



HAL
open science

“ Chaalan, du résidentiel au commercial. Un quartier phare de l’ouverture économique à Damas ”

Thierry Boissière, Mohamed Al Dbiyat

► To cite this version:

Thierry Boissière, Mohamed Al Dbiyat. “ Chaalan, du résidentiel au commercial. Un quartier phare de l’ouverture économique à Damas ”. Presses de l’Ifpo. Chaalan. Formation et mutation d’un quartier de Damas. 1920-2010, Beyrouth, Presses de l’Ifpo., , pp.219-245, 2019, 978-2-351590-755-2. hal-02461373

HAL Id: hal-02461373

<https://hal.science/hal-02461373>

Submitted on 22 Sep 2021

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.

Chapitre IV

Chaaalan, du résidentiel au commercial

Un quartier phare de l'ouverture économique à Damas

Thierry Boissière
Mohamed Al Dbiyat

Chaaalan était encore, au début des années 1980 un quartier essentiellement résidentiel. On y trouvait bien sûr de petits commerces de première nécessité et des ateliers d'artisans destinés à une clientèle locale. À partir de ces années 1980 cependant et surtout des décennies 1990-2000, le quartier change de façon radicale, un changement qui se poursuivait encore en 2010, année de notre dernière visite dans le quartier. En l'espace d'une trentaine d'années, la fonction résidentielle s'y est considérablement réduite au profit des activités commerciales et de service. Les logements de rez-de-chaussée ont été transformés en boutiques ou en restaurants, et les commerces qui ont ouvert en grand nombre sont désormais davantage destinés à une clientèle extérieure au quartier qu'à ses seuls habitants. L'importante affluence observée certains soirs fait enfin des rues du quartier de Chaaalan l'une des scènes les plus en vogue de la capitale syrienne, à la fois espace public et lieu de consommation d'une certaine modernité.

Le choix que nous avons fait d'étudier les formes et activités du commerce à Chaaalan obéit donc avant tout au souhait de rendre compte d'un des principaux moteurs de la mutation récente du quartier et de la redéfinition de sa place à l'échelle de la ville. En rejoignant ainsi la problématique du quartier, cette question des activités et des formes du commerce permet aussi d'inscrire, spatialement et dans une certaine chronologie, des évolutions qui ont concerné depuis une trentaine d'années non seulement le centre-ville de Damas, mais aussi une grande partie de la capitale syrienne et au-delà, les grandes villes de l'ouest du pays.

Si l'on remonte dans l'histoire urbaine, on doit rappeler que Chaaalan constitue un des prolongements des extensions qui se sont formées à partir des décennies 1890-1920 au nord-ouest du Vieux Damas, et cela perpendiculairement à l'actuelle rue de Salhiyé et en partie le long de la ligne de tramway mise en place en 1907 par les autorités ottomanes.

Passage du résidentiel au commercial : quelques éléments de compréhension de la mise en place d'une centralité marchande

Se développant sur une zone de canaux d'irrigation, de jardins et de vergers appartenant principalement à deux grandes familles, les Sebki et les Chanawani, rejointes dans les années 1920 par la famille de l'Émir Nouri al-Chaalan, le quartier de Chaalan se dessine au fur et à mesure de la réalisation des plans des urbanistes Lucien Vibert (1924) et René Danger (1933). Chaalan connaît une croissance rapide entre 1930 et 1940, la demande en logements étant importante dans ce secteur proche de la ligne de tramway et où s'installent progressivement de nombreux bâtiments publics (écoles, hôpitaux, administrations, parlement, ambassades, ministères du Travail et de la Santé). La population qui investit alors Chaalan est plutôt cosmopolite, chrétienne comme musulmane, et appartient aux couches sociales moyennes « éduquées » : fonctionnaires et sous-officiers français dans les premiers temps, puis employés des consulats ou élite technique syrienne aspirant à un mode de vie à l'européenne, intellectuels et hommes politiques, professions libérales (médecins, avocats, architectes), artisans et commerçants arméniens, résidents italiens, grecs et russes. Le développement ultérieur de nouveaux quartiers résidentiels proches ou plus lointains (Abou Roummané, Malki, Rawda, Mezzé) à partir des années 1940, en partie suivant le plan urbain proposé par Michel Écochard, va entraîner une certaine dévalorisation du résidentiel à Chaalan et de son image de modernité urbaine. La position du quartier entre nouvelles extensions urbaines et vieille ville va cependant constituer un atout que le commerce et les services exploiteront à partir des années 1980, notamment à la suite de la construction et du développement de la rue Hamra, prenant alors le pas sur un résidentiel déclinant dans un contexte de libéralisation progressive de l'économie syrienne à partir de 1987 et du passage dès 1991 à ce qui sera plus tardivement qualifié par le régime d'« économie sociale de marché »¹.

Chaalan est ainsi devenu en quelques années un quartier central du Damas moderne. Situé entre d'une part les grandes rues commerciales de Salhiyé et de Hamra et d'autre part l'avenue Abou Roummané, le quartier a connu une rapide transformation de son paysage. Il illustre ainsi le passage du résidentiel au commercial que l'on observe aussi dans d'autres quartiers de Damas, et au-delà, dans les grandes villes du littoral et de l'ouest du pays². Le quartier de Chaalan est de fait un exemple significatif de la transition et de la modernisation qui s'opèrent à Damas au niveau de l'urbanisme, de l'offre commerciale et des espaces du négoce, de l'architecture, des services publics, mais aussi des pratiques de consommation et de loisir, et cela dans une période de croissance urbaine, d'ouverture très contrôlée de l'économie syrienne, de développement de nouvelles formes de commerces (magasins de chaîne, supermarchés et *shopping malls*) et de l'apparition, depuis 2005, d'un secteur bancaire privé.

Ce passage du résidentiel au commercial doit cependant aussi se comprendre dans le cadre du temps long d'une évolution plus générale des espaces du commerce à Damas. Ceux-ci se sont en effet déplacés au fil du temps du centre ancien aux quartiers qui se sont développés entre la vieille ville et le mont Qassioun tout au long des époques ottomane, mandataire, post-mandataire et actuelle.

Jusqu'à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, les activités commerciales et artisanales étaient *de facto* limitées au centre historique, à la vieille ville *intra-muros* avec ses souks, mais aussi aux anciens quartiers, faubourgs et marchés *extra muros* (souk Sarouja, Qanawat, Souwayqa, Chaghour al-Barrani, Midan), dont la présence, pour certains, remonte à l'époque mamelouke³ (fig. 1). Entre 1880 et 1910, on assiste cependant à la fois à la modernisation, à la réorganisation et à la densification de certains de ces anciens espaces commerciaux et artisanaux (comme le souk Midhat Pacha), mais aussi à la création de nouveaux souks entre la citadelle, dont les fossés sont comblés, et la future place Merjé, comme le souk Hamidiyé et le souk Ali Pacha (détruit en 1940). Des zones de commerces et d'artisanat se développent alors aux

1. Premières mesures libérales de 1987-1988, loi n°10 de mai 1991, ouverture du secteur bancaire privé au début des années 2000, adhésion à la Zone arabe de libre échange (ZALE) en 2005, accord de libre-échange avec la Turquie en 2006, etc.
2. Sur le même phénomène observé à Alep, voir BOISSIÈRE 2014a.
3. Sur la modernisation de Damas à l'époque ottomane, voir WEBER 2009.

dépens de vieux quartiers, entre le souk Hamidiyé, la future rue Faysal (où passait la ligne du tramway) et le souk Sarouja. Les espaces du commerce vont ensuite se développer, à partir des années 1920-1930, dans le secteur du pont Victoria et le long du Barada, où sont ouverts de nombreux hôtels accueillant étrangers et touristes (Grand Hôtel Dimitri, Grand Hôtel Victoria, Hôtel Loukanda, Hôtel Damas, Hôtel Faransa, etc.), puis s'orienter vers le nord à partir de 1945. Les commerces vont alors occuper une partie de la rue al-Salhiyé, la rue Tiliani et les pourtours de la place 'Arnous, sans que les souks centraux anciens ou plus récents perdent pour autant de leur attractivité et de leur dynamisme. C'est plutôt à une diversification des offres commerciales à laquelle on a alors affaire et au développement d'un commerce plus en phase avec les aspirations à la nouveauté d'une classe moyenne et supérieure de plus en plus occidentalisée et qui s'est elle-même déplacée vers les nouveaux quartiers situés au nord et à l'ouest de la vieille ville. Ce développement urbain et l'extension des rues commerçantes en dehors des limites de la vieille ville répondent aussi à la croissance démographique de la ville après l'indépendance et à l'arrivée d'une population rurale attirée par les nouveaux emplois urbains.

La rue al-Hamra, officiellement rue al-Hourriyé (« rue de la liberté »), est percée en 1974-75 dans la partie orientale du quartier de Chaaan. Son tracé nécessita la destruction de maisons ottomanes à sofa, occupées par des commerçants et artisans arméniens (cordonniers), et qui formaient jusqu'alors le

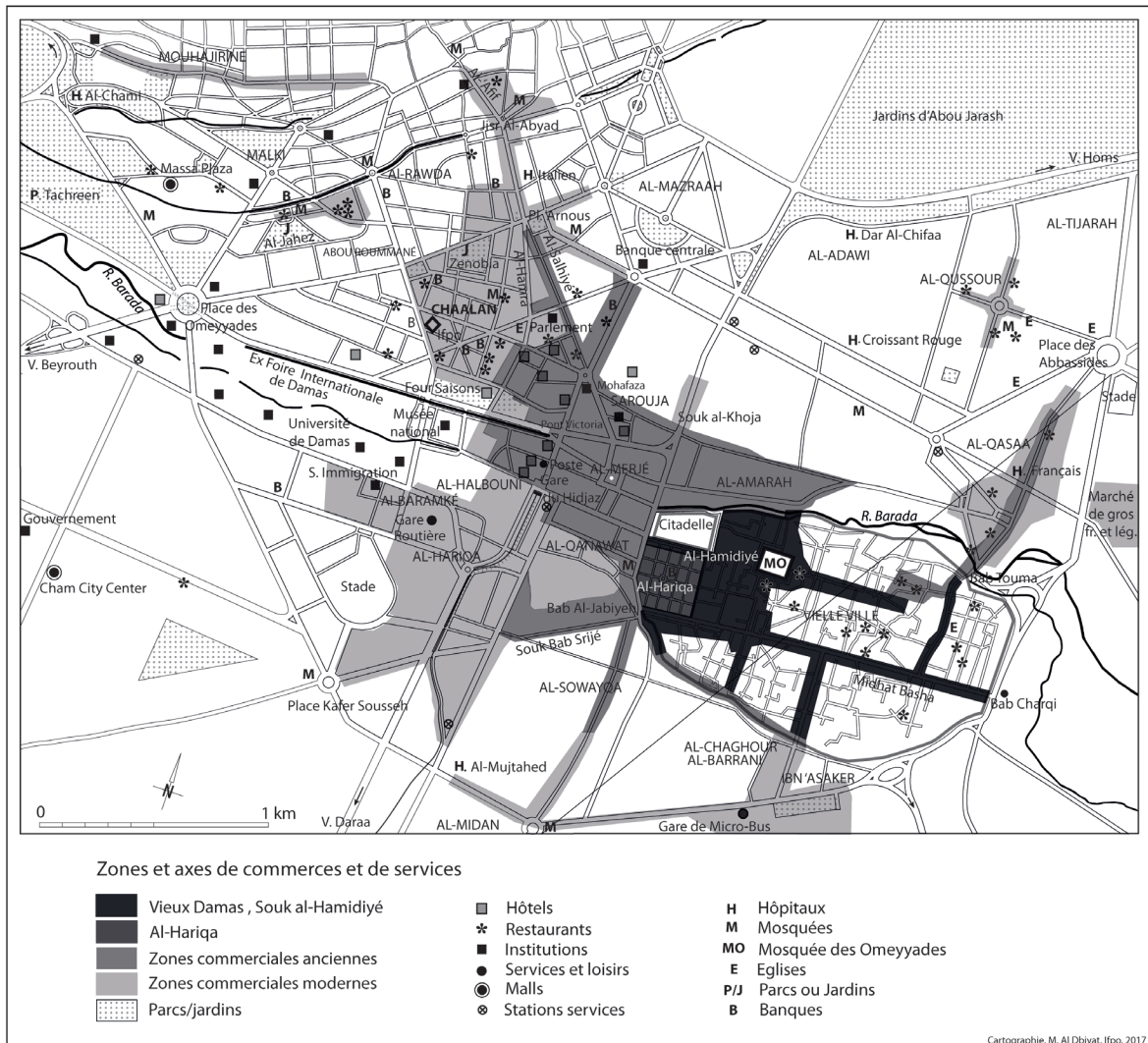


Figure 1 : Évolution des espaces commerciaux dans le centre de Damas.

« quartier arménien » (*Harat al-Arman*). Cette nouvelle rue, dont le nom populaire fait explicitement référence à la célèbre rue Hamra à Beyrouth, alors symbole régional de la modernité marchande, va représenter et centraliser dans les années 1970-80 l'essentiel du prêt-à-porter féminin, adoptant, avec ses magasins et leurs grandes vitrines disposées sur plusieurs étages, une architecture, une esthétique et une scénographie commerciales modernes, tout à fait nouvelles pour Damas (fig. 2 et fig. 3). Des commerces de prêt-à-porter masculin se développent cependant dans le quartier de Chaalan à partir de la fin des années 1970, fonctionnant alors comme autant d'appendices commerciaux de ceux de la rue Hamra. C'est d'abord dans le secteur dit de Hoboubi que vont s'ouvrir les premiers magasins de chemises pour hommes, en nombre suffisant pour que cette partie du quartier soit alors désignée comme « souk al-Rijal » (« marché des hommes »). D'abord complémentaire de Hamra, Chaalan va cependant connaître une diversification de ses commerces de prêt-à-porter, dont la féminisation croissante a sans doute significatif, de ce point de vue, une forme d'autonomisation du quartier par rapport à la rue al-Hamra (fig. 4).

De complémentaires, la rue Hamra et le quartier Chaalan deviennent en quelque sorte « concurrents », Chaalan prenant finalement l'ascendant sur la rue Hamra en tant qu'espace symbolisant la modernité commerciale, proposant désormais des commerces destinés aussi bien aux hommes qu'aux femmes. En une vingtaine d'années, la presque totalité des habitations et appartements de rez-de-chaussée des rues principales ont de fait été légalement⁴ transformés en boutiques et magasins, le quartier devenant



Figure 2 : Rue Hamra
© Thierry Boissière 2006.

4. Comme le signale F. Métral (chapitre II), le règlement de construction de 1971 a permis la transformation de locaux d'habitation situés au rez-de-chaussée et en sous-sol en locaux commerciaux et en bureaux. Des amendements publiés en 1974 et en 1976 élargissent et précisent les rues de Chaalan qui peuvent bénéficier de ce dispositif légal.



Figure 3 : Rue Hamra
© Thierry Boissière 2006.

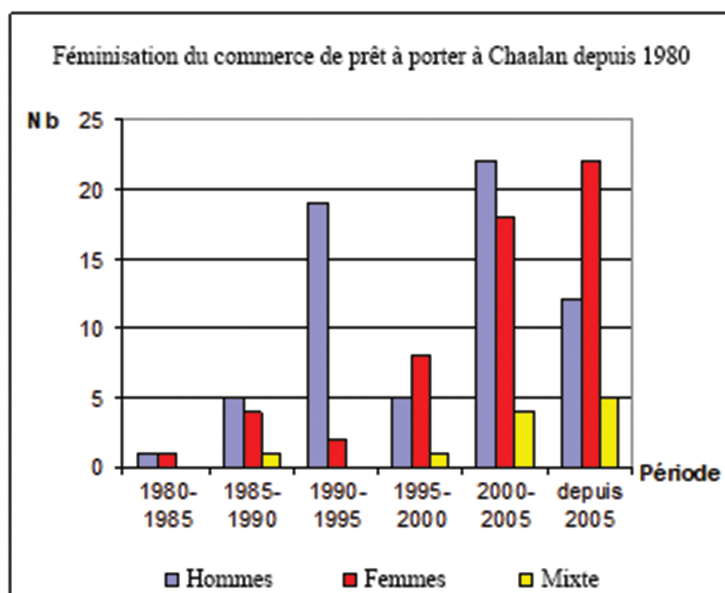


Figure 4 : © réalisation M. Al Dbiyat.

un centre de commerces et de services s'adressant à une clientèle provenant d'une grande partie de l'agglomération damascène. D'autres quartiers du centre-ville moderne ont connu au même moment ou par la suite une évolution similaire : Rawda, Malki, Abou Roummané, place Vendôme, quartiers qui épousent pour la plupart la géographie des zones de résidence des étrangers et de leurs ambassades et des classes moyennes et supérieures damascènes.

Des commerces pour le quartier aux commerces pour la ville, étapes d'une évolution

Ce passage du commerce «pour le quartier» au commerce «pour la ville» et, plus généralement, du résidentiel au commercial à Chaalan, est néanmoins le résultat d'une longue transformation des pratiques et des espaces du négoce dont il convient maintenant de présenter grossièrement les principales étapes (fig. 5).

Dans les années 1920-1940, on trouvait dans le quartier, bien entendu, quelques petits commerces alimentaires principalement liés à une clientèle résidentielle : au moins deux fours à pain (fig. 6), trois boucheries, mais aussi quelques ateliers de tailleurs, de cordonniers (arméniens) et de menuisiers. Des paysans de la Ghouta venaient également vendre leurs productions de légumes et de lait dans les rues en utilisant des charrettes (*arabayé*). Le quartier possédait enfin un des moulins à eau qui, alimentés par une petite dérivation du canal du Tora, fonctionnaient alors entre Chaalan et le futur quartier de Jisr al-Abyad. Le moulin de la famille Nouwaylati, attenant à la maison de l'Émir Nouri Chaalan, était consacré à la fabrication du *bourghoul* (blé concassé). Le minotier achetait du blé à des paysans de la Ghouta, que ceux-ci lui livraient à dos d'ânes, blé qu'il revendait ensuite transformé, au détail dans le



Figure 6 : Ancien four à pain de Hoboubi
© Thierry Boissière 2006.

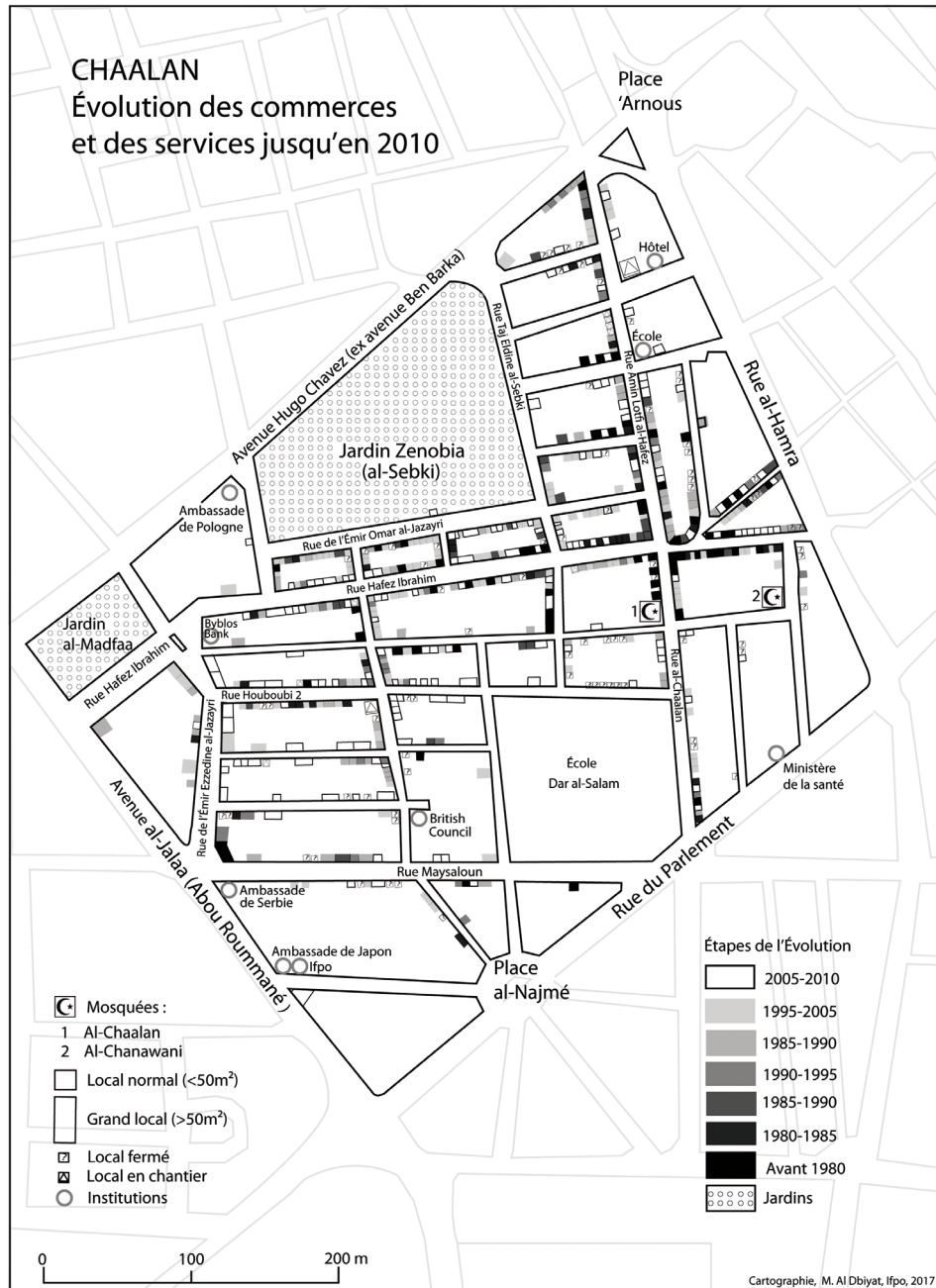


Figure 5 : Chronologie de l'occupation spatiale des commerces à Chaalan
© Mohamed Al Dbiyat.

quartier même et en gros sur le marché à grains de la vieille ville (Bzouriyé). Le moulin a été fermé à la fin des années 1980, non sans avoir cependant connu en 1986 une modernisation de son fonctionnement avec le passage de l'énergie hydraulique à la pulsion électrique. Le moulin a laissé place à un immeuble d'appartements avec des magasins en rez-de-chaussée dont, en 2007, un vendeur de graines et de céréales descendant de la famille Nouwaylati.

Dans les années 1950, il y avait encore dans la rue Hafez Ibrahim quelques tailleurs juifs et des cordonniers arméniens, ces derniers étant venus de Bab Touma et de Bab Charqi. Les Arméniens étaient locataires de petites maisons accolées les unes aux autres. Outre leurs activités artisanales, ils avaient développé de petits commerces alimentaires.

Dans les années 1960, l'activité commerciale s'est étoffée. On trouve alors au moins deux bouchers, un matelassier, un teinturier-repasseur, un couturier, mais aussi des tailleurs et marchands de tissus, deux cordonniers, un plombier et un électricien, un vendeur de *falafel*, un vendeur de sirop de réglisse, deux papeteries, un coiffeur pour hommes et un pour femmes, trois fours à pain, deux ou trois épicereries, un café et un restaurant fréquenté notamment par des étudiants et les élèves des établissements scolaires proches, dont ceux de l'institution Dar al-Salam. La rue Hafez Ibrahim subit des travaux d'alignement dans sa partie la plus proche du carrefour (le *mousallabé*) qu'elle forme avec la rue Chaalan. C'est sur ce tronçon que la rue Hafez Ibrahim se resserrait en formant une sorte de goulot. De petites maisons avec jardins, construites dans les années 1920 sur la rive nord de la rue, sont alors détruites afin d'élargir la chaussée et de rendre celle-ci accessible aux automobiles. Ces maisons ont été en partie remplacées par des immeubles construits en retrait de la rue et équipés de rez-de-chaussée commerciaux. Le petit souk alimentaire situé au carrefour des rues Hafez Ibrahim et Chaalan s'étoffe également, toujours en lien avec l'approvisionnement quotidien de proximité. Il existait bien déjà quelques commerces à cet endroit stratégique, comme «L'épicerie du coin» (*al-Zawiya*) (fig. 7), sans doute la plus ancienne du secteur, ouverte en 1943 par un certain Kamal Zeitoun, un commerçant venant du quartier d'al-'Amara, ainsi que deux fours à pain. Mais à la fin des années 1960, ce sont deux bouchers, un vendeur de café, un poissonnier, un vendeur de lait et de *laban* et au moins trois marchands de fruits et légumes qui ouvrent des commerces, directement sur le trottoir ou en louant ou achetant des locaux. Les premiers marchands de fruits et légumes présents au carrefour étaient des paysans, d'abord venus quotidiennement de leur village de Kafar Soussé, dans la Ghouta-ouest, en chargeant leurs productions de légumes sur des vélos pour les vendre ensuite directement dans la rue. Certains d'entre eux vont ensuite s'installer dans des locaux donnant sur ce même carrefour (fig. 8).



Figure 7 : « L'épicerie du coin »
© Thierry Boissière 2006.

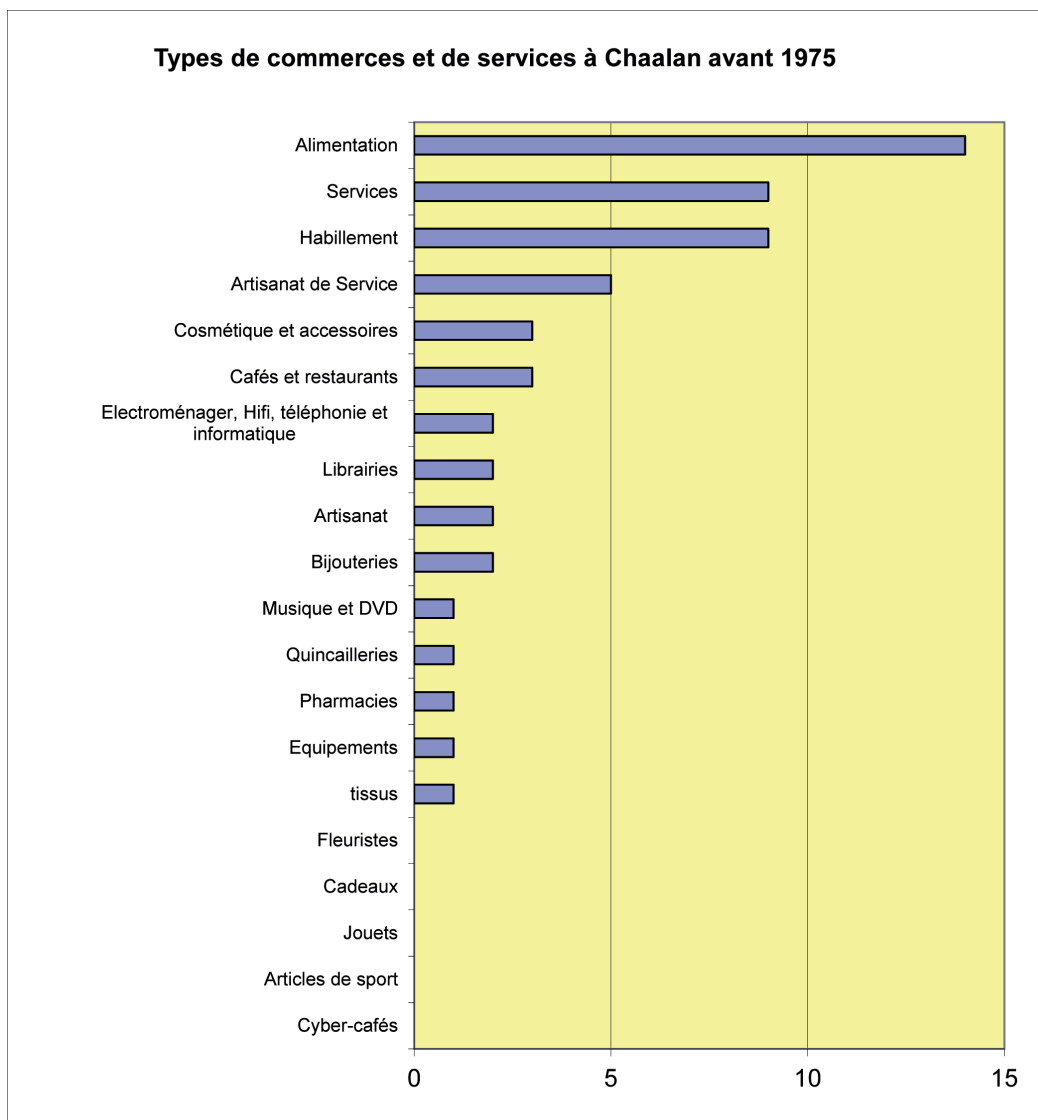


Figure 8 : Types de commerces et de services à Chaalan avant 1975
 © M. Al Dbiyat.

À la fin des années 1970 et tout au long des années 1980, les activités de commerce se développent dans la rue de Chaalan et la rue al-Hoboubi, puis dans la grande rue Hafez Ibrahim. Des épicerie et des boutiques de vêtements pour hommes (chemises), puis pour femmes (lingerie) ouvrent dans les deux premiers secteurs. Rue Hafez Ibrahim, ce sont une échoppe de cireur de chaussures, une pâtisserie, une pharmacie, quelques épicerie, mais aussi trois ou quatre friperies. Celles-ci attirent alors une clientèle extérieure au quartier, de plus en plus importante, et cela dans un contexte plus concurrentiel pour les commerces.

Au début des années 1990, les friperies sont remplacées par des commerces alimentaires, tandis que se développent des boutiques de vêtements produits en Syrie, des magasins de cassettes de musique et de matériel hi-fi et quelques magasins de meubles. Une certaine régulation des espaces de vente semble aussi s'imposer durant cette même période. Ainsi, les petits vendeurs de fruits et légumes qui occupaient encore le milieu de la chaussée de la rue Hafez Ibrahim, jusqu'à parfois déborder sur le carrefour, ont été contraints de cesser leurs activités en raison de fréquentes descentes de police et de la confiscation

régulière de leurs marchandises. Certains d'entre eux ont néanmoins obtenu la possibilité d'installer des étals sur les trottoirs, devant les boutiques du petit marché du carrefour, en reversant une contrepartie financière aux commerçants installés.

La première franchise étrangère de prêt-à-porter ouvre enfin en 1991 (Adidas), suivie de nombreuses autres (Loïs, Kickers, Ted Lapidus, Stephanel, Morgan, Best Mountain, etc.)⁵. (fig. 9, 10, 11) Chalan devient dès lors un espace participant de stratégies commerciales qui excèdent le quartier lui-même et le relie à d'autres quartiers de Damas ou d'autres espaces nationaux et internationaux. Les grandes marques étrangères et certains investisseurs syriens propriétaires de franchises inscrivent ainsi leur action à l'échelle de la ville, mais aussi du pays et de réseaux commerciaux internationaux, développant, parfois à perte, des stratégies de conquête et d'emprise territoriales, l'essentiel pour eux étant « d'occuper la place » (fig. 12).

Les franchises vont ainsi jouer un rôle moteur dans la recomposition du paysage commercial et urbain des quartiers centraux de Damas et dans la réaffirmation de leur positionnement et de leur importance économique. Ces quartiers deviennent des « quartiers supports » que les marques étrangères investissent tout en imposant un style et une centralité de plus en plus incontournables. Elles créent aussi de la plus-value (foncière, économique, marchande) par le simple fait d'y être présentes. Un certain nombre d'établissements bancaires (banques Audi,



Figure 9 : Magasin Kickers vu du jardin Sebki
© Thierry Boissière 2006.



Figure 10 : Magasin Stephanel
© Thierry Boissière 2007.



Figure 11 : Magasin Benetton
© Thierry Boissière 2006.

5. Le principe de fonctionnement d'une franchise est le suivant : la marque concède une licence à un particulier ou à une entreprise, qui peut dès lors importer ou fabriquer ses produits et les vendre en Syrie en échange d'un pourcentage sur les ventes annuelles, de l'obligation de reproduire à l'identique les collections saisonnières, de rester fidèle à l'image de la marque, de respecter la façon dont les produits sont présentés, étiquetés et de reprendre en les adaptant les campagnes publicitaires.

Année d'ouverture du premier magasin	Marques
1991	Adidas
1994	Benetton, Magnificio MG, Loïs
1996	Naf-Naf
1997	Kickers, Ted Lapidus
1998	Pierre Balmain
2000	Stéfanel
Entre 1998 et 2003	Azzaro, Best Mountain, Absorba

Figure 12 : Entrée des franchises à Chaalan à partir de 1991.

Source : VIGNAL 2006, p. 24.

Byblos et Cham), dans la foulée de la libéralisation du secteur à partir de 2005, font enfin leur apparition aux limites du quartier, renforçant ainsi, avec les nouvelles possibilités de prêts à la consommation que ces dispositifs offrent désormais, la position de centralité commerciale de Chaalan (fig. 13).

Pour les principaux opérateurs économiques présents dans le quartier, Chaalan apparaît de ce point de vue comme constituant une des pièces d'un dispositif commercial et financier qui l'excède largement⁶. La phase la plus récente de l'évolution et de la transformation de Chaalan répond de fait à une logique

d'ouverture économique opérée à partir de la fin des années 1980, renforcée au début des années 1990 par l'adoption de la loi n° 10 (1991) sur les investissements et les services, puis à partir de 2000, par l'arrivée au pouvoir de Bachar al-Assad qui accélère et élargit le processus d'ouverture.

L'activité commerciale est donc organisée dans le cadre de stratégies globales et d'accaparements territoriaux, avec des capitaux le plus souvent familiaux ou provenant de Syriens travaillant dans la Péninsule arabique. Les petits magasins vivent bien entendu du commerce, mais, dans les années 2000-2010, leur activité de vente semble être devenue secondaire par rapport aux plus-values réalisées par les rachats et reventes des pas-de-porte, dont la valeur ne cesse alors d'augmenter. Ainsi, du début des années 1990 au printemps 2007, les prix des pas-de-porte dans le quartier ont connu une augmentation particulièrement



Figure 13 : Bâtiment de la banque Byblos

© Thierry Boissière 2007.

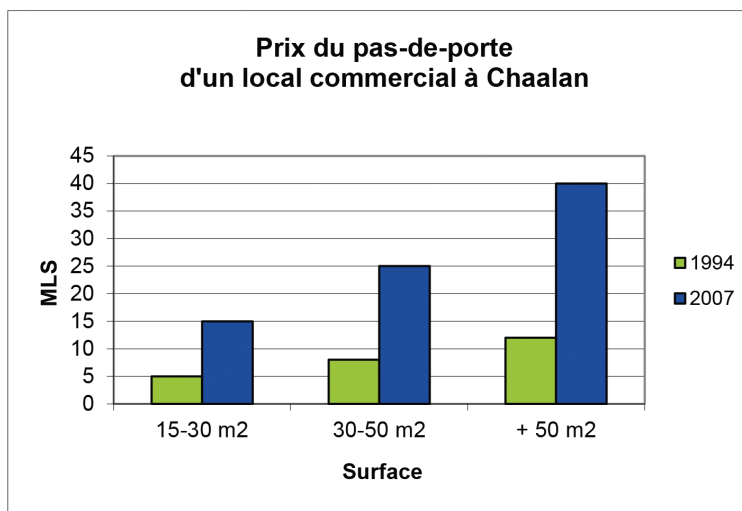
6. C'est par exemple le cas du propriétaire du café Gemini, un fils de haut responsable et qui a par ailleurs ouvert un autre café et un restaurant dans la même rue, un café dans le quartier de Malki, un restaurant à Mezzé et enfin un restaurant dans la vieille ville, pas loin de Bab Charqi. Il s'agit donc pour lui d'investir dans trois quartiers fréquentés par une clientèle jeune solvable : Chaalan, Malki, la vieille ville.

forte, signalant l'importance croissante qu'acquiert ce quartier en tant qu'espace de commerce, « d'exposition » et surtout d'investissement. En nous appuyant sur des chiffres fournis par un géographe syrien, Samir Wattar, qui a consacré en 1992 une thèse sur les commerces du centre de Damas ⁷ et pour les années 2000 sur nos propres enquêtes, nous obtenons le graphique suivant : (fig. 14)

En treize ans, les prix ont donc triplé, parfois davantage. Les prix des pas-de-porte et des loyers varient toutefois selon l'emplacement du local par rapport aux rues principales, en particulier à la rue Hafez Ibrahim, de loin la plus chère. Chaalan en tant que dispositif commercial produit ainsi de la valeur foncière et immobilière au moins autant que des revenus liés aux échanges commerciaux.

Le quartier de Chaalan prend de fait chaque année un peu plus le visage d'un centre commercial comme modelé par l'économie globalisée. Des éléments du passé se maintiennent cependant en dépit des changements et des mutations, aussi bien dans l'architecture ottomane et mandataire de certains édifices, dans certains aspects de la vie de quartier, dans la présence de résidents parfois très anciennement installés, dans les relations de voisinage, que dans la pérennité de certaines formes « traditionnelles » de commerces et d'artisanats.

Le temps semble d'ailleurs jouer différemment selon que l'on privilégie l'aspect résidentiel ou l'aspect commercial, selon que l'on considère les commerces *pour* le quartier et les commerces *pour* la ville : alors que les premiers, inscrits dans la longue durée, connaissent peu de changements, ceux « pour la ville » se caractérisent par des cycles de renouvellement – des produits, des commerçants, des propriétaires de pas-de-porte – très rapides. Autant de temporalités qui s'inscrivent dans l'organisation spatiale même du quartier : alors que les rues principales (rue Hafez Ibrahim, rue Chaalan, rue Amin Lotfi al-Hafez) sont majoritairement occupées par les nouveaux commerces, les rues secondaires, surtout celles situées au sud de la rue Hafez Ibrahim, sont davantage occupées par le petit commerce et l'artisanat « de proximité » ou de service. Ceux-ci sont liés à des besoins plus locaux et quotidiens, dans le cadre de relations marquées par la fidélité et les pratiques de crédit. La deuxième grande différenciation est celle qui s'observe entre le secteur du carrefour et son prolongement jusqu'à la rue Hamra, qui est marqué par la présence de boutiques et de commerces « traditionnels », alimentaires en majorité, attirant une clientèle familiale et âgée, et le secteur qui se déploie le long de la rue Hafez Ibrahim en direction de l'avenue Abou Roummané, jusqu'aux limites est de Chaalan, secteur marqué par la présence importante de magasins de prêt-à-porter, de *take-away*, de cafés et cybercafés et autres salles de jeux en ligne, et majoritairement fréquenté, surtout en fin de journée, par une population jeune (fig. 15, 16).



Sources : WATTAR 1992 et enquêtes directes (2007)

Figure 14 : Évolution du prix des pas-de-porte de 1994 à 2007

© réalisation T. Boissière.

7. WATTAR 1992.



Figure 15 : Café Gemini
© Thierry Boissière 2007.



Figure 16 : Café Downtown
© Thierry Boissière 2007.

Principaux secteurs d'activité

Nous avons souligné que les commerces présents à Chaalan avant les années 1980 étaient essentiellement consacrés à l'alimentation et aux services de proximité. Au moment de nos relevés (2007-2008), les commerces du quartier présentaient bien entendu une plus grande diversité (fig. 17). La

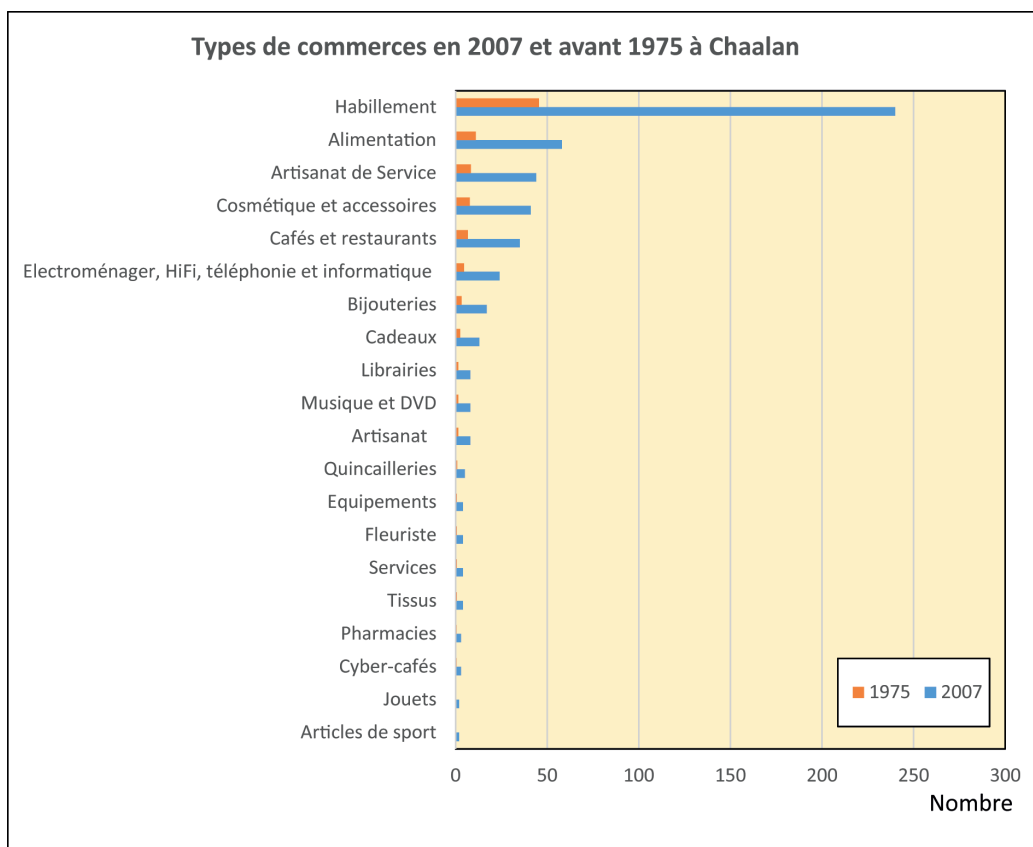


Figure 17 : Commerces à Chaalan avant 1975 et en 2007 © réalisation M. Al Dbiyat.



Figure : 18 : Commerces et services en 2010.

principale activité commerciale de Chaalan était alors, et de loin, celle de l'habillement et du prêt-à-porter (45,5 %), secteur sans doute dynamisé par la présence des franchises, mais réunissant majoritairement des «boutiques traditionnelles», fonctionnant selon un dispositif entrepreneurial de type familial et vendant des articles de prêt-à-porter de fabrication et de marques locales. Venaient ensuite, par ordre décroissant, les commerces alimentaires (11 %) dans toute leur diversité (épicerie, fruits et légumes, boucheries, fromageries, fours, restaurants, vendeurs de jus de fruits), l'artisanat de service (8,3 %), le cosmétique et les accessoires féminins (7,8 %) et enfin les cafés et restaurants (6,6 %). Les 21 % restant se répartissent entre un plus grand nombre d'activités, chacune n'étant cependant représentée que par quelques boutiques isolées : l'électroménager, la téléphonie mobile, l'informatique (4,6 %), les cybercafés et jeux vidéo, la bijouterie de fantaisie et de luxe, les boutiques de cadeaux, les librairies, les fleuristes, les pharmacies, etc. (fig. 18).

La présence et l'accroissement de nouvelles activités à partir des années 1980 ne signifient pas pour autant la disparition des plus anciennes. Les commerces alimentaires (fig. 19), par exemple, présents de longue date dans le quartier, se sont maintenus et se sont même développés, aussi bien sous leur forme «traditionnelle» (étals de fruits et légumes, épicerie, vendeurs de *falafel* et de *ful*) que «moderne» (*take away*, pizzerias, pâtisseries, etc.). Les petits commerces des fruits et légumes occupant le carrefour en constituent un exemple significatif (fig. 20 et 21). Il s'agit, nous l'avons signalé, d'une activité qui remonte à la fin des années 1960, début des années 1970. La vente de fruits et légumes s'est depuis développée, conservant une apparence traditionnelle qui contribue à sa mise en scène commerciale (recherche d'une certaine authenticité), tout en s'adressant à une clientèle financièrement aisée. Les prix proposés, plus élevés qu'ailleurs, sont justifiés par l'effort de présentation que fournissent les commerçants, leurs produits étant nettoyés, lustrés, calibrés, disposés en bon ordre, mais



Figure 19 : Épicerie rue Hafez Ibrahim
© Thierry Boissière 2006.



Figure 20 : Commerce de fruits et légumes
© Thierry Boissière 2008.



Figure 21 : Commerce de fruits et légumes
© Thierry Boissière 2006.

aussi et surtout par la vente de légumes déjà épluchés, préparés et proposés dans de petits sacs en plastique (d'où l'appellation populaire du secteur : «souk al-Tanabel» ou «marché des feignants»). Cette offre répond aussi à une demande croissante en plats préparés, demande liée à des changements dans les modes de vie, les modèles de consommation, mais aussi aux pratiques culinaires et à l'accroissement du travail salarié chez les femmes des classes moyennes. Les activités alimentaires de Chaalan, moins nombreuses que le prêt-à-porter, rapportent cependant autant, si ce n'est davantage, que la plupart des autres commerces. Pour cette raison, ces activités résistent à l'avancée des magasins et boutiques de vêtements, étant finalement plus rentables que ces derniers, et contribuent ainsi à maintenir, au cœur même du quartier et en s'adaptant aux besoins et aux demandes nouvelles, une ambiance «traditionnelle» et une forte affluence de clients, affluence que les autres commerces ne suffiraient sans doute pas à produire à eux seuls.

Des dispositifs commerciaux innovants

L'ouverture des premiers magasins franchisés a été accompagnée par un certain nombre de transformations et d'innovations dans les domaines de la scénographie commerciale, des dispositifs de vente, du marketing et des relations de clientèle.

Les nouveaux magasins de prêt-à-porter de marques étrangères se sont en effet inscrits dès le départ dans le cadre de cahiers des charges imposés par les accords de franchises, cahiers des charges qui conditionnent et encadrent le dispositif de fabrication, de présentation, d'exposition et de vente des produits. Ce dispositif doit reproduire le plus fidèlement possible celui commun à l'ensemble des points de vente de la marque dans le monde, imposant de fait une esthétique commerciale globalisée.

Esthétique remarquable dans l'apparence même des espaces commerciaux concernés. Alors que les boutiques syriennes «traditionnelles» recouvrent, occultent et transforment parfois radicalement leur façade extérieure, les franchises conservent et respectent autant que possible la façade d'origine, jouant sur une « esthétique hybride » où la pierre ancienne contraste avec une signalétique moderne et la présence de logos mondialement connus. Les présentations en vitrine ont également constitué des innovations : sobriété et minimalisme de la mise en scène, limitée à un ou deux vêtements sur mannequins en fonction des collections, cela contrastant fortement, dans les premiers temps du moins, avec les vitrines des boutiques syriennes alentour. Celles-ci se caractérisent en effet par leur étroitesse et leur encombrement, les commerçants y disposant par empilements le plus de produits possible, l'objectif étant de présenter en vitrine tout ce qu'il est possible de trouver en magasin. Les franchises ont ainsi introduit une rupture visuelle dans le paysage du quartier, en raison de l'emprise au sol de leurs espaces de vente, correspondant le plus souvent à la surface de deux ou trois



Figure 22 : Inauguration d'une boutique
© Thierry Boissière 2008.

boutiques « traditionnelles », et de l'aménagement de grandes vitrines à la présentation soignée, épurée et standardisée. Ces nouvelles formes de marketing et de présentations commerciales ainsi introduites par les franchises internationales n'ont pas été sans effets sur la façon dont, en retour, les commerces syriens « traditionnels » ont évolué dans ce domaine à partir des années 1990 et surtout 2000, adoptant et adaptant ces techniques de présentation des produits en vitrine (fig. 22).

Une autre innovation liée au développement des franchises de prêt-à-porter concerne le brouillage de la séparation sexuée des espaces de vente et d'achat. Chaalan a ainsi été un des premiers espaces commerciaux de Damas à permettre, à travers son dispositif de magasins franchisés, de gommer la séparation existant habituellement entre clientèles féminine et masculine, et cela en particulier, une fois encore, dans les magasins de prêt-à-porter : on s'y rend en couple, en famille, hommes et femmes ayant la possibilité de choisir leurs vêtements dans le même magasin, et non pas, comme ailleurs dans les espaces commerciaux plus traditionnels, dans des boutiques séparées en fonction des genres. De même, le personnel de vente, surtout dans les magasins de bijoux de fantaisie, de prêt-à-porter et dans certains restaurants et cafés modernes, est souvent féminin, ce qui au début des années 1990 constituait une petite révolution. Femmes et jeunes filles font ainsi leur apparition dans des dispositifs marchands où les hommes ont été longtemps omniprésents, y compris dans la vente de sous-vêtements féminins et de parfums.

Enfin, les nouveaux commerces de Chaalan constituent un dispositif régulé, avec un affichage fixe des prix, affichage qui exclut donc à priori tout marchandage. La pratique des « soldes », affichant en toute saison et à longueur d'année des rabais de 30 à 70 %, semble cependant compenser cette impossibilité de discuter les prix affichés. La faible activité commerciale réelle et le peu d'affluence dont souffrent nombre de commerces, résultant en partie du faible pouvoir d'achat d'une majorité de la clientèle, rendent de fait nécessaires ces déstockages quasi permanents. Constatons enfin que si les boutiques et les petits commerces « traditionnels » de Chaalan continuent à fonctionner selon des registres plutôt anciens – rapports interpersonnels basés sur la (re)connaissance patronymique et sur la réputation et la confiance – l'organisation des magasins franchisés, où la clientèle a surtout affaire à des employés étrangers au quartier, interchangeable, mobile et renouvelable, laisse peu de place à la construction de rapports interpersonnels. L'anonymat et l'impersonnalité semblent ainsi dominer les relations commerciales des enseignes étrangères à Chaalan, rompant avec une des formes les plus anciennes de la relation entre commerçants et clients.

Origine et lieux de résidence des commerçants

Les commerçants travaillant à Chaalan constituent une population très diverse dans ses caractéristiques et ses origines résidentielles. Les enquêtes que nous avons menées ont porté sur les lieux de résidence de 386 commerçants. Elles montrent clairement qu'une grande majorité d'entre eux habite ailleurs qu'à Chaalan. Selon notre échantillon, les commerçants sont seulement 12 % à habiter dans le quartier. 88 % viennent d'ailleurs, principalement de Mezzé (8,4 %), Mouhajirin (7,7 %), Midan (7,6 %), Roukn ad-Din (5,1 %), Abou Roummané (4,2 %), Malki (3,7 %), Mazraa (3,7 %), Rawda (3 %), avenue de Bagdad (2,7 %), Jisr al-Abyad (2,3 %) et Baramké (2,1 %), soit un total de 48 % pour ces seuls quartiers. Le reste, quelque 40 %, se répartit dans plus de 50 quartiers et agglomérations différents de la région de Damas, chaque fois en très petit nombre.

En regroupant ces quartiers et agglomérations en 17 secteurs significatifs, on obtient le tableau suivant : (fig. 23).

Ces indications recourent partiellement celles concernant l'origine géographique de ces mêmes commerçants et artisans (lieux de vie des parents et des grands-parents). Une enquête portant cette fois sur 252 personnes a ainsi permis d'établir qu'une majorité d'entre elles (65,7 %) est originaire d'un autre quartier que Chaalan. Les quartiers de Midan, Mezzé, Jisr al-Abyad, al-'Amara, Mouhajirin, Sarouja,

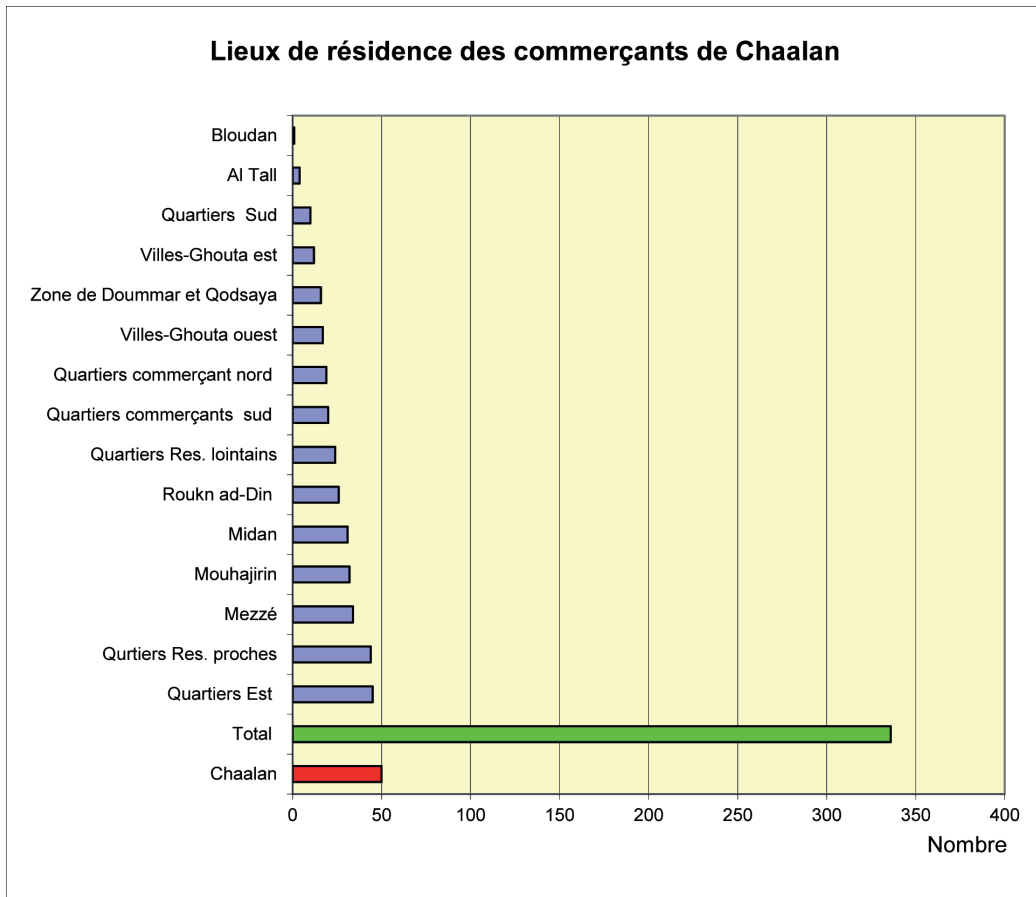


Figure 23 : Lieux de résidence des commerçants de Chaalan
© réalisation M. Al Dbiyat.

Abou Roummané, Chaghour et Malki arrivent en tête, suivis par une quarantaine d'autres quartiers et localités de Damas et sa région, mais aussi d'autres agglomérations syriennes (Hama, Homs, Alep, Deir ez-Zor, Qounaytra, Deraa). (fig. 25)

Portraits de commerçants

Si une majorité des commerçants actuellement (2007) présents à Chaalan sont installés depuis les années 1990, ils s'inscrivent cependant dans des logiques d'installation qui peuvent varier selon leur parcours propre, mais aussi selon leurs spécialités. (fig. 24)

Quelques exemples permettront de dégager les principales dynamiques et orientations commerciales observables à Chaalan dans les années 2007-2010.

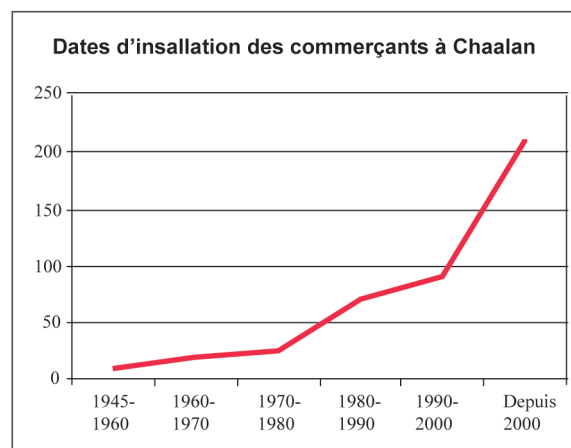


Figure 25 : Date d'installation des commerçants à Chaalan
© réalisation M. Al Dbiyat.

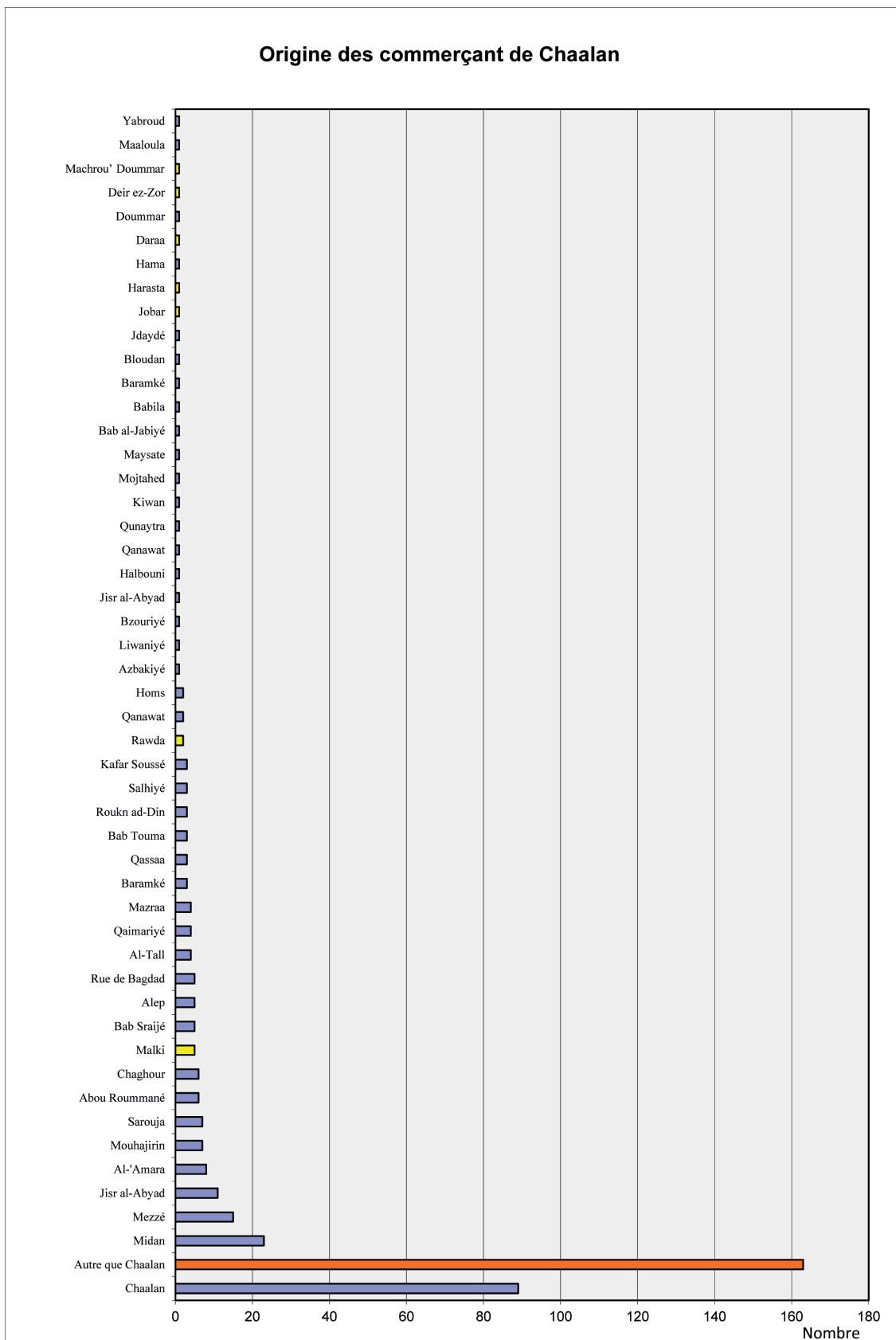


Figure 24 : Lieux d'origine des commerçants de Chaalan © réalisation M. Al Dbiyat.

Chaalán a longtemps compté plusieurs ateliers de menuiserie, dont très peu ont survécu aux changements survenus depuis les années 1980. Les quelques ateliers encore présents ont dû s'adapter aux exigences nouvelles du quartier et à une demande qui dépasse désormais largement le quartier seul.

Rafiq A. est un menuisier-ébéniste d'une quarantaine d'années. Lui et son frère (30 ans) possèdent un petit atelier dans lequel ils emploient deux apprentis et un ouvrier. Leur père a été lui-même apprenti dans différents ateliers de menuisiers de la vieille ville avant de venir s'installer à son compte place 'Arnous. Il a ensuite acheté l'actuel atelier de Chaalan en 1968. Ils produisent depuis du mobilier décoré, des lits et font également de la restauration de meubles. Ils importent leur bois – du hêtre – de Roumanie et de Bulgarie. Le bois de la Ghouta – du noyer – est trop cher. Dans un quartier où la plupart des artisans ont disparu, ils parviennent à se maintenir en raison même de cette raréfaction de la présence de menuisiers dans le centre-ville. La demande est devenue supérieure à l'offre, et cela leur profite : ils n'ont pratiquement pas de concurrents dans le secteur. De plus, ils travaillent « à la main », autrement dit sans machine. Ils n'ont donc pas besoin de beaucoup de place et ils ne font pas de bruits et ne dégagent aucune pollution. S'ils avaient des machines, ils auraient été obligés de s'installer dans une zone artisanale dédiée, loin du centre-ville. Ils pratiquent de la vente directe, sans intermédiaire (qui généralement retient une commission qui peut atteindre 70 % du prix du produit). L'essentiel de leur clientèle est extérieur à Chaalan ⁸.

Certains anciens menuisiers ont fait le choix de rester dans le quartier en abandonnant leur activité artisanale pour devenir commerçants. C'est ainsi le cas de Mohamed N. Z.

Âgé de plus de 80 ans, Mohamed a vécu à Hama jusqu'à ses seize ans. Il est arrivé à Damas avec sa mère et sa sœur. Ils ont d'abord été dans le souk Sarouja, où il a appris très jeune le métier de menuisier et a travaillé pour plusieurs patrons, avant d'ouvrir son propre atelier en 1941 dans un local qu'il loue encore à une famille de 'Arnous (prix location actuel : 20 000 LS / an ⁹, le locataire bénéficie ici d'un vieux loyer). Il utilisait également un local de l'autre côté de la rue où se trouvaient les machines. En tant que menuisier, il ne vendait pas directement : il travaillait pour des commerçants, fabricant des meubles à la commande. En 1970, il a arrêté la menuiserie, mais est resté dans le local en le convertissant en droguerie ¹⁰.

Le commerce alimentaire, dans un premier temps lié à une demande locale, s'est maintenu et développé en attirant une clientèle qui désormais excède celle du seul quartier. Un bon exemple de cette évolution est l'épicerie Bader, la principale du secteur al-Hoboubi, qui est parvenue à se développer en orientant son offre en direction d'une clientèle assez composite, faite d'expatriés, d'étrangers travaillant dans les ambassades et dans les institutions internationales (nombreuses dans le secteur de l'avenue Abou Roummané) et de Syriens des classes moyenne et supérieure (fig. 26).

Bader (50 ans) a ouvert son épicerie en 1983-1984. Ses voisins l'ont alors pris pour un fou, persuadés qu'il n'aurait jamais assez de clients. À l'époque,



Figure 26 : Épicerie Bader
© Thierry Boissière 2007.

8. Entretien réalisé par M. Al Dbiyat et T. Boissière (avril 2007).

9. 20 000 livres syriennes correspondent à 416 euros (2007).

10. Entretien réalisé par T. Boissière (février 2007).

voitures et clients étaient rares et il n'y avait encore que peu de magasins dans la rue. Bader se rappelle avoir été très heureux lorsqu'il réalisait 300 LS de vente en une journée. Les débuts ont donc été difficiles. Mais depuis l'épicerie est devenue une des principales et une des plus connues du quartier et propose désormais une grande variété de produits importés, dont de la charcuterie très appréciée des expatriés européens. En 2005, Bader a même fait aménager un espace en sous-sol : il a ainsi multiplié par deux sa surface de vente, transformant son épicerie en « mini-market »¹¹. Ce succès accompagne et participe ainsi au récent développement commercial de Chaalan. Il s'inscrit aussi dans une histoire associant étroitement la famille de Bader au quartier. Son grand-père y est arrivé dans les années 1920, alors que le quartier existait à peine. Il venait de Chaghour (sud de la vieille ville). Dans les années 1925-1926, il a vendu des armes aux rebelles, puis a commencé à travailler avec les fours à pain, d'abord à bois (fagots de chanvre), puis à mazout. Il possédait un four à Chaghour, qu'il a vendu en 1924, deux fours dans le carrefour de Chaalan, avec une clientèle française, et un four à Rabwé, dont le pain était destiné aux restaurants. Il a acheté la maison située à l'emplacement actuel de l'épicerie. Il s'agissait alors d'une « maison arabe », avec une cour intérieure. Elle a été détruite en 1978 pour laisser place à l'immeuble actuel avec un rez-de-chaussée commercial, immeuble dont Bader, ses parents et ses dix frères et sœurs sont propriétaires. En 1988, ils ont vendu un des fours du carrefour à des marchands de fruits et légumes, avec une maison qui se trouvait à l'arrière et ont acheté un café-restaurant à Rabwé. Son père est mort en 1995 : son portrait figure dans l'épicerie et dans le four restant au carrefour. La plupart des frères de Bader sont résidents dans le quartier de Chaalan. Certains y ont des commerces, deux d'entre eux s'occupent du four, l'un d'eux est devenu ingénieur, un autre est docteur en chimie. Tous se retrouvent une fois par semaine dans l'immeuble familial, celui où se trouve l'épicerie.

Un certain nombre d'activités, récentes dans le quartier, et présentes en petit nombre, signalent la reconnaissance de la centralité que représente désormais Chaalan. Le cas par exemple d'un jeune bijoutier installé depuis 2016 dans le quartier permet d'illustrer les choix stratégiques qui sont faits par certains commerçants, comme celui de se déplacer de quartiers plus anciens, mais désormais moins porteurs économiquement, vers Chaalan.

Michel S. est un bijoutier de 25 ans. Sa boutique est située dans la rue Chaalan, au sud du carrefour. Sa famille, chrétienne, est originaire d'un petit village de la côte syrienne, proche de Tartous. Son père a été ambassadeur de Syrie, ce qui a permis à Michel de beaucoup voyager. Il a finalement fait le choix de devenir bijoutier et a été formé en France. Son père lui a acheté cette boutique il y a de cela 6 mois, et s'occupe de l'atelier de fabrication des bijoux situé à Qassaa, en plein quartier chrétien. Ils sont donc à la fois détaillants (avec la boutique) et grossistes (en vente directe à partir de l'atelier). Ils ont fait le choix d'ouvrir une bijouterie à Chaalan parce qu'il s'agit « d'un quartier de musulmans : ils achètent davantage d'or que les chrétiens ». Le choix de l'emplacement même du local s'est fait à partir de critères objectifs : situation de la boutique dans le quartier (située à l'une des entrées de Chaalan, celle qu'empruntent voitures et piétons venant de Hamra), qualité du voisinage immédiat (dont la proximité d'une boutique de CD musicaux très connue et attirant de nombreux étrangers), prix du pas-de-porte, etc.¹².

Certaines activités, plus ou moins nouvelles, s'inscrivent clairement dans le cadre de filières internationalisées.

C'est le cas d'un magasin de meubles en rotins géré par Oussama. Âgé de 45 ans, ce Druze de Jaramana a ouvert son magasin en 1987. Il s'agissait alors d'un atelier de matelas. Il ne faisait que de la fabrication, pas de la vente directe. Dans les années 1990, il se met en association avec le propriétaire du pas-de-porte qui est architecte et *designer*. Ils décident de vendre des meubles en rotin et en bambou, matières premières qu'ils importent d'Indonésie. Depuis 2006, ils font

11. Entretien réalisé par M. Al Dbiyat et T. Boissière (avril 2007).

12. Entretien réalisé par T. Boissière (février 2007).

directement venir les meubles d'Indonésie, meubles qui passent par l'Arabie Saoudite et qu'ils montent à Chaalan. Ils en vendent dans toute la Syrie et ont un site internet à partir duquel il est possible de réaliser des commandes ¹³.

L'ouverture de magasins d'électroménagers à Chaalan comme ailleurs à Damas est en grande partie liée aux réformes économiques que la Syrie a connues à partir des années 1990. Longtemps réduite à des filières de contrebande en provenance du Liban, la vente de produits électroménagers bénéficie désormais de filières légales qui se sont développées depuis la signature en 2005 des accords de la Zone arabe de libre-échange (ZALE).

Youssef, 36 ans, originaire du quartier, gère une boutique d'électroménager située dans le secteur du jardin Sebki, en direction de la place 'Arnous. Avant d'ouvrir sa boutique en 2006, qu'il loue 30 000 LS / mois ¹⁴, il travaillait avec son frère, une rue plus loin, dans une boutique de tableaux. Il a pris un local en location et a décidé de vendre de l'électroménager à la suite de la mise en place des accords de libre-échange : machines à laver, gazinières, petit électroménager, four à micro-ondes de marques syriennes, iraniennes et européennes. Ces dernières sont soit fabriquées sous licence en Jordanie, soit importées d'Europe via les Émirats Arabes Unis ¹⁵. Il affirme cependant qu'avec une telle surface (à peine 18 m²), il lui aurait été difficile de vendre autre chose que de l'électroménager, sa boutique étant trop petite pour que la vente de vêtements, par exemple, soit rentable ¹⁶.

Autre branche, de loin la mieux représentée à Chaalan, celle du vêtement prêt-à-porter, de marques syriennes ou étrangères.

Salah est un commerçant de 65 ans propriétaire d'une boutique qu'il a ouverte en 2004. Le local a d'abord été celui d'un marchand de légumes, puis un magasin de vêtements et enfin un glacier, avant de devenir, avec lui, une boutique de prêt-à-porter. Il a réalisé des travaux, comme de faire décaisser le local afin de dégager de la hauteur et de pouvoir ainsi aménager une mezzanine. Il n'est pas propriétaire du local, mais du pas-de-porte qu'il a acheté 24 millions de livres syriennes ¹⁷. Il paie par ailleurs un loyer de 25 000 LS par mois. L'argent du pas-de-porte vient de ses fils qui ont travaillé en Arabie Saoudite pendant une dizaine d'années. Avant de monter ce petit commerce, Salah était directeur de banque. Il possède par ailleurs un entrepôt à Qudsaya et il habite Roukn al-Din. Le choix de Chaalan est avant tout motivé par la présence dans le quartier d'une clientèle qu'il juge aisée, celle d'un centre-ville moderne.

Une clientèle jeune et socialement hétérogène

Chaalan est désormais fréquenté par une population majoritairement extérieure au quartier lui-même. Les questionnaires que nous avons présentés à différentes heures de la journée et à différents endroits à une centaine de chalands circulant alors dans la rue principale et aux abords du carrefour sont de ce point de vue révélateurs : les personnes habitant le quartier de Chaalan ne représentent que 7 % de notre échantillon. 29 % se répartissent de façon égale entre les quartiers de Rawda, Abou Roummané, Mezzé, Qudsaya, Maysate, Masaken Berzé, Qassaa et Midan. Ils sont enfin presque 55 % à venir d'une quarantaine d'autres quartiers et localités de Damas et de sa banlieue (Baramké, al-'Afif, Mouhajirine, Malki, Jaramana, Sahnaya, al-Tall, Doummar, etc.), avec dans ces cas-là un très fort taux de dispersion.

13. Entretien réalisé par M. Al Dbiyat et T. Boissière (avril 2007).

14. 30 000 livres libanaises représentent 625 euros (2007).

15. Depuis la signature de la Zone arabe de libre-échange (ZALE) le 1^{er} janvier 2005, la grande majorité des produits vendus sous licence n'est plus fabriquée en Syrie, mais à l'étranger. Seule une petite quantité de ces produits est encore fabriquée en Syrie, permettant de diversifier l'offre à destination d'une clientèle plus modeste, le prix de ces produits *baladi*, de qualité inférieure, étant moins élevé que celui des produits importés (ex : chaussures Kickers).

16. Entretien avec réalisé par M. Al Dbiyat et T. Boissière (avril 2007).

17. 24 millions de livres syriennes représentent 500 000 euros (2007).

Un petit pourcentage (5 %) provient de Tartous, de Lattaquié, de Qunaytra et de Hama. Enfin, on compte quelques Irakiens, Iraniens, Jordaniens et Libanais. Il s'agit également, d'après les comptages réalisés, d'une clientèle sensiblement plus masculine que féminine et plutôt jeune (30 ans d'âge moyen). En fait, elle a tendance à rajeunir et à se masculiniser au fur et à mesure que la journée passe et que le soir approche. L'enquête révèle enfin que l'on a principalement affaire à des employés et des fonctionnaires (30 %), à des lycéens et des étudiants (22 %) et à des « femmes au foyer » (10 %) issues de la classe moyenne (épouses de commerçants, d'architectes, d'ingénieurs). Le reste de notre échantillon présente des profils professionnels très hétéroclites : comptables, ingénieurs, coiffeurs, pâtisseries, avocats, informaticiens, médecins, architectes, représentants de commerce, etc.

Les jeunes sont nombreux à fréquenter le quartier, et ceux appartenant aux classes moyennes et supérieures constituent une clientèle cible pour différents commerces et services de loisirs récemment ouverts : les cafés et les *take-away* ou autres *fast-food*, deux ou trois cybercafés et salles de jeux vidéo, les magasins de vêtements de marques et les boutiques de CD et DVD. Une partie de la « jeunesse dorée » de la capitale syrienne a ainsi intégré le quartier de Chaalan dans ses cheminements et parcours de loisir et de sociabilités festives. Beaucoup de ces groupes de jeunes ont pris l'habitude de débiter leur soirée à Chaalan, pour la poursuivre en rejoignant d'autres lieux festifs nocturnes, notamment dans la vieille ville (bars, restaurants, boîtes de nuit), ou sur la proche place Vendôme, de l'autre côté de l'avenue Abou Roummané, où restaurants-vidéo et bars à chichas ont ouvert depuis le début des années 2000. Mais le quartier de Chaalan est aussi fréquenté par des jeunes originaires de quartiers populaires, comme ceux, proches, de Jisr al-Abyad, de al-'Afif et de Cheikh Mouhieddine. Ces jeunes-là viennent surtout pour se promener et regarder, observer, contempler le spectacle d'une certaine modernité à laquelle ils se trouvent ainsi associés. Ils ne consomment pas ou peu, en tous les cas différemment des jeunes des classes moyenne et supérieure, se rabattant sur des offres de consommation adaptées à leurs moyens financiers. Ils fréquentent par exemple les restaurants de *falafel* et de *foul* et les petits presseurs de jus de fruits, ou s'adressent aux vendeuses ambulantes d'origine russe et d'Asie centrale qui, certains soirs, occupent les trottoirs de la rue principale et vendent des chaussures bon marché. Si consommer à Chaalan semble constituer de ce point de vue un marqueur qui permet de se positionner socialement, on vient également à Chaalan pour être au fait de la mode, même si on ne la consomme pas faute de moyens adaptés (fig. 27).

Chaalan, comme ailleurs les quartiers de Qassaa ou de Mezzé, est enfin un espace où les jeunes pratiquent des *fatlé* (ou *mechwouar*) : cela consiste à faire des tours à pieds ou encore à remonter très lentement en voiture et plusieurs fois par soirée la rue principale selon un circuit connu. La circulation très dense de certaines soirées facilite ces déplacements lents et parfois quasi stationnaires. Cette façon de se montrer, tout en s'observant, constitue un dispositif de drague et de rencontres plus ou moins informelles. Les jeunes, filles et garçons, déambulant sur les trottoirs ou circulant en voiture, se repèrent mutuellement, échangent sourires et regards, construisent ainsi un espace d'interactions discrètes, formant des communautés éphémères ou s'organisant entre groupes constitués dans la fréquentation quotidienne de cet espace, mais aussi à partir de liens liés à la classe sociale, à l'appartenance à une même école ou université, et cela le plus souvent indépendamment des quartiers résidentiels d'origine. Dispositif organisé, ces « tours » mobilisent également des entremetteurs, « piliers informels » du *fatlé*, qui interviennent pour organiser ces rencontres amoureuses. Des numéros de téléphone sont alors discrètement échangés par leur intermédiaire et des rendez-vous pris. Les rapprochements se dérouleront ensuite ailleurs, dans des lieux plus discrets et moins exposés aux regards et aux risques de l'interconnaissance. Cette pratique n'est pas sans rappeler ce que l'on peut observer dans d'autres villes syriennes, où les « rues des amoureux », ainsi désignées localement, permettent de semblables stratégies, et sont bien souvent elles-mêmes des rues commerçantes destinées en grande partie au prêt-à-porter.

Chaalan apparaît comme étant tout à la fois un lieu de consommation, plus ou moins symbolique selon les clientèles – consommation des objets de la mondialisation et de la modernité – et comme un lieu de rencontres et de mixité sociale, un véritable espace public où semble se déployer en partie le jeu des apparences et des appartenances dans une société urbaine de plus en plus ouverte aux changements et aux



Figure 27 : Rue Hafez Ibrahim la nuit
© Thierry Boissière 2008.

nouvelles formes de consommation et de sociabilités. Ces formes nouvelles, éparpillées dans les quartiers modernes de la ville, se retrouvent donc plus concentrées qu'ailleurs à Chaalan. Le quartier semble de ce point de vue avoir en quelque sorte résolu le double dilemme qu'évoque David Harvey (2008), évitant ainsi pour l'heure « (d') approcher la commercialisation pure au point de perdre les marques de distinction qui sous-tendent les rentes de monopole, ou (de) construire des marques de distinction si singulières qu'elles sont difficiles à exploiter ».

Diversification des espaces du commerce

L'évolution qu'a connue Chaalan, mais aussi la place que le quartier occupe désormais, tant dans le « dispositif urbain » damascène que dans son économie et plus largement dans « l'économie de la consommation », ne peuvent être comprises en dehors du contexte d'une évolution plus générale du paysage économique et consumériste syriens¹⁸. On assiste depuis la fin des années 1990 à Damas, comme à Alep et dans les grandes villes de la vallée de l'Oronte (Homs, Hama), à la prolifération sans précédent des espaces du commerce et de la consommation¹⁹. Alors que pendant des siècles, zones du commerce et zones résidentielles étaient relativement séparées, participant d'une gestion différenciée des espaces et pratiques concernées, cette séparation a désormais disparu. Il n'existe que très peu d'espaces urbains qui ne soient à la fois résidentiels et commerciaux. Dans ce contexte, qui est en grande partie le fait de la libéralisation, quoique relative, de l'économie syrienne depuis la fin des années 1980, les pratiques, les

18. Pour une présentation complète des changements survenus depuis les années 1990 en Syrie dans le domaine du commerce et de la consommation, voir VIGNAL 2006.

19. Voir notamment les travaux de AL DBIYAT 1991, 1995, sur Salamieh et les villes de Syrie centrale.

formes et les espaces de commerce et de consommation ne cessent de s'étendre et de se diversifier. À cela s'ajoute bien entendu la croissance des grandes villes syriennes, en premier lieu Damas. Cette croissance, en stimulant la demande et les besoins, a engendré une multiplication des centres de commerce dans les nouveaux quartiers et dans les zones d'habitats collectifs, comme à Bab Touma, à Masaken Berzé, au camp de Yarmouk (rue de Loubiyé), à Doummar, en banlieue de Qudsaya, ainsi que dans les petites agglomérations de la Ghouta, comme Sahnaya, Jdaydé, Jaramana, devenues des villes moyennes avec l'arrivée de néo-citadins qui y trouvent des logements moins chers qu'à Damas même.

Les souks anciens, loin de périliter, connaissent un dynamisme croissant. Ils sont investis par une clientèle nombreuse issue des quartiers populaires et périphériques et dont la demande porte sur des produits à bon marché, le plus souvent d'origine chinoise, participant ainsi d'une forme de « mondialisation par le bas » à destination des classes populaires. Ce dynamisme des souks anciens se traduit souvent par un empiètement de ceux-ci sur d'anciennes zones résidentielles de la vieille ville, phénomène connu, qu'ailleurs Jean-François Troin (2011) désignait par le terme de « soukalisierung ».

Le centre-ville moderne accueille quant à lui les activités les plus dynamiques en termes de commerces, mais aussi de services (banques, agences de voyages, compagnies aériennes, bureaux de change). Porte de la ville pour les entreprises internationales, le centre-ville moderne de Damas connaît ainsi depuis les années 1990 une mutation sensible de son paysage, avec notamment l'apparition des enseignes étrangères et la multiplication des panneaux publicitaires (presque inconnus jusqu'à la fin des années 1990). Le quartier de Chaalan, de ce point de vue, s'inscrit dans cette logique de mutation urbaine et commerciale, tout en renforçant son attractivité en tant qu'espace public central. C'est sans doute cette double qualité, d'espace de commerces plus ou moins « mondialisés » et d'espace public hospitalier et producteur de sociabilités spécifiquement urbaines, qui fait une grande part du succès de ce quartier.

Enfin, les espaces périphériques, constitués encore il y a quelques décennies par les champs et les jardins de la Ghouta et par de gros bourgs agricoles périurbains, ont été ces deux dernières décennies intégrés à Damas du fait d'une urbanisation rapide et de la transformation de leurs petites « agrovilles » en véritables centres de services à caractères fortement urbains²⁰.

C'est dans cette même couronne urbaine damascène que se sont développés les premiers centres commerciaux ou *shopping malls* de Syrie (fig. 28). Participant eux aussi, et de façon ostensible, à l'intégration économique, même marginale, du pays aux courants de l'économie mondialisée, les *shopping malls* se sont multipliés dans les environs de Damas à partir de 2002 : le City Mall, dans le quartier résidentiel de Mezzé-Ouest (2002), le Town Center (2005), le long de l'autoroute de Jordanie (Deraa) et le Souk al-Kheir, dans les faubourgs est de la ville, à Zablatani, le Cham City Center (2006) à Kafar Soussé et le Eighth Gate (2007) à Yaafour, pour ne citer que les principaux et les plus anciens (fig. 29). Autant d'espaces de commerce qui participent à l'émergence d'une « société de consommation » à Damas, société cependant encore restreinte aux plus aisés des usagers de ces espaces ; d'où très certainement le caractère très dynamique des autres formes de commerce, même les plus anciennes comme les souks, qui loin de disparaître se maintiennent et fonctionnent désormais de façon complémentaire, permettant finalement le maintien d'une certaine diversité de l'offre marchande, adaptée à l'ensemble des revenus. Il n'en reste pas moins que ces centres commerciaux participent aussi d'un dispositif qui permet aux franchises étrangères d'être à la fois présentes dans le centre-ville, où elles ont pignon sur rue comme à Chaalan, et en périphérie, dans ces grands espaces de la modernité marchande, et de jouer ainsi sur différents registres de clientèles et sur plusieurs échelles.

20. BIANQUIS 2007.

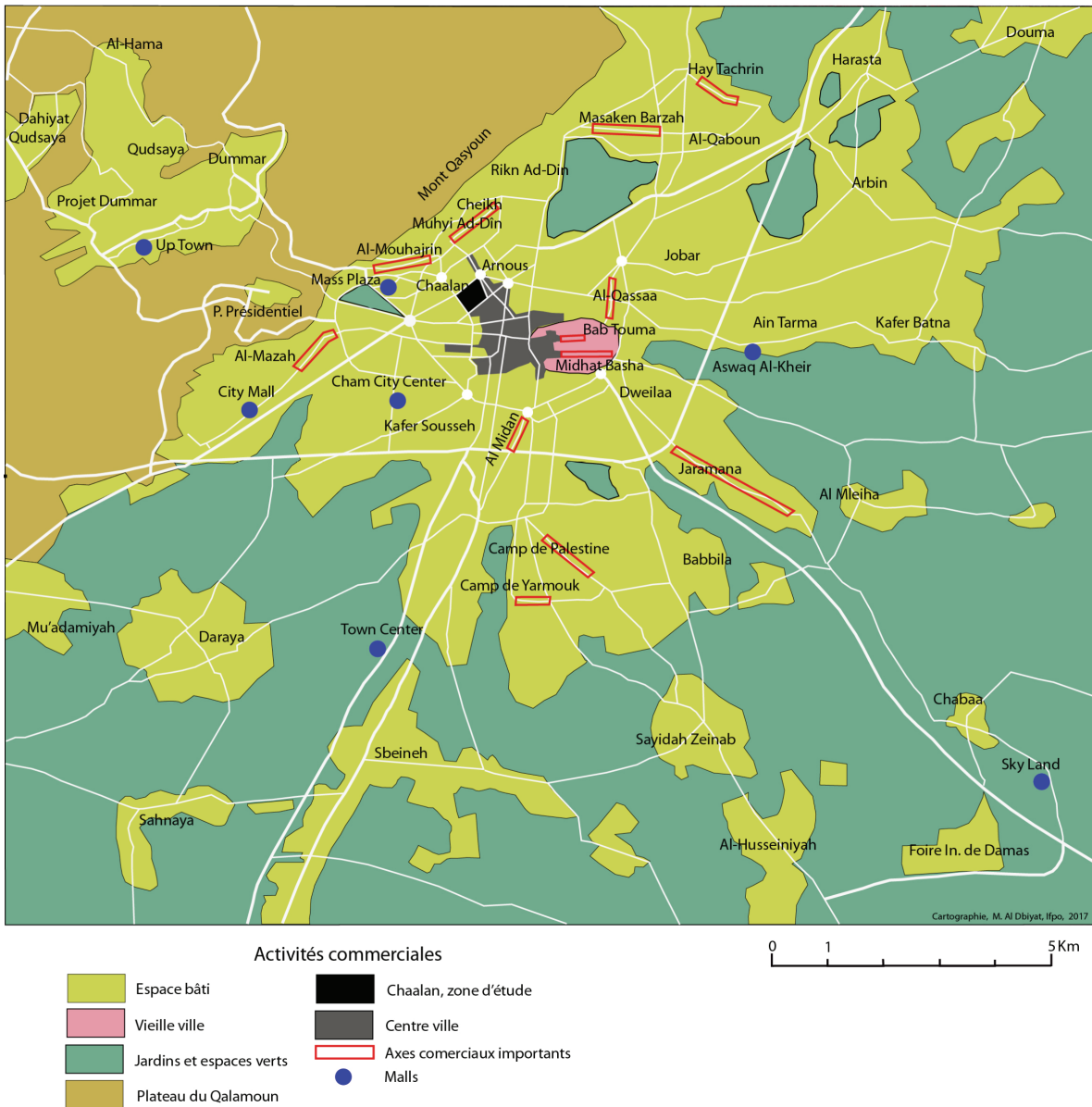


Figure 28 : Zones de commerce et *shopping malls* à Damas © Mohamed Al Dbiyat 2017.

Conclusion

Constitution d'un centre de services diversifiés et d'un nouvel espace public

Espace de consommation symbolique ou réelle, entrouvert sur l'économie mondialisée et en recomposition permanente, Chaalan apparaît ainsi comme un espace de l'ancienne citadinité en phase de mutation ou de conversion à la modernité marchande, mais fonctionnant sur plusieurs temporalités, contrairement aux *shopping malls* qui ne fonctionnent que sur une seule : celle de la mondialisation des échanges et de la consommation de luxe. Chaalan constitue ainsi encore un espace d'accès à la ville, alors que le centre commercial semble surtout constituer un espace d'accès à une forme de consommation encore inaccessible à une majorité des Syriens.



Figure 29 : Le Cham City Center de Kafer Soussé
© Thierry Boissière 2006.

Passant en quelques années *d'un quartier pour soi à un quartier pour la ville*, qu'une partie croissante de sa population damascène parcourt à un moment ou à un autre de la semaine, Chaalan participe ainsi, avec d'autres quartiers de Damas (Mezzé, Masaken Berzé, Moukhayyam, Qassaa, Doummar), de l'ouverture progressive de la capitale syrienne à l'économie mondialisée. Chaalan se différencie toutefois de ces autres quartiers du commerce sur plusieurs points : il découle avant tout d'une logique de densification commerciale et d'extension du centre-ville moderne, alors que les autres quartiers de commerces répondent à une demande plus locale et sont davantage la conséquence d'un étalement de la ville et de sa fragmentation.

Chaalán reste un quartier de centre-ville dont la fréquentation occasionnelle ou régulière permet d'accéder à la ville elle-même. C'est un espace public, au sens d'espace de libre accès, qui accueille des populations de toutes origines sociales et provenant de différents quartiers, la diversité de l'offre commerciale donnant par ailleurs à tous, quelle que soit son origine, l'illusion d'une certaine égalité. Si on vient à Chaalan d'un peu partout, c'est autant pour se promener, flâner, faire des rencontres, se frotter à une modernité supposée, participer au jeu des appartenances et des apparences que pour consommer, même si cette activité est bien sûr importante. Et ce sont avant tout les rues principales qui constituent des espaces de circulation, de communication, d'exposition et de rencontres, bien davantage que les boutiques et les magasins, même si ceux-ci ont un rôle structurant et attractif très fort. Chaalan, espace d'une modernité en construction, demeure aussi un « espace transitoire, relationnel, complexe et fortement stratifié »²¹, où s'est sans doute construite, au moins jusqu'en 2011, une partie de l'urbanité damascène contemporaine.

21. Augé 1992.

