalement la donne géographique des territoires de circulations.

Dubaï représente une grande opportunité pour les négociantes. D'une part, l'obtention du visa y est simple, contrairement à la politique française de plus en plus restrictive et, d'autre part, les Mauritaniennes s'y sentent bien accueillies : « Dans la rue, c'est plus facile, les gens ne nous regardent pas, il y a peu de contrôle ». Pour certaines Mauresques, ce sentiment de bien-être résulte sans doute de "raccourcis" identitaires : être (ou se sentir) une Arabe, dans un pays arabe...et donc un peu chez soi.

L'accès y est aisé, et ce à plus d'un sens : l'émirat est desservi par une myriade de lignes et compagnies aériennes. D'ailleurs l'agence nouakchottoise d'Air France ne s'y est pas trompée et s'est ruée sur le créneau en proposant, par exemple, de nombreuses promotions sur le prix des vols (à 200 000 Ouguiyas¹⁴) et des bonus sur le poids autorisé de bagages (jusqu'à 40 kilos pour le retour).

Les grandes commerçantes se rendent aux Emirats plusieurs fois par an et descendent dans de grands hôtels entretenant ainsi leur légitimité et leur assise symbolique. Les commerçantes moins fortunées (dont les débutantes) s'organisent sur la base de solidarités diverses : il est par exemple un petit groupe de commerçantes moyennes – mais "montantes" sur la place

14 Soit 526 Euros. Comparativement pour un aller-retour Paris/Nouakchott., sur Air France, il faut compter 800 Euros un grand minimum qui s'adresse aux voyageurs les plus prévoyants et les plus flexibles !

Notons également que la compagnie nationale « Air Mauritanie » propose des vols Paris/Nouakchott moins onéreux que son concurrent français, avec un avantage de taille : les Mauritaniens qui viennent de Paris ont droit à 40 kg en soute, les autres (les non Mauritaniens, donc) sont limités à 25 Kg. Cette préférence est sans doute destinée à attirer les commerçant(e)s.

nouakchottoise – qui, à tour de rôle, dépêche l'une d'elles pour s'établir un mois, ou deux, à Dubaï. Avec l'argent confié par ses collègues, l'émissaire y achète des marchandises (essentiellement des bijoux, des voiles et des robes) qu'elle envoie par avion (un à deux colis par semaine). A la veille de chaque fête, la commerçante alors en poste est chargée d'acheter des marchandises diverses (vêtements de femmes et d'enfants, bijoux, chaussures, sacs) qu'elle fait parvenir par bateau. Ces commerçantes "moyennes" ont des budgets différents mais elles estiment leurs achats de trois à cinq millions d'Ouguiyas (de 8 500 à 14 000 €) pour couvrir une à deux boutiques pour quelques mois.

Tribulations Asiatiques

A l'aube des années 2000 ont eu lieu les premiers départs de quelques rares *big women* mauritaniennes vers l'Asie. Destination lointaine qui requiert une grande indépendance de la part de ces femmes qui sont aussi des mères, voire des chefs, de famille. Destination coûteuse qui nécessite de conséquentes capacités d'investissement, en terme d'achat et de transport de marchandises, mais également un lourd budget de prise en charge du voyage (avions, hôtels...). Destination lucrative puisque le créneau d'importation est celui de produits particulièrement prisés (vêtements, voiles, chaussures, accessoires pour la maison...) achetés en gros là où le prix de vente défie toute concurrence.

On peut scinder l'odyssée asiatique en plusieurs étapes selon les choix personnels des commerçantes. Citons ici la Thaïlande, où certaines *businesswomen* achètent des robes mais surtout des chemises et des sacs de grands couturiers européens. De Bangkok, certaines prendront la direction de Singapour afin d'y emplir les containers de gadgets électroniques (montres, chaînes Hi-Fi, télévisions, etc.) et autres bibelots en tous genres (figurines, horloges, tableaux, fleurs artificielles, vases, etc.). La Chine peut ensuite constituer la suite du circuit, ou une destination à part entière. Les négociantes y arpentent You et Hangzhou (Canton) à la recherche de couvertures, de linges de maison, de robes, de vêtements pour enfants ou encore de chaussures de sport et de ville. A Shanghai, ces Dames sillonnent pendant quinze jours les usines pour y acquérir des armoires, des bureaux, des canapés (etc). A Canton, elles négocient des voiles. Lampes et autres pacotilles complètent l'ensemble.

Rêve de négociantes en quête de parfaite réussite, l'Asie demeure cependant réservée aux commerçantes les plus puissantes qui, pour la majorité, ont une vingtaine d'années (ou presque) de carrière derrière elles. Après avoir emboîté le pas aux pionnières et suivi assez fidèlement leurs traces, les *big women* contemporaines se sont récemment ouvertes à de nouveaux horizons. Leurs territoires circulatoires actuels portent incontestablement la marque de leurs stratégies de commerce (des produits en gros, peu chers, destinés à tous et fortement taxés à la douane¹⁵) et le sceau de leur esprit des affaires, compétitif et ambitieux.

Suite à cette rapide mise en parallèle entre les évolutions des territoires de circulation et les étapes de l'ascension professionnelle des commerçantes mauritaniennes l'on peut, d'emblée, établir une corrélation très nette entre l'étendue géographique parcourue, l'ampleur de l'activité et la manne financière produite. Il est clair que plus on va loin, plus on va cher – le voyage est plus coûteux, les achats plus nombreux, l'importation plus massive et plus onéreuse et le risque plus grand –. Et plus on va loin, plus on s'enrichit, le statut de simple commerçante se meut alors en statut de femme d'affaires. Mais, sur le bas côté des routes

15 Il a été remarqué que les produits essentiellement commercés par les femmes (vêtements, produits de beauté, chaussures, accessoires féminins, tapis, meubles, matériel hi-fi) sont les produits les plus taxés à la douane (après les cigarettes). Ce qui est un heureux hasard (?) pour les plus puissantes d'entre elles puisque leurs relations en haut lieu, nous y reviendrons, leur permettent quelques "échappatoires" au port de Nouakchott.

arpentées et dans les coulisses de ces territoires circulatoires, dont l'ampleur témoigne du succès recueilli, se dissimulent des réseaux sociaux savamment orchestrés.

II. Compétences relationnelles au féminin

De nombreuses compétences relationnelles (politiques, sociales et économiques) sont au cœur des stratégies de réussite des femmes d'affaires mauritaniennes. La diversité de réseaux opportunistes, calculés ou hérités, ayant trait au quotidien, aux accointances politiciennes, aux solidarités dites traditionnelles telles que la tribu ou la région d'origine – et à leurs instrumentalisation – ne peut être occultée pour expliquer les carrières des *big women*. Mais il a été fait le choix ici de mettre en avant la compétence relationnelle "basée sur le genre" laquelle, formée essentiellement à coup de "ricochets" matrimoniaux ou autres coups de charme(s), n'est pas rare sur les sentiers ascensionnels.

1/ Epouses

Le mariage de Mokeltoum avec un *nassrani* fortuné a, certes, soulevé la désapprobation des uns mais aussi le soulagement des autres car en cette période de « disette (...) un sauveteur était le bienvenu », témoignent des proches de la pionnière. Si cette union, grâce à la générosité de l'époux, permet à la famille de traverser une période de grave crise économique¹⁶, elle permet également à Mokeltoum de se réaliser. En effet, son mari – un homme d'affaires gérant en Mauritanie les intérêts d'une société française de commerce et de pêche – a largement contribué à fournir les capitaux de départ nécessaires à l'instauration de son commerce ; Mokeltoum a su tirer profit des réseaux tissés par son mari au niveau professionnel (pour les besoins de la SIGP, par exemple) et personnel (les nombreux voyages effectués en France pour "visiter" la famille fournissent l'occasion de prendre des contacts et commander/rapporter de la marchandise). Notons qu'à son tour, avec l'assurance de sa beauté, l'influence de ses affaires et la démesure de sa générosité, Mokeltoum jouera un rôle de soutien primordial en participant grandement à faire élire son mari comme conseiller territorial.

Plus récemment, en établissant la liste des plus grandes femmes d'affaires contemporaines, nous constatons qu'elles sont pour la plupart des femmes, certes, mais surtout des "femmes de"...

Nom	Mariée à
Mouna	Un frère d'un ancien chef de l'État major. Aujourd'hui à la retraite, il fait des affaires.
Zeïnabou	Veuve d'un médecin, membre de cercles intellectuels. Aujourd'hui mariée à un ingénieur de la Marine.
Toutou	Homme d'affaires, ancien diplomate, en second mariage.

16 Après des décennies particulièrement difficiles, une autre crise économique surgit au tout début des années 1940 due tant à guerre et la défaite de la France qu'à de très mauvaises conditions naturelles (sécheresse, criquets) et aux mesures prises par l'administration coloniale (contingentement et rationnement des marchandises, lourdes réquisitions) : « (...) dans les campements les animaux ont été vendus ou mangés ; on a essayé de se nourrir de lait mais celui-ci était rare à cause de la sécheresse ; on a mangé des graines d'atil, de senné, de sauterelles etc. Dans les palmeraies des palmiers ont été coupés et les cœurs ont été mangés. Partout sauf dans quelques tentes riches la population était sous-alimentée et d'une extrême faiblesse, aussi en fin d'année, dès les premiers froids, la mortalité a été grande ». Rapport de l'année 1942, cité par P. Bonte (1998 : 2002).

Nom	Mariée à
Ghlana	Ancien ministre, à la retraite depuis le coup d'État du 3 août 2005.
Veitata	Ancien ministre, à la retraite depuis le coup d'État du 3 août 2005.
Mariem	Juriste, conseiller juridique de l'ancien président Taya. Un des trois rédacteurs de la constitution de 1991. Toujours dans les cercles présidentiels malgré les changements récents.
Khadeija	En remariage : directeur du port (a exercé ces fonctions pendant 15 ans, mis en retraite après le coup d'État de 2003).
Kadia	Ancien ministre, a également été commissaire aux Droits de l'Homme, et gouverneur de la Banque Centrale de Mauritanie. Aujourd'hui à la retraite.
N'Diaye	Ambassadeur.
Falbala	En premier mariage : Ancien secrétaire général du gouvernement. Son époux actuel : un homme d'affaires dirigeant un gros groupe pétrolier français.
Aïcha	Commerçant marocain
Hayyatt	Mariée aujourd'hui à un homme d'affaires. On lui prête également d'autres relations connues dont: - un mariage secret (<i>seriyya</i>) avec un des plus grands <i>businessmen</i> du pays. - liaisons avec deux autres hommes d'affaires très célèbres et un haut fonctionnaire.
Saviya	Divorcée (non remariée) du directeur de campagne présidentielle de Taya en 1992. Puis successivement nommé ministre du plan, et gouverneur de la Banque Centrale.
Fatima	Professeur en médecine
Mina	Médecin, ancien secrétaire général du gouvernement.
Sortana	Veuve d'un directeur d'une administration publique.
Nefissa	Un ancien premier ministre.
Houriya	Un grand homme d'affaires.
Zara	Un homme d'affaires / politicien.

A partir de ce tableau dressant la liste des mariages "en place"¹⁷, l'on dénombre cinq époux sous l'étiquette "hommes d'affaires" et 11 sous la bannière "haut responsable de l'appareil d'Etat" (et trois dans la catégorie "autre"); mais il est plus pertinent cependant, compte tenu de la collusion quasi systématique entre la *res publica* et le monde des affaires, de retenir que 16 maris sur un total de 19 appartiennent plus largement à ce que l'on nomme « la classe politico-commerciale ».

Dans de très nombreux cas, nous avons constaté que les positions financières et statutaires privilégiées des maris, "par ricochet", peuvent bénéficier à leurs épouses. A ce sujet, les rumeurs urbaines crient aux détournements de l'argent destiné à des projets publics (certaines de ces rumeurs sont relayées par la presse et parfois même confirmées mais relaxées par les

17 Les calculs sont effectués sur la base des maris (et leurs activités) relevés à l'époque de cette enquête (2003-2004), soit sur les mariages qualifiés de "en place". Les divorces étant très fréquents, nous n'avons pas dressé ici de "liste matrimoniale exhaustive" mais il est parfois donné quelques indications. Ces calculs ne tiennent pas non plus compte des mariages que l'on pourrait qualifier d'officiels, soit des mariages dits secrets (*seriyya*). Enfin, pour les femmes divorcées non remariées ou veuves nous signalons le dernier époux à notre connaissance.

tribunaux), aux crédits non remboursés sans poursuite des banques (sous ordre de leur directeur), aux faveurs financées par l'Etat accordées à quelques opérations de « promotion féminine » (ne promouvant que quelques femmes liées aux proches collaborateurs du Président de la République). Enfin, citons l'exemple de grossistes mauritaniennes qui forment un trio stratégique destiné à faciliter les démarches de retrait des marchandises ; au port de Nouakchott, la présidente de l'association UMAFEC¹⁸, sa seconde (parente d'un ancien président de la république) et la femme du directeur du port¹⁹ se répartissent les tâches : la présidente traite avec le transitaire, la seconde négocie avec les douaniers : « ... avec son nom aucun douanier n'ose lui demander quoi que ce soit, c'est pourquoi elles ne payent pas de taxe douanière » ; enfin la troisième facilite l'accélération des démarches pratiques lesquelles nécessitent au minimum 48 heures, ne serait-ce que pour le dédouanement. Et puis il faut aussi « indemniser » l'inspecteur de la visite²⁰ du container. Sans oublier de « graisser la barbe »²¹ du service de l'enregistrement et de la brigade qui laisse sortir les camions de l'enceinte portuaire. Etc. Mais, « pour ces femmes les choses se passent rapidement, et à moindre frais, puisque la femme du directeur du port bénéficie de toutes les facilités grâce au poste de son mari... » témoigne un agent d'une société de transit. « Pour les femmes, c'est [le commerce et ses démarches administratives] plus facile » déclare une *businesswoman*. Mais pour quelles femmes ?

2/ ... et concubines

Quelques Mauritaniennes ont construit leur fortune grâce aux cadeaux des hommes car, faire preuve de largesses et ainsi s'attirer les faveurs de femmes réputées séduisantes (les *shabibât*²²) participe à révéler ou conforter la notoriété d'un homme. Le capital beauté de quelques fines stratèges peut alors très vite se muer en un capital social et financier certain. Aussi, des femmes flirtent avec les enjeux des rapports de genre aux rythmes de leurs ambitions. Savants vagabondages amoureux dont le mariage n'est pas toujours l'issue principale...

A Atar, quelques-unes des commerçantes pionnières auraient joué de leur beauté pour attiser les générosités masculines : « Tout le monde les connaissait, c'étaient de belles femmes et, surtout, elles avaient beaucoup de charmes, elles étaient coquettes et n'avaient pas peur des hommes ». A leur sujet, les propos souvent pudiques peuvent parfois devenir plus allusifs : « Elle a bricolé un peu » ou occasionnellement plus tranchant : « C'étaient des femmes de vie ». Ces femmes ont semble-t-il profité, à divers degrés, de leurs atouts pour vivre et se constituer un petit pécule réinvesti dans le négoce. Ces Dames étaient appréciées pour leur qualité d'oratrice, leur humour, leur coquetterie, leurs danses, leurs poésies. Ces hôtesse avaient pour vocation de distraire. Femmes galantes, elles ne proposaient pas que des services d'ordre charnel. Leur réputation, ayant des conséquences sur leur rémunération, reposait également sur le plaisir que suscitent leur conversation et leur liberté d'action. Puis, l'une, Mokeltoum, épouse un riche français et se lance dans le commerce. Deux autres partent pour le Sénégal d'où elles reviennent, après quelques années laissées sous le silence de

18 L'UMAFEC est l'Union Mauritanienne des Femmes Entrepreneurs et Commerçantes pilotée par un petit groupe de puissantes femmes d'affaires à l'origine de la construction d'un marché spécifiquement réservé aux femmes commerçantes.

19 Ce dernier est aujourd'hui à la retraite.

20 Le service de visite permet la vérification de ce que contiennent les containers. Il s'agit alors de vérifier si le contenu (nature des marchandises, valeur et quantité) correspond à ce qui a été déclaré par le commerçant sur le document de connaissance, lors de l'embarquement des marchandises.

21 Expression *hassâniyya* pour « graisser la patte ».

22 La « *shabibâ* » (terme qui désigne au sens strict une belle femme, la femme idéale) est une femme dont la beauté " fait la une " des conversations nouakchottoises.

la pudeur, pour s'établir comme commerçantes (déjà fortunées) à Nouakchott. L'une d'elles, propriétaire d'une des plus grandes boutiques de la capitale, est d'ailleurs mentionnée dans un livre²³ : « (...) il y a un dicton qui disait que lorsque tel produit ne se trouvait même pas chez Ehel Mahmoudi, on était vraiment dans le plus grave état de pénurie (...). Cette boutique était longue de plusieurs mètres et tenait lieu tout à la fois d'épicerie, de quincaillerie, de mercerie... Les vendeurs et leurs encadreurs avaient toujours un visage grave, l'endroit servait de lieu de réunion à certaines notabilités de la ville et la regrettée Lala n'était jamais loin de là ».

Dans les années 1960, mariées à des hommes de bonne famille, riches et célèbres, ces femmes comptent parmi le "gratin" de la société nouakchottoise.

Aujourd'hui dans les quartiers nantis la capitale, à l'abri des murs de grandes et luxueuses villas, quelques hommes et femmes "en vue" se côtoient lors de soirées très privées que les Mauritaniens nomment « salons ». Ce sont des hommes d'affaires, des politiques, « des barons » comme les appellent certains. Les convives féminines sont parfois des *businesswomen*, ou sans activité apparente, de belles femmes, séduisantes, riches, mariées ou divorcées. Ces réunions, dont le prestige dépend des protagonistes en place, se déroulent à huit clos. La maîtresse de maison se réserve le choix des invités qui seront contactés directement ou par le biais de *gorjigéen*²⁴, dépêchés par l'hôtesse. Celle-ci convie quelques femmes : « pour la conversation », « pour la mettre en valeur » et quelques hommes connus (les effectifs variant selon la volonté intimiste du salon). Des griots peuvent également être sollicités. Ces réunions nocturnes permettent aux privilégiés présents, puisqu'ils partagent des intérêts et des ambitions communs, d'instrumentaliser leurs atouts respectifs – "Elle" : sa beauté et la réputation qui lui est rendue / "Lui" : son argent, et le pouvoir qu'il procure ou, inversement, le pouvoir et l'argent qu'il procure – pour parvenir à leurs fins.

Amours dispersées²⁵

« Houria est une grande dame. Elle n'est d'ailleurs plus de toute jeunesse. Elle en est à son cinquième mariage (déclaré) et à son troisième enfant (vivant). Houria se conserve bien. Elle est encore très séduisante (...). De son dernier mariage, Houria a conservé une très belle villa, très bien équipée et une belle voiture. Chacun des pères de ses enfants lui verse une pension plus ou moins régulière. Houria ne travaille pas. Avec ses pensions, elle peut faire face honorablement à ses charges domestiques. Cependant Houria a des charges propres autrement plus lourdes : sa garde robe, ses toilettes, l'entretien de sa cour de « gordiguènes », de griots, de bouffons, ses voyages à l'étranger (surtout les îles Canaries, le Maroc et la France). (...) Houria ne demande rien, c'est trop vulgaire. Il faut deviner ses dessous ou bien il faut deviner ses désirs ou bien, quand on est pas sûr de sa perspicacité rester à l'écoute de sa cour (...) Houria ne se vend pas. Elle a des toquades

23 Il s'agit des mémoires d'un Nouakchottois (E. Ould Mohamed Baba, 2004 : 12). Nous avons pris la liberté dans ce passage de changer le nom de la boutique et le prénom de la commerçante.

24 Mot wolof formé à partir de *gor* (homme) et *jigéen* (femme). Ce terme est utilisé par les Mauritaniens pour désigner les hommes-femmes, c'est à dire les hommes efféminés. Ces derniers sont parfois homosexuels. De nombreux *gorjigéen* jouent le rôle d'entremetteur entre hommes et femmes. Dans le cadre des salons de la haute société, par exemple, ils vont à la recherche des convives sélectionnés par la maîtresse de salon, proposent l'invitation et fixent le rendez-vous. Dans le cas où l'homme sélectionné s'estime financièrement mieux pourvu que l'hôtesse, il prend à sa charge la prestation du *gorjigéen*, dans le cas inverse, l'organisatrice règle l'intermédiaire. Il nous faut préciser que le *gorjigéen* peut travailler pour de multiples employeurs ou bien se faire entretenir par une personne fixe, à laquelle il est attaché par un "contrat", moyennant un salaire ou/et le gîte et le couvert.

25 Extrait d'un article anonyme du journal mauritanien *Al Bayane* (n° 28, du 24 au 30 juin 1992) qui a proposé un dossier sur la prostitution à Nouakchott. Il convient de préciser que, si le mode opératoire est similaire, Houria n'est pas la commerçante mentionnée ci-après. De plus, notons bien qu'il s'agit là d'un sujet rarement abordé par la presse, le dossier d'ailleurs avait été constitué en français pour, notamment, éviter une trop large diffusion et réduire le risque de probables représailles (censure, mécontentement des personnalités évoquées ou de leurs proches ...).

pour ceux qui savent déchiffrer ses messages et peuvent agir en conséquence. Houria a l'affectivité très dispersée mais toujours hiérarchisée ».

Un autre type de salons propose une organisation très intimiste. Les plus célèbres d'entre eux sont ceux d'une femme d'affaires, louée de tous pour sa beauté. Elle n'y invite que quelques rares hommes scrupuleusement sélectionnés. L'émissaire *gorjigéen* leur fixe un rendez-vous mais également un prix car, pour être reçu chez la *shaybiba*, il faut honorer une coquette somme²⁶. A cette première contribution s'ajoute la prise en charge du repas, des cadeaux caprices suggérés par l'hôtesse au cours de la soirée. En échange d'une telle générosité, elle fait le thé et se laisse courtiser.

Dans les deux cas, ces soirées permettent aux quelques rares convives de créer des réseaux de sociabilités fertiles. Entre personnes "distinguées", il convient de s'échanger quelques menus services : un marché, un prêt, un poste ou de proposer voyages, téléphones portables ou fonds d'investissement... Les négociations de ces privilèges et présents permettent aux protagonistes, à ceux qui reçoivent comme à ceux qui offrent, de se maintenir sur le podium des "gens en vue". De figurer sous les feux de la rampe. D'être considéré comme appartenant au « *messrah* »²⁷.

L'étendue des réseaux géographiques constitue une preuve visible de la réussite économique des femmes d'affaires, en suivant leurs traces, on suit la progression de leurs activités : du plus proche au plus lointain, chacune de leur escale témoigne des étapes de leur passage du monde commerçant à l'univers des affaires. Mais, pour emprunter de tels chemins, la majorité des femmes a du faire appel à des « relations », c'est pourquoi il nous a semblé intéressant d'aborder ensuite la question des compétences relationnelles – ou plus exactement un des volets de ces compétences ayant trait aux mariages, divorces, amours vagabondes et autres jeux enchanteurs –. Pour quelques-unes de ces *big women*, la séduction (et plus, si affinités) est une indéniable compétence relationnelle mise en application, à l'occasion pour certaines, ou de façon plus continue pour d'autres. Cette compétence relationnelle puisque basée sur le genre et les rapports de genre peut être qualifiée de "compétence relationnelle spécifiquement féminine" à la condition de bien garder à l'esprit que, lors de ces vaudevilles maures, l'instrumentalisation de la séduction profite tant aux femmes qu'aux hommes. En effet, si la compétence relationnelle féminine permet aux unes d'en retirer des capitaux financiers, elle permet également aux "chevaliers" de conforter leur statut d'« homme important » – lequel est, en général, politicien, homme d'affaire (ou les deux) ou encore mondain ambitieux qui cherche à devenir l'un ou l'autre (ou les deux), ces personnages présentant tous comme point commun d'être "en vue" et/ou riche et/ou influent et/ou appréciés de ces Dames –. Quand on sait le rôle que peuvent tenir les réputations sur l'échiquier politique et économique en Mauritanie... entre passation de marché et nomination ministérielle, il est crucial d'être un homme "qui compte".

26 Nos interlocuteurs ont évoqué des montants variant entre 100 000 et 200 000 UM (soit 20 fois le salaire minimum local). Ces "participations financières", secrets de polichinelle qu'entretiennent les *gorjigéen*, les invités et la *shabîbâ*, sont évidemment soumises à concurrence dans des cercles très restreints : les hommes non conviés, mais soucieux d'être les prochains "élus" sur la liste, jouent la carte de la surenchère tandis que les autres *shabîbât* doivent se mettre en quête de nouveaux artifices pour se maintenir dans la compétition.

27 Mot d'origine arabe qui désigne la scène, le théâtre. C'est ainsi qu'est appelée la jet-set mauritanienne.

Bibliographie indicative

Al Bayane n° 28 du 24 au 30 juin 1992, article anonyme.

BAUDRILLARD J.

1979 *De la séduction*. Paris, Galilée.

BAYARD J.F.

1989 *L'Etat en Afrique. La politique du ventre*. Paris, Fayard.

BONTE P.

1998 *L'émirat de l'Adrar. Histoire et anthropologie d'une société tribale du Sahara occidental*. Paris, EHESS, thèse d'état.

1998 « Fortunes commerciales à Shingât (Adrar mauritanien) au XIX^e siècle », *Journal of African History* 39 : 1-13.

2000 « Faire fortune au Sahara (Mauritanie) : permanences et ruptures », *Autrepart* 16 : 49-66.

BOURDIEU P.

1998 *La domination masculine*. Paris : Le Seuil.

CHOPLIN A.

2006 *Fabriquer des villes-capitales entre monde arabe et Afrique noire. Etude comparative Nouakchott (Mauritanie) et Khartoum (Soudan)*. Université de Paris I, thèse de géographie.

FARGE A. & DAUPHIN C. (dirs)

2001 *Séduction et sociétés, approches historiques*. Paris : Seuil.

LESOURD C.

2006 « Au bonheur des Dames ». Femmes d'affaires mauritaniennes de nos jours. Thèse de doctorat, EHESS : Paris.

MANRY V.

2001 « Etre en affaire : compétences relationnelles, éthique de la performance et ordre social dans les réseaux commerçants au marché aux puces de Marseille » in Péraldi M. (dir) *Cabas et containers. Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*. Paris, Editions de la Maisonneuve et Larose : 279-315.

OULD MOHAMED BABA E.

2004 *De mémoire de Nouakchottois, chroniques du temps qui passe*. Paris, L'Harmattan.

OULD AHMED SALEM Z.

2001 Tcheb-tchib et compagnie. Lexique de la survie et figures de la réussite en Mauritanie. *Politique africaine*, n°82, pp. 78-100.

PERALDI M.

2001 (dir) *Cabas et containers : activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*. Paris, Maisonneuve et Larose.

2002 *La fin des Norias ? Réseaux migrants dans les économies marchandes en Méditerranée*. Paris, Maisonneuve et Larose.

SCHMOLL C.

2001 « Pratiques spatiales transnationales et stratégies de mobilités des commerçantes tunisiennes » in Péraldi M. (dir) *Cabas et containers. Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*. Paris, Editions de la Maisonneuve et Larose : 131-149 ;

TARRIUS A.

2001 « Le lien social fort comme préalable à la réussite économique. Initiatives des migrants entrepreneurs des économies souterraines internationales : parcours, étapes, transactions commerciales », *Journal des anthropologues* 84 : 111-139.

