ethnographiques.org

**Numéro 41 - juin 2021 Ce que la comparaison fait à l'ethnographie**

# Le faire-comparer. L'intersubjectivité à l'œuvre dans les échanges marchands euro-marocains

Rim Affaya

**Résumé**

Cet article présente un processus d'enquête nommé le « faire-comparer ». Celui-ci implique les acteurs et les actrices du terrain autant qu'il implique l'ethnographe lorsque les deux partagent une même origine. L'échange permet de faire éliciter les imaginaires, les ambivalences et les représentations des enquêté.es, en mobilisant à la fois les confrontations et les connexions qui se jouent dans les modes d'appartenance de chacun. Ce n'est plus seulement le chercheur qui compare mais aussi les enquêté.es. À partir de différents terrains ethnographiques sur les échanges marchands entre le Maroc, la France et la Belgique, l'article décrit tout d'abord la mise en circulation commerciale des objets et des services initiés par des entrepreneur.es d'origine marocaine en Europe. Dans un second temps, il discute les enjeux théoriques de la démarche comparative, lorsque l'enquêté.e est invité.e à contribuer à la méthodologie et à l'analyse de la recherche. À la lumière des dévoilements qui se révèlent à travers le faire-comparer, la dernière partie de l'article est consacrée aux desseins de la comparaison dans le contexte de l'entrepreneuriat transnational. mots-clés : anthropologie, comparaison, diaspora, circulation transnationale, diaspora marocaine

**Abstract**

"Comparison Making". Intersubjectivity at the core of Euro-Moroccan trade relations This article introduces an ethnographic methodology called the 'faire-comparer'. This process involves the actors in the field as much as it engages the ethnographer, specifically when they share a common origin. Dialogue allows for an elicitation of the products of imagination, ambivalences and representations of the respondents by mobilizing both the tensions and the connections that are played out in their modes of belonging. Comparisons are no longer made by the researcher alone. The ethnographer and the participants to the research are both engaged in the production of processes for comparing. Based on different ethnographic studies of commercial exchanges between Morocco, France and Belgium, the article first describes the movement of objects and services initiated by entrepreneurs of Moroccan origin in Europe. Secondly, it discusses the theoretical issues raised by a comparative approach when the respondent is invited to contribute to designing the research methodology, as well as to analyzing the research results. In the light of these insights, the last part of the article is devoted to the

purposes of comparison in the context of transnational entrepreneurship.
keywords : anthropology, comparison, diaspora, transnational circulation, Moroccan diaspora

URL: https://www.ethnographiques.org/2021/Affaya
ISSN : 1961-9162

**Pour citer cet article :**
Rim Affaya, 2021. « Le faire-comparer. L'intersubjectivité à l'œuvre dans les échanges marchands euro-marocains ». *ethnographiques.org*, Numéro 41 - juin 2021 Ce que la comparaison fait à l'ethnographie [en ligne]. (https://www.ethnographiques.org/2021/Affaya - consulté le 27.10.2021)

*ethnographiques.org* est une revue publiée uniquement en ligne. Les versions pdf ne sont pas toujours en mesure d'intégrer l'ensemble des documents multimédias associés aux articles. Elles ne sauraient donc se substituer aux articles en ligne qui, eux seuls, constituent les versions intégrales et authentiques des articles publiés par la revue.

# Le faire-comparer. L’intersubjectivité à l’œuvre dans les échanges marchands euro-marocains

Rim Affaya

## Sommaire


- Interroger la comparaison dans la « double appartenance »
- L’entrepreneuriat du lien transnational et le comparable des terrains : Maroc, France, Belgique
- Le faire-comparer : une méthodologie de terrain à partir de soi et des autres
  - Partir de soi
  - Quand l’enquêté devient comparatiste
- Le faire-comparer : une ethnographie de dévoilement
  - Typologie des agencements individuels du transnational par la comparaison
  - Comparer pour appartenir
  - Comparer pour se positionner
- L’entre-deux : représentation, capitalisme et comparaison
- Notes
- Bibliographie

## Interroger la comparaison dans la « double appartenance »

En 2019, Arte Radio proposait une série de documentaires sonores intitulée « la Route du bled ». Réalisée par la Franco-marocaine Halima Elkhatabi, cette série restituait le témoignage de Marocains et de Marocaines qui parcouraient la France et l'Espagne pour regagner leur pays lors de leurs vacances d'été. Depuis les années 1950, des centaines de milliers d'allers-retours ponctuels et fidèles ont lieu entre pays d'origine et pays d'adoption. Cependant, leurs récits restent encore très peu étudiés. Dans les trois épisodes de la série diffusée par Arte Radio, le voyage est raconté par différents membres de la famille, de ses préparatifs jusqu'à l'arrivée, en passant par la traversée. Ces va-et-vient invisibles pour la France sont pourtant attendus avec enthousiasme de l'autre côté de la Méditerranée. Ils font l'objet d'attentes majeures compte tenu de ce qu'ils apportent comme ressources matérielles [**1**] aux familles et aux caisses de l'État marocain et de ce qu'ils insufflent en termes d'idées, de tendances et de lien social. Ces circulations révèlent l'ampleur des relations entre l'Europe et le Maroc et attestent de l'histoire des transformations politiques, économiques et culturelles de leurs échanges. Diverses et pendulaires, ces mobilités font écho au travail de recherche que je mène sur les influences sociales réciproques que permet la mobilité marchande euro-marocaine et dont l'échelle se situe dans des lieux en mouvement, alternant la mémoire du point de départ, du parcours ainsi que l'expérience du changement des statuts sociaux lors du séjour. C'est précisément cette permutation des points de vue, lorsque le natif devient diasporique et que le diasporique devient natif lors du voyage (Gilroy 2010 ; Glissant 1997), qui a motivé ce travail de réflexion sur l'importance d'une méthodologie adaptée à l'ethnographie multi-sites de la communauté marocaine transnationale [**2**].

Ainsi, cet article présente une approche de la comparaison qui implique la double appartenance de mes enquêté.es et de moi-même à l'Europe et au Maroc. Sur mon terrain, à cheval entre les deux rives, le Maroc d'un côté, la France et la Belgique de l'autre, je tente de fabriquer une situation dialogique en mobilisant les présupposés qui se jouent lors de la rencontre entre eux/elles et moi. Cet effet miroir ethnographique, que je nomme le « faire-comparer », revient à impliquer les acteurs.trices de mon terrain autant qu'il m'implique, dans la mesure où l'échange prend corps à travers la convocation et la confrontation des connaissances, des conflits, des stéréotypes et des contradictions que l'on retrouve dans les représentations que l'on se fait des un.e.s et des autres. Dans cette approche, les deux verbes pris ensemble en union supposent deux actions concomitantes. L'une est prise en charge par moi-même, et l'autre par mes interlocuteurs.trices. Le « faire » signifie ici l'initiation et l'invitation à la comparaison. Alors que la frontière entre le « je » et le « nous » du chercheur.e et de l'enquêté.e s'est peu à peu effacée avec le reflexive turn du mouvement postmoderne à partir des années 1970, la reconnaissance et la mise en valeur de la subjectivité de l'ethnographe dans la production des connaissances n'a pas pris en charge le questionnement du « moment » de la comparaison. Se fait-elle en amont du terrain ? Pendant ou lors de la phase d'analyse ? Qui est en responsable : l'enquêté.e ou l'ethnographe ?

Cette réflexion présente dans un premier temps la situation d'enquête [**3**] multisituée dans laquelle je suis engagée. Ensuite, la deuxième partie revient sur le processus comparatif de l'enquête en tant que

responsabilité partagée entre l'enquêté.e et l'enquêteur.trice impliquant des mises en récit de soi en miroir avec les représentations de l'un.e et de l'autre. Enfin, la dernière partie, qui porte sur une « ethnographie de dévoilement », explicite le protocole du « faire-comparer » dans le cas d'une proximité culturelle. Bien que ma recherche porte sur des activités commerciales distinctes, l'enjeu est de savoir comment se construit le processus quotidien d'appartenance à une communauté et, par conséquent, la participation active à son élaboration à la fois économique et culturelle. Ce faisant, l'article met en lumière la nécessité de rendre compte des représentations pour les individus et comment ils/elles comparent ce qui se joue entre et dans les frontières nationales.

## L'entrepreneuriat du lien transnational et le comparable des terrains : Maroc, France, Belgique

Répartis sur quatre continents, le nombre de Marocain.es résidant à l'étranger est de 4 et 5 millions de personnes, dont 90% sont installés dans des pays européens (OCDE 2017). Sans surprise, les liens et les échanges transnationaux entre les individus sont par conséquent assez importants. Néanmoins, les formes d'attaches qui sont entretenues, entre ceux/celles qui sont parti.es et ceux/celles qui sont resté.es au Maroc ne sont ni homogènes ni permanentes. Les indicateurs tels que les transferts de fonds, le degré d'intégration dans les pays d'accueil, ou encore les mouvements entre les lieux de résidence et d'origine, ne prennent pas en compte les tensions qui se logent entre « le maintien, dans et malgré la dispersion, d'une identification de ses membres à un collectif imaginaire, et dans la distanciation vis-à-vis de celui-ci par la localisation de leurs appartenances dans les destinations d'accueil » (Trémon 2012).

Le maintien du lien comme ressource économique constitue le cœur de ce travail de recherche qui consiste à décrire et à comparer la fabrique d'activités entrepreneuriales transnationales entre le Maroc, la Belgique et la France. Quelques recherches (Tarrius 1995 ; Gauthier 1997 ; Elhariri 2003) se sont intéressées au commerce marocain en Europe de l'Ouest dont la spécificité est de « s'appuyer sur une infrastructure de transports de personnes et de biens facilitant les activités d'import/export avec le Maroc » (Lacroix 2018 : 18) et de développer un réseau de petites entreprises souvent spécialisées dans la vente d'électroménager, de produits d'épicerie ou de la gastronomie. Celles-ci ont aussi montré comment des anciens migrant.es devenus hommes/femmes d'affaires sont parvenu.es à mettre en place des affaires commerciales se diffusant de part et d'autre du champ transnational euro-marocain. Ils/elles mobilisent leur origine pour créer une offre commerciale dédiée aux objets et aux services qui rappellent un « là-bas » culturel qui manqueraient aux client.es « ici » en Europe.

L'idée de la mise en circulation d'objets dotés d'une certaine « authenticité » d'un lieu à un autre, et dont un groupe d'individus se saisit pour satisfaire leur désir de mobilité sociale, se trouve au cœur du questionnement sur la comparaison. Le plus intéressant réside dans l'économie que ces commerces génèrent et dans leur contribution à la circulation d'imaginaires entre le pays d'origine et le pays de résidence. Pour le dire autrement, les entrepreneur.es se trouvent dans une situation d'interdépendance permanente entre eux/elles, à travers des réseaux de relations qui se déploient grâce aux déplacements physiques des un.es et des autres, pour satisfaire des besoins de commercer, de célébrer, de

décorer et de se nourrir à « la façon » marocaine. Leur rôle n'est donc pas seulement de jouer les intermédiaires entre les artisans resté.es au Maroc et les client.es résidant en Europe, mais aussi de reconstituer un discours autour du produit qu'ils/elles revendent.

L'appréhension de ce type de commerce revient à étudier les villes dans lesquelles ils prennent place à travers une anthropologie urbaine, mais aussi en explorant les charges symboliques et imaginaires qui les entourent. Ceci implique un déplacement permanent entre plusieurs pays et villes, ce qui inclut une plongée parfois chaotique dans les liens que les personnes d'origine marocaine tentent de redéfinir et dans les connexions et déconnexions qu'ils/elles entretiennent avec leur lieu d'origine. En adoptant les rapports économiques des entrepreneur.es indépendant.es comme prisme à travers lequel appréhender ces relations, je pose l'hypothèse que les pratiques de consommation qui mobilisent le répertoire de l'origine expriment plus précisément la construction du lien diasporique. Les commerçant.es, en tant que figures de médiation, sont bien positionné.es pour révéler les représentations de la clientèle de l'entre-deux et les différentes comparaisons auxquelles ceux/celles-ci s'adonnent. Ma porte d'entrée sur ce terrain ethnographique [**4**] ayant été les transporteurs transnationaux [**5**] qui relient la France et la Belgique au Maroc, j'ai pu, grâce à une sorte d'ethno-comptabilité (Cottereau 2016) des marchandises qu'ils transportent, constater l'ampleur de la circulation des objets et autres articles alimentaires et décoratifs. Les soutes des autocars ainsi que les coffres des camionnettes qui parcourent régulièrement les routes euro-marocaines en regorgent, et leur contenu renvoie tantôt à des marchandises, tantôt à des biens inaliénables à un autre (Kopytoff 1986). Leur inventaire ont permis d'élargir l'enquête à d'autres types de commerces et d'activités, notamment celui de l'ameublement et du mariage, en posant des questions simples à l'instar d'Alain Cottereau : « qu'est-ce qui compte dans la vie ? À quoi tiennent les gens ? À quoi voit-on qu'ils y tiennent ? ».

En passant en revue les objets transportés, deux types de produits m'ont interpelée : les matériaux de fabrication pour les salons marocains (tissus, socles de bois sculptés, tables et guéridons artisanaux) et les objets du mariage traditionnel. Je ne m'étonnai pas de la demande en objets marocains de la part de la diaspora [**6**] mais je fis à cet instant le constat de son étendue. De Tiznit à Tanger, c'est-à-dire dans un rayon de plus six cents kilomètres, en plus des villes éloignées de la côte comme Marrakech, Fès ou Séfrou, des centaines de milliers d'autocars et de camionnettes chargent et transportent chaque année un nombre important de ces meubles et objets à destination de la région parisienne, ou des quartiers commerçants de Bruxelles, Marseille, Montpellier, Lyon, etc. Plusieurs de mes enquêté.es, client.es et entrepreneur.es, font valoir l'idée qu'ils/elles n'ont plus besoin d'aller au Maroc chaque année pour « vivre le Maroc ». Grâce à la présence matérielle des objets dont ils/elles ont besoin pour recréer une présence collective dans des lieux qu'ils/elles fréquentent, ils/elles marquent, reconfigurent et adaptent le visuel et la pratique de « l'être marocain » à l'étranger. « Ici c'est chez nous » sont les termes qu'ils emploient, qu'ils/elles parlent de la Chaussée de Gand, de la rue de Brabant à Bruxelles, ou de la rue de Clichy à Paris. Une sorte de virage du centre, qui était jusqu'à présent représenté par le Maroc, s'est opéré pour laisser place à une décoration intérieure qui illustre l'ancrage en terres européennes auquel il/elles s'identifient désormais. À partir de ce constat, la culture marchande permet un échange ouvert sur

plusieurs questions qui concernent les repositionnements complexes et multiples du statut diasporique des individus. Ce qui devient comparable à ce stade concerne les références sociales qui fondent le goût esthétique, la différenciation avec le pays de résidence ou d'origine, le rejet ou l'adoption de certaines pratiques culturelles et consuméristes. Il y a une manière spécifique aux Marocains d'Europe de se référer aux styles et aux espaces de consommation qu'ils fabriquent. L'exercice d'une « marocanité » à l'étranger ne se résume pas à l'addition de plusieurs cultures (celle du pays d'origine et celle du pays de résidence), comme si ces dernières étaient de « pures cultures fixes à mélanger » (Cook et Crang 1996). C'est plutôt un processus où les complexités et les particularités liées à une esthétique du quotidien diasporique [**7**] dépassent l'idée d'une simple hybridation. En effet, « constituée, interprétée et énoncée dans l'esthétique de tous les jours, la diaspora du goût produit des appartenances, des identités, des pratiques et des représentations » (Savas 2014 : 194).

## Le faire-comparer : une méthodologie de terrain à partir de soi et des autres

### Partir de soi

L'entrée dans le terrain ethnographique par l'économie et la circulation des objets s'explique autant par mon intérêt de recherche que par ma vie personnelle. La sphère diasporique marocaine en Europe que je mentionne pour aborder ce sujet ne m'était pas totalement inconnue avant que je m'installe en France. Depuis l'enfance, j'ai été amenée à venir en vacances d'été chez ma famille maternelle. Installée dans la région des Vosges depuis les années 1990, celle-ci n'est pas à proprement parler un modèle d'immigration de travail ou de famille d'immigrés comme celles situées dans les périphéries des villes. Les membres de ma famille qui se sont installés en France sont issus d'un milieu social plutôt favorisé, celui de la classe moyenne marocaine des années 1970, et francophile. Avec des mariages mixtes, leurs enfants, mes cousins donc, n'ont pas réellement de liens rapprochés avec le Maroc, ne parlent pas l'arabe, fréquentent de grandes écoles de commerce et n'ont aucune intention d'initier des projets qui les relient au pays d'origine de leurs parents. En revanche, mon côté paternel est originaire d'un milieu rural, plutôt pauvre, ayant quitté la campagne pour les grandes villes marocaines et dont les membres se sont, pour la plupart, dirigés vers des métiers qui sont ceux des milieux populaires. Mon père, professeur universitaire de philosophie, est le seul parmi sa fratrie à avoir fait des études supérieures. Il incarne l'exemple d'un véritable transfuge de classe (Hugrée 2006 : 72). Mes oncles et tantes ne sont pas tou.te.s allé.e.s à l'école, se sont marié.e.s jeunes et certain.e.s ont vu leurs enfants émigrer rapidement pour trouver une issue à leur avenir. Plusieurs d'entre eux/elles se sont retrouvé.e.s en Italie ou en Belgique à partir des années 1990 et ont contribué à faire émigrer leur fratrie et leurs parents. Lors des rencontres familiales, je les voyais donc revenir et repartir chaque année avec leurs bagages volumineux, leurs nouvelles progénitures et leurs récits de vie d'émigré.e.s. Tou.te.s leurs partenaires de vie sont marocain.e.s et leurs styles de vie à l'étranger ressemblent fortement à celui qu'ils ont quitté au Maroc. Ils/elles ont préservé la même pratique des traditions, de la religion, de l'habillement et de la décoration intérieure qu'ils/elles ont quittée, reproduisant, à quelques différences près, le même mode de vie des quartiers populaires

dont ils/elles sont issu.e.s. Mes cousines qui sont restées au Maroc et moi-même avons eu l'occasion de poursuivre nos études, de voyager à l'étranger, de parler plusieurs langues et d'accéder à des milieux sociaux beaucoup plus contrastés culturellement, politiquement et économiquement, fréquentant ainsi des groupes d'individus aux représentations sociales mixtes. S'en suivent aujourd'hui des discussions animées entre cousins restés au Maroc et ceux/celles installé.e.s à l'étranger sur ce qui est « mieux là-bas » et « pire ici ». Le propos ici n'est pas d'affirmer que les classes populaires partagent des représentations sociales uniformes, ou de les opposer, mais de décrire assez schématiquement le contexte de l'articulation concrète de destins inégaux. Le lien familial qui nous unit permet un point de rencontre régulier pour constater et comparer nos trajectoires, le cheminement de nos idées et l'évolution de nos goûts. La place de la comparaison dans des pays comme les nôtres est considérable. Les inégalités socioéconomiques, l'arbitraire des institutions à l'égard des citoyens et le manque d'infrastructures pour la protection sociale nourrissent sans cesse des débats comparatifs entre ceux/celles qui sont parti.e.s et ont expérimenté d'autres formes de citoyenneté et de développement et ceux/celles qui sont resté.e.s et observent de loin ce qui se trame ailleurs.

Par ailleurs, mon départ du Maroc et la nécessité de faire déplacer mes affaires personnelles vers la France a coïncidé avec la célébration de mon mariage au Maroc. Ainsi, j'ai été la cliente des entrepreneur.e.s qui font l'objet de mon travail de recherche, à savoir les acteurs du transport autogéré, les prestataires travaillant dans le domaine du mariage et ceux travaillant dans la décoration. Alors même que je faisais appel à eux/elles pour leurs services, j'en profitais pour observer, enquêter et tenter progressivement de comprendre comment se construisent à la fois les offres économiques de l'entre-deux transnational, comment les individus choisissent les produits qu'ils/elles consomment et comment les un.e.s et les autres en parlent.

## Quand l'enquêté devient comparatiste

À bien des égards, l'ethnographie multi-sites, en présence du tandem « pays d'origine-pays d'accueil », apporte de nombreux éléments de comparaison comme les raisons de départ, les origines des émigrés, leurs parcours d'installation, d'intégration, les représentations des deux pays, les logiques d'action, le dispositif de maintien des liens, etc. Dans les sciences sociales, la démarche comparative intervient bien souvent lors de deux étapes constitutives du travail de recherche. La première se situe au stade de la formalisation des questions de recherche, de l'isolation de variables et d'objets d'étude, et de la sélection de notions et de concepts à comparer sur le terrain. La seconde intervient dans la phase d'écriture lorsque se présente la nécessité d'une « mise en regard systématique, la confrontation d'au moins deux cas sous un angle particulier, défini par le chercheur » (Vigour 2005 : 10). Un double temps consacré à la comparaison dans l'écriture en sciences sociales a été abordé dans le dossier « Démêler les fils du récit comparatif » (Courtin *et al.* 2012 : 7) et revient de manière intéressante sur la nécessité de réfléchir au processus de l'écriture et ses coulisses dans les démarches comparatives. Bien que ce dossier défende l'idée que les étapes pour une bonne comparaison doivent être articulées « à travers le dévoilement des coulisses de l'écriture comparée », le chercheur reste le maître penseur de l'arrangement des arguments et de « l'ordonnancement de processus

communs et dissemblables » (Courtin *et al*., 2012 : 11). C'est en effet dans ce « bricolage scriptural » que se dévoile un pan déterminant des méthodologies des chercheurs comparatistes dont la réalité gagnerait à être interrogée. Néanmoins, encore très peu de réflexions, y compris dans les contributions du dossier cité, reviennent sur les individus qui font l'objet de la recherche en tant qu'acteurs de la comparaison. La matérialisation d'un raisonnement comparatif reste l'apanage du chercheur et de l'ethnographe revenant à proposer un niveau supplémentaire « d'interprétation des interprétations » (Geertz 1973). Non seulement, les ethnographes sont « rarement explicites, que ce soit dans les travaux ethnographiques eux-mêmes ou dans les travaux méthodologiques sur l'ethnographie, sur les logiques comparatives qui sous-tendent leurs revendications ou les avantages spécifiques qui découlent de la comparaison » (Simmons et Rush Smith 2015 : 341), mais en plus, très peu de place est accordée au rôle des enquêtés sur la mise en forme concrète de l'analyse comparative. C'est la raison pour laquelle, la prétention de l'ethnographie en tant que science du savoir tacite des individus pourrait être renforcée par une pleine entrée de l'enquêté dans la fabrique de la méthodologie comparative de l'enquête et de son analyse.

Plus encore, l'idée que la personne du chercheur soit autant un objet de comparaison dans les dialogues engagés que les enquêtés eux-mêmes offre la possibilité d'un aller-retour intersubjectif intéressant pour les terrains étudiés. Dans mon cas, mon vécu marocain, ma présence en Europe et ma maîtrise des langues et des aspects culturels qui se présentent aux acteurs de mon enquête permettent des échanges qui incitent à une lecture des réalités supposément communes. Cela revient souvent à ce que je me retrouve dans des échanges où ce n'est plus moi-même qui compare mais les enquêtés. Ils deviennent coresponsables du processus comparatif dans la mesure où je mobilise, de manière intentionnelle, mes connaissances des mondes sociaux qui se fréquentent entre le Maroc et l'Europe, les différents points de friction, de tension ou de convention qui peuvent jaillir dans nos représentations mutuelles. Une autoréflexivité devient alors indispensable dans une démarche de comparaison qui prend en compte ce à quoi l'anthropologue britannique Marilyn Strathern fait référence dans son ouvrage sur les connexions partielles (Strathern 2004). En effet, selon Giovanni Picker, Strathern considère que les lieux éloignés sont incommensurables et que les liens que l'ethnographe peut envisager ne sont probablement pas des parties d'un ensemble cohérent mais des gestes d'une unité fragmentée, et des collections de fragments incompatibles. Cette configuration est le résultat d'un profond problème dans la pensée occidentale concernant la notion d'individu (Picker 2017). Or, selon Strathern :

> *L'ethnographe peut être mieux configuré comme une constellation de moi partiels, en communication avec différents réseaux, dont aucun ne constitue un tout. La métaphore qui représenterait le mieux l'ethnographe est, d'après Donna Haraway, le « cyborg » - mi-homme, mi- machine, avec des moi multiples qui sont aptes à capturer différents stimuli et fonctions tout en constituant, dans le même temps, une entité singulière : « Un cyborg ne cherche pas d'identité unitaire et génère donc dualismes antagonistes sans fin.*
> (Haraway 1985 : 99, cité dans Strathern 2004 (1991) : 37).

C'est précisément dans les dualités, les oppositions et les incompréhensions que l'on retrouve dans les engagements ethnographiques multi-situés que je tente d'exploiter de manière réflexive l'importance de mes « moi partiels » en miroir avec les représentations de mes enquêtés. Cette prise de conscience est le premier jalon de mon approche du « faire-comparer » qui offre la possibilité d'affronter un des aspects problématiques de la comparaison (Niewoehner et Scheffer 2008 : 266).

## Le faire-comparer : une ethnographie de dévoilement

### Typologie des agencements individuels du transnational par la comparaison

Ce que j'appelle le faire-comparer dérive d'un protocole d'enquête dont le premier contact débute par une sorte d'entrelacement presque intime entre quête d'intentionnalité de la part des enquêté.e.s et légitimation de ma présence au niveau personnel et subjectif. Étant moi-même cliente des services que les commerçants proposent, la rencontre dialogique se fait avec des normes d'échange linguistique acquises et permet d'orienter les questions vers un balancement entre évocations de faits, de perceptions et de poncifs en confrontation au Maroc et en Europe. Ce processus incite mes enquêté.e.s à évoquer l'implicite de leur pensée, le mode de fabrication du sens qu'ils/elles font de leurs initiatives entrepreneuriales, leur appartenance à des univers sociaux hybrides et transculturels. J'évoque l'ailleurs pour les faire parler d'ici, j'évoque ici pour parler de l'ailleurs, je tais ce que je sais de leurs frustrations, de leurs contradictions et de leurs ambigüités, et je plaide le faux pour provoquer une élicitation de leur imaginaire. Les situations d'enquête qui sont conditionnées à la fois par des activités commerciales divergentes et par l'inscription dans deux pays différents ont permis d'isoler des logiques sociales que j'ai résumées autour de deux volontés individuelles et collectives : appartenir et se positionner.

### Comparer pour appartenir

J'arrive à Aubervilliers pour rencontrer Zoulikha, avec en fond sonore le Muezzin de la prière du vendredi. Zoulikha tient une boutique de décoration de salons marocains dans la très grande avenue Jean Jaurès où se côtoient de nombreuses populations d'origine migrante et où les commerçants offrent des produits provenant souvent d'Afrique de l'Ouest, des Antilles, d'Afrique du Nord, et d'Asie du Sud-est. Lorsque je franchis le seuil de son magasin et que je la vois, je comprends tout de suite que j'ai

affaire à une dame émancipée avec laquelle moins de précautions seront nécessaires pour me présenter et avec laquelle je pourrai échanger plus aisément qu'avec la plupart de mes enquêtés [**8**]. Avec Zoulikha, nous entamons rapidement la discussion sur les difficultés que nous rencontrons en tant que femmes dans le monde de l'entrepreneuriat marocain. Suis-je en présence d'une complicité féminine qui contribue à l'élaboration de la relation ethnographique ? Dans ce cas précis, probablement. Mais le fait d'être une femme qui enquête sur d'autres femmes ne suffit pas et ne garantit pas toujours ce lien de confiance. Lorsque je demande à Zoulikha pourquoi elle s'est tournée vers le salon marocain pour son activité commerciale, elle me répond : « Ce n'était pas prévu, mais je dirais que c'est un appel du pays ». Elle explique [**9**]. :

> Je n'ai pas fait de parcours en vue d'être commerçante. J'ai une formation en secrétariat et comptabilité mais ça ne m'a jamais intéressée. Il y a vingt-cinq ans, mon ex-mari me dit qu'il n'y a pas de salon marocain à Paris. Aucune offre, rien. C'est vrai que je ne m'en étais pas rendue compte. Je suis française, je suis arrivée tout bébé et j'ai grandi ici. Lui avait l'œil du Marocain qui vient en terre étrangère. Alors j'ai suivi son instinct et on s'est lancé. Nous avons commencé tout petit, en sous-louant un atelier chez un ébéniste juif d'origine marocaine, puis en démarchant les clients, nous avons constaté l'affluence de la clientèle pour le salon marocain. Musulmans et Juifs confondus. C'était effarant. Les clients nous remerciaient sans arrêt parce qu'on leur permettait de meubler leur maison sans avoir à attendre d'aller au Maroc, sans devoir passer par les transporteurs, se faire avoir… Et d'ailleurs avant, on vendait ce qu'on voulait en termes de qualité tellement les gens étaient en attente. Il n'y avait pas de concurrence, pas d'annulation. J'ai quitté mon travail au bout de quelques mois



**Entretien avec Zoulikha dans son magasin « Salon Marrakech »**

photographie : R. Affaya, Aubervilliers, 7 novembre 2019

Un sentiment d'empathie s'empare de moi. Je devine assez aisément le soulagement que ces individus ont dû ressentir lorsqu'ils ont su qu'ils

allaient enfin pouvoir réaménager leur espace intime avec des objets et des éléments de décoration qui incarnent leur mémoire telle qu'ils la conçoivent (Pezeu-Massabuau 1999 : 180). Pour eux, le salon marocain est bien plus qu'un objet. Il fait partie des outils qui seraient « activement utilisés par les individus dans la création, le maintien et l'affirmation de leurs identités sociales et individuelles » (Bjornar 2006 : 91), reflétant ainsi une charge affective et esthétique qui leur est propre. Pour tenter d'approfondir la discussion, je lui dis : « Oui, mais c'est comme pour tout le monde. Tous les étrangers maintiennent un lien avec leur pays d'origine d'une manière ou d'une autre. Les Marocains ne sont pas plus différents ». Zoulikha répond :

> Non. Je n'ai pas un amour aveugle pour le Maroc et d'ailleurs je n'y vais pas souvent. Je le critique parce qu'il y a plein de choses qui ne vont pas. Mais je suis désolée, le Marocain de l'étranger typique est très attaché à son pays et à ses traditions contrairement aux Algériens ou aux Tunisiens. On n'a pas eu de coupure avec le Maroc. Il vit en nous. Nous, on a été élevés, habillés, pouponnés par nos mères qui nous parlent du Maroc tous les jours. On est Français parce qu'il faut l'être et en tant que Marocains on sait être les deux. Meubler l'intérieur des gens et contribuer au bonheur de recréer le Maroc chez eux me donnait énormément de satisfaction parce que je savais ce que ça voulait dire. J'ai adoré ça dès le premier jour.

Depuis, Zoulikha s'est séparée de son mari et continue d'exercer la même activité. En mettant en place de nouvelles modalités de vente et de confection, elle se satisfait de continuer à opérer dans un domaine où elle estime que « sont mêlés profession et cœur ». Ce qui se donne à voir dans ces transactions commerciales et au regard de la position de l'entrepreneure, c'est l'importance de l'échange non marchand. C'est dont atteste Mohammed Madoui, qui a montré que « c'est parce qu'il existe des échanges non-économiques que les échanges économiques sont possibles » (Madoui 2006 : 254). Une sorte d'encastrement (Granovetter 1985) des rapports sociaux et économiques qui contribue à ce qu'entrepreneur.e.s et clientèle se rejoignent dans une quête d'appartenance individuelle et collective. Par ailleurs, puisque les choix d'ameublement et de décoration intérieure se traduisent par le façonnement et la diffusion des goûts et des styles de vie, j'ai souhaité amener Zoulikha à s'exprimer sur le sujet. Au Maroc, beaucoup s'accordent à dire que les Marocains d'Europe n'ont pas de goût, que leur manière de se vêtir et de décorer leur intérieur est *aroubi*, c'est-à-dire « rural » et « dépassé ». Par provocation et afin de l'inciter à s'étendre sur une comparaison entre les goûts en vogue ici et là-bas, je demande à Zoulikha : « Oui mais malgré tout, ce que vous appelez le salon marocain ici en Europe est très *kitch*. Il n'atteint pas vraiment le raffinement qu'il connaît aujourd'hui au Maroc ». Curieusement, elle n'a pas l'air de se sentir provoquée. Elle dit qu'effectivement, « les goûts de la diaspora sont marqués par une esthétique un peu dépassée. C'est parce que les clients d'un certain âge qui viennent me voir viennent souvent de quartiers périphériques, des cités, et sont d'origine campagnarde. Ils cherchent des choses qu'ils ont quittées il y a plus de trente ans. Leur famille restée au Maroc vit souvent aussi dans des quartiers populaires. C'est très différent des grandes villes comme Casablanca, Rabat et Tanger où le salon marocain est très moderne. Elle ajoute :

> Et puis tu sais, les Marocains du Maroc nous connaissent mal. Nous ici, on ne se marie pas qu'avec des Marocains. Il y a beaucoup de jeunes couples ou des couples mixtes pour lesquels l'offre du salon marocain s'est aussi adaptée. Le vieux style marocain avec des tissus à gros motifs commence peu à peu à disparaitre. Ils cherchent à acquérir des salons qui ressemblent aux formes européennes et ne veulent que des touches qui rappellent l'artisanat marocain. Ils ne sont pas trop regardants, ne connaissent pas grand-chose au savoir-faire artisanal mais tiennent quand même à avoir des petits rappels orientaux.

Je tique sur le terme « oriental ». Je lui fais remarquer que le Maroc n'est pas dans l'Orient et, qu'en arabe, il veut précisément dire « l'Occident ». Elle me répond :

> Oui c'est vrai, mais bon. Ici, ils ne font pas la différence. On met sous l'étiquette orientale tout ce qui vient du Maghreb et des pays arabes, et c'est vendeur. Même les Maghrébins d'ici ne savent pas qu'ils ne sont pas orientaux et qu'ils sont plutôt les Occidentaux du Maghreb. Ce n'est pas important pour eux parce qu'ici, dans les cités, tout le monde grandit ensemble avec tous les types d'étrangers. L'idée en fait, c'est qu'on met ensemble nos différences et on propose un cocktail. Qu'on l'appelle oriental ou pas, l'essentiel c'est qu'on appartienne à des cultures exotiques qui font rêver. Et nous en tant que commerçants, on a compris ça. Les Turcs, les Algériens, les Marocains, les Libanais surfent sur cette même vague commerciale.

Cette mise en commun de la distinction culturelle à des fins commerciales a également été évoquée par Samira, propriétaire d'une boutique de robes cérémonielles orientales. Selon elle, la touche orientale est une « façon d'ambiancer sa décoration et son apparence. C'est inné, culturel, c'est pour apporter de la chaleur, rappeler d'où tu viens. C'est quelque chose que tu as ou que tu n'as pas ».




**Boutique « Mille et une tenues »**

photographie : R. Affaya, Aubervilliers, 7 novembre 2019

Samira a mis un pied dans la vente des robes orientales sur les marchés forains dans la région parisienne. En constatant l'engouement des femmes pour son commerce, elle s'est mise à mettre en avant ses robes par le biais du réseau social « Snapchat », sur lequel les clientes passaient des commandes en parallèle de sa présence sur les marchés. Par la suite, après des vacances passées à Dubaï et en Turquie, elle tombe sur des fournisseurs de ce même type de robe et commence alors à en importer, renforçant ainsi sa position en offrant une plus grande diversité en termes de prix et de types de robes. Je fais sa rencontre le jour de l'inauguration de sa boutique « Mille et une tenues ». En lui demandant comment se positionnait sa clientèle marocaine par rapport à son commerce et en quoi elle pensait que c'était important pour elle, elle me répond [**10**]. :

> Je t'explique pourquoi ça marche. On se marie tout le temps ! Chez nous dans notre communauté, on veut être la plus belle et celle qui brille le plus ! Il est hors de question qu'on porte deux fois la même robe dans deux mariages différents ! Et Mashallah, chez nous les femmes achètent sans compter alors que la Française achète une robe en comptant combien de fois elle va la porter pour la rentabiliser. Chez nous, c'est au coup de cœur. En tant que vendeuse, je me mets d'abord dans la peau d'une cliente. J'achète une robe à 500€ ou 600€ que je vais mettre une fois parce qu'elle me PLAÎT. Aujourd'hui oui, on a une communauté qui consomme, ça c'est clair et net ! Et on suit la mode et la tendance au Maroc pour continuer à appartenir au pays

Je tente alors une petite provocation en évoquant les noms des *designers* des caftans marocains en vogue. En faisant cela, je souhaite vérifier si elle suit de près l'actualité de la haute couture marocaine en lui faisant remarquer qu'importer de Turquie et de Dubaï fait que ses robes ne sont pas si marocaines. Elle commence alors à expliquer :

> Ah non, notre mode vient du Maroc. Ce sont les designers marocains qui créent nos tendances. Parce qu'aujourd'hui, tu as beaucoup les réseaux sociaux et tu suis beaucoup les personnalités. Il suffit qu'une personnalité porte une robe, tout le monde veut la même. Et nous, on suit tout ce qui se passe là-bas puis on le mélange à notre sauce ! On n'est pas dépassés par rapport à ça, alors là pas du tout. On cherche des fournisseurs ailleurs parce qu'ils nous font moins cher qu'au Maroc et que nous avons aussi une clientèle mixte qui cherche à porter des robes modernes avec des petites touches orientales seulement.

La référence au « mélange » renvoie à cette idée d'une « identité de synthèse » dont Sélim Abou, philosophe et anthropologue libanais, use au sujet des personnes d'origine immigrée et de leurs descendant.e.s pour montrer comment un individu négocie spontanément ses appartenances en fonction de leur rentabilité. C'est dire que l'identité a une fonction instrumentale indépendante de son contenu. Des petits-fils d'immigrés, qui n'ont plus qu'un souvenir obscur de leur identité d'origine, sont néanmoins capables, à l'occasion, de s'en servir dans un but générateur

de profits, quelle que soit la nature de ces profits – électorale, sociale, économique, politique (Abou 2006).

### Comparer pour se positionner

Tout en étant attentive aux infériorisations évoquées par les enquêtés sur leurs parcours et ceux de leurs parents en tant qu'individus issus de l'immigration, mon intention est d'abord de toucher du doigt comment s'expriment les diverses visions de la réussite et de l'appartenance à des statuts sociaux. Plutôt que de chercher sur le terrain les éléments qui confirmeraient « qu'il y a des identités ou des statuts qui sont ascriptifs, qui ne dépendent pas de l'accomplissement, mais sont en général acquis d'emblée à la naissance comme une donnée de la vie » (Poutignat et Streiff-Fénart 2015 : parag. 19), je postule que la compréhension de la fabrique des expériences individuelles prend de court le déterminisme de l'ethnicisation et de la racialisation des « phénomènes de pauvreté et d'exclusion » [**11**]. Je pose la question de manière un peu abrupte à Hanane, cette jeune femme entrepreneure qui détient une boutique de services nuptiaux à Avignon, en lui demandant à quel statut social elle pense appartenir. Son père, originaire du Rif, est arrivé dans la région d'Avignon en tant que travailleur agricole. Elle dit avoir grandi dans le manque d'argent mais entourée d'amour et de soutien. Avant de se lancer dans l'entrepreneuriat, elle est passée par plusieurs épreuves : divers mariages et divorces, travail en usine, précarité, monoparentalité, chômage, RSA, etc. Hanane raconte : « Quand t'as pas fait d'études, ici tout le monde travaille dans les fruits et les légumes ». En effet, avant de lancer son entreprise, elle travaillait en tant qu'ouvrière dans des usines agroalimentaires. Aujourd'hui, elle est une actrice incontournable de la région pour l'organisation des mariages de Montpellier jusqu'à Nice en passant par Lyon. De « petite main ouvrière », elle est passée à cheffe d'entreprise à succès, disposant d'une bonne réputation mais aussi de biens matériels qui lui garantissent un confort certain. Je l'incite à comparer son nouveau statut social avec celui de ses parents en lui demandant : « À quelle classe sociale penses-tu appartenir ? ». Elle semble confuse et ne comprend pas où je veux en venir. Je reste intentionnellement vague. Hanane commence par dire : « Moi je suis simple et humble. Je sais d'où je viens, je n'ai pas changé de comportement, je reste comme tout le monde. C'est aux gens de me juger, pas à moi ». Je comprends par cette affirmation qu'elle entend faire vœu d'humilité, faisant valoir l'idée que, malgré son succès, son attitude reste conforme avec celle qu'elle avait avant la création de son entreprise. Je repense alors aux entrepreneurs du salon marocain rencontrés en Belgique. Aucun signe de fortune ne se dégage de leur apparence et de leur apparat. Pas de maisons clinquantes, ils continuent à habiter le même appartement, possèdent des voitures assez modestes et fréquentent les mêmes cercles amicaux et familiaux. Pour la guider, je précise : « Oui, mais même sans nécessairement changer de comportement, est ce que tu penses que tu as gardé le même statut social que celui de ton papa par exemple ? ». Elle répond :

> Ah non, non, bien sûr que non. Au début, j'étais dans la galère, une vraie galérienne ! Mes parents, ils ne sont pas riches et jusqu'à maintenant, ils ne le sont pas. Mais c'est vrai que hamdoullah, c'est pas pareil, maintenant on ne se prive plus, on peut avoir tout ce qu'on veut. Mes enfants, ils ont un haut niveau de vie et même si j'échoue, quitte à faire trois ou quatre ménages pour qu'ils le gardent, je le ferai. Après je reste les pieds sur terre, vigilante, il faut faire attention.

Cette comparaison intergénérationnelle et intercommunautaire se situe entre une certaine inconscience de la classe sociale et une conscience marquée de l'appartenance à un imaginaire de la réussite qui doit être maintenu dans la discrétion et l'humilité. Elle témoigne de la présence de « représentations sociales se rapportant à l'activité économique autour de notions telles que la prudence, l'humilité, le sacrifice, l'incitation au labeur, ce qui renvoie à des valeurs peut-être secrétées par la société » (Ben Amor 2017 : 130).

Comme Hanane, la majorité des *negafates* de France sont nées en France, ont grandi dans des quartiers plutôt périphériques, et se sont épanouies dans un monde social mixte comprenant des individus issus de l'immigration et d'autres issus des autres villes de France. C'est de ce côté de la frontière des villes, celle des remparts qui séparent leurs quartiers de ce qui se passe intra-muros, qu'elles se reconnaissent. Et c'est également vis-à-vis du Maroc et de ses traditions qu'elles se sentent redevables en ce qui concerne une partie de leur réussite. Même si elles estiment que « étant maghrébines, elles n'ont pas eu du mal à s'intégrer », d'autres *negafates* enquêtées ont tout de même exprimé au fil de la discussion une volonté à double sens : celle de se positionner en se distinguant, en ne faisant pas comme les « autres Maghrébines », et celle d'être modernes, comme les « Françaises ». Au regard de la plupart des boutiques que j'ai visitées, modernes à bien des égards, je leur dis souvent que leur manière de pratiquer le métier de *negafa* est bien loin de ce qui se fait au Maroc afin de les encourager à comparer et à exprimer leur pensée profonde sur comment s'exerce l'activité de *negafa* au Maroc et en France.

Je montre à Hanane les photos de mon mariage à Rabat ainsi que des vidéos où l'on voit la *negafa* à laquelle j'ai fait appel en plein exercice de son travail. Même si elle suit de près les cérémonies de mariage au Maroc par le biais des réseaux sociaux, je souhaite l'interpeller à travers ces illustrations sur les notions de tradition et de modernité. Les *negafates* [**12**] au Maroc se sont grandement adaptées à la mode, détiennent des boutiques très sophistiquées et usent de techniques de présentation de soi de pointe en matière de technologie et de logistique. Mais elles restent tout de même les garantes d'une certaine façon de célébrer le mariage. À travers Instagram, je suis de manière quotidienne les cérémonies que Hanane organise. J'ai donc une vue privilégiée sur la manière dont elle gère son métier et sa présentation. À plusieurs égards, son habillement et son attitude sont plutôt décontractés et désinvoltes. Ceci contraste grandement avec les *negafates* du Maroc, pour qui il serait impensable de se présenter à un mariage, vêtues d'un jean ou en chaussures de ville. Leur manière d'apparaître sur la scène d'une cérémonie est calculée. Elles portent les plus beaux caftans et sont au centre des regards des convives tout en maintenant une sorte de

discrétion, de mystère et de sévérité à l'égard de leur équipe pour garantir une prestation qui se veut prestigieuse. Elles soignent leur arrivée aux fêtes de mariage, la théâtralisent en faisant leur apparition à peu près une trentaine de minutes avant l'entrée officielle de la mariée, de manière à avoir le temps d'ajuster la tenue et les bijoux de celle-ci, ou pour lui donner des directives sur la bonne manière de se comporter ou de se tenir : « Ne t'adosse pas aux coussins, ça te donnera l'air voûté » ; « ne souris pas trop, tu auras l'air d'une fille légère » ; « marche doucement pour que l'on voie bien le détail des broderies de ton caftan et l'authenticité de tes bijoux » ; « pas de baisers sur la bouche, ça ne se fait pas d'étaler son affection en public », etc. Alors que je lui fournis une rapide description du cérémonial traditionnel en vigueur au Maroc, Hanane me regarde un peu désemparée. J'ai conscience qu'elle a appris sur le tas et qu'elle n'a pas une réelle maitrise du métier. Et même si je sais qu'elle se distingue clairement de la majorité des nouvelles *negafates* de France ou de Belgique qui exercent le métier à partir de chez elles, je cherche aussi à la faire parler de la manière dont elle se positionne elle-même par rapport à ces pratiques :

> Moi, je voulais me distinguer, me différencier des autres et montrer que j'étais professionnelle, et surtout que je ne fais pas ça à côté pour avoir de l'argent en plus le weekend. Ici les « pseudo *negafates* », elles font ça chez elle. Elles sont périmées. Moi non, c'est mon travail de lundi à dimanche. La cliente, quand elle vient, elle se sent rassurée. Limite, c'est comme si elle allait dans une boutique de Françaises quoi !

Une double comparaison qui s'énonce grâce à ma double position de juge et partie. Celle-ci rappelle la figure du tiers comme élément de médiation du sociologue Georg Simmel (1999 : 131). Les questions que je pose ici doivent me donner la possibilité d'observer des réactions, des sensibilités et des tensions. Prises ensemble, ces dimensions représentent des indicateurs privilégiés de la comparaison, dans la mesure où elles font émerger les stratégies et les contradictions entre les acteurs (Olivier de Sardan 1995). Au Maroc, j'ai assisté à plusieurs mariages, et à travers le mien, j'ai découvert tout un univers commercial autour du métier de *negafa*. En France et en Belgique, j'ai observé et questionné des femmes entrepreneures qui se présentaient comme des prestataires capables d'offrir les mêmes services qu'au Maroc. La comparaison entre leurs propres façons de faire et les pratiques en vigueur en Maroc est au cœur de leur raison d'être en tant que « vendeuses » des traditions de l'origine. D'autant plus que les discriminations qu'elles peuvent subir sont doubles. En France, ce sont souvent leurs origines qui sont invoquées. Au Maroc, leur marocanité n'est que partiellement acceptée et passe par le biais de celle de leurs parents. Elles sont aussi sujettes à des rejets du fait qu'elles ne maitrisent pas bien l'arabe et les codes culturels locaux. Cette double « infériorisation », ici et là-bas, est vécue comme une injustice et provoque des difficultés à se positionner dans les deux sociétés. Ces entrepreneuses ont le sentiment d'être considérées comme des étrangères où qu'elles aillent, et ce, d'autant plus dans le monde du mariage où le culturel se met en scène de manière rituelle. Ainsi, dans notre dialogue, la comparabilité se situe dans un triptyque circonstanciel particulier : ces femmes d'origine marocaine cherchent d'abord à se comparer aux « vraies Françaises », avec le désir inavoué d'appartenir à un paysage moderne et raffiné ; elles se comparent aussi aux «

Marocaines » de France pour faire valoir leurs différences dans leur manière d'aborder leur métier ; enfin, elles se comparent aux « Marocaines » du Maroc pour faire valoir l'idée qu'elles n'ont rien à leur envier.

Le fait que Hanane ait créé son propre métier en s'étant affranchie d'un statut professionnel et social précaire fait sa fierté : la sienne, mais également celle de sa clientèle qui exprime souvent de l'admiration envers son parcours et le plaisir de pouvoir s'adresser à une commerçante offrant un service d'accompagnement de qualité. La décoration et la mise en scène de son magasin jouent un rôle majeur. La distribution des lumières, avec des spots et des lustres élégants, accentue la beauté et l'élégance du lieu. C'est un lieu de commerce où l'ambiance mêle aussi chaleur et convivialité. Le tutoiement est généralisé, les prestataires et les clientes se racontent des histoires avec l'air de se connaître depuis longtemps. Elles échangent beaucoup sur les valeurs, le matérialisme, le mariage d'unetelle ou d'untel. Les jeunes filles viennent souvent « en meute », créant une ambiance festive, à laquelle la *negafa* contribue aussi en mettant de la musique, en chantant avec elle, et en les taquinant. Cette dernière « snappe [**13**] », en filmant des micro-scènes des essayages, des photos des robes, des lieux, qu'elle met sur les réseaux sociaux pour relayer l'instant qu'elle et ses clientes partagent dans le magasin. Le positionnement qu'elle s'est créé dans la double exclusion qu'elle vit entre les deux pays lui permet une plus forte inclusion dans la communauté de clientèle qu'elle a fabriquée progressivement. Ceci lui confère un statut social particulier et une forme de respectabilité qu'elle a mis longtemps à gagner. La comparaison se trouve toujours dans son esprit comme moteur de développement et de perfectionnement, de même qu'elle se trouve dans les discours des clientes qui, elles aussi, se tournent vers elle après avoir comparé le marché des *negafates* en France et les pratiques en vigueur au Maroc.

## L'entre-deux : représentation, capitalisme et comparaison

Les Marocains issus de l'immigration qui vivent en Europe ou en Amérique du Nord sont de toute évidence d'une grande hétérogénéité en termes de provenance régionale et de classe sociale (OCDE 2017). Alors même que la vie des personnes d'origine migrante mobilise l'attention de la recherche et des politiques publiques de par leur dynamisme et leurs mobilités, les individus d'origine marocaine se situent souvent dans des marges sociales ou des figures périphériques qui sont fixées en tant que « domaine de recherche spécial », en dehors de la « société majoritaire » non marquée ethniquement et immobile (Römhild 2017). Or, la marche du capitalisme actuel, qui se sert de la division du travail entre personnes aisées et individus moins bien lotis économiquement pour transformer tous types d'échanges en marchandise, a néanmoins su travailler « dans et par la spécificité » (Hall 2013 : 73). Homogénéité et différenciation. Voilà un paradoxe qui se tient et se maintient dans une ambivalence curieuse, que ce soit pour les individus, les classes économiques et les catégories sociales, qui, pour se singulariser, ne peuvent éviter d'entrer sur le terrain contradictoire du capitalisme (Marx 1957 : 263), d'y engager la particularité de soi ou du groupe, pour intégrer le processus de mondialisation. Les transporteurs, les commerçants de l'ameublement marocain ou celui du mariage ont tous intégré de diverses manières cette démarche mercantile en facilitant la mobilité des biens et des traditions.

Si la circulation représente bien la pierre angulaire de l'aspect pratique de leurs activités, l'énonciation de leur offre de service est fondée systématiquement sur la comparaison et les représentations que les entrepreneur.e.s se font des traditions qui voyagent entre le Maroc, la France et la Belgique. Au cœur des dialogues entre ces entrepreneur.e.s et moi se trouve un univers de représentations invisibles qui nécessitent des méthodes de comparaison qui nous rapprochent les uns des autres. L'affect et ses oppositions y sont pour beaucoup mais aussi la manière dont je les aborde. La base de l'analyse se situe dans la relation de comparaison qui est mise en place pour articuler et exprimer les éléments qui nous lient en prenant part à une interaction, à un mode de communication négociée et à une forme de familiarité héritée. Le faire-comparer est une méthode qui consiste à stimuler la comparaison. Pour cela, il place le processus en amont de l'analyse et l'incorpore dans le dialogue en cours. C'est en manipulant ce que Descombes nomme les « significations communes », significations qui ne relèvent pas, selon lui, d'un consensus intersubjectif, et qui ne sont pas « des points communs que l'on découvrirait en regardant dans la tête des individus » (Descombes 1996 : 293) qu'intervient le faire-comparer. Dans ces significations instituées, publiques et sociales, ma position d'ethnographe renvoie à la thèse habermassienne du paradigme intersubjectif qui montre que dans l'analyse d'une théorie de la société, « un accord, même ponctuel, n'est envisageable que si le langage, en plus des prétentions pragmatiques à la validité, renvoie à des références communes, à des sortes d'évidences partagées préréflexives » (Aubert 2008, parg. 33). C'est une sorte de dynamique communicationnelle qui transcende l'idée de collecter des similarités et des différences dans la description des phénomènes sociaux, et place la comparaison comme une approche accessible à toutes et à tous, chercheurs et sujets de l'ethnographie. Le trait d'union entre le « faire » et le « comparer » sert à placer la dynamique comparative au centre de deux actions supposément autonomes mais qui se rejoignent dans le cadre d'une quête collective de sens.

## Notes

[1] Devise européenne, cadeaux, objets alimentant les marchés locaux.

[2] Cette communauté est constituée d'individus possédant des statuts administratifs divers, allant des doubles nationaux aux individus disposant de cartes de séjours temporaires ou de résidence mais qui passent la majeure partie de leur vie en Europe.

[3] Enquête multisituée menée entre plusieurs villes de France, de Belgique et du Maroc, auprès d'une quarantaine d'entrepreneur.es et de client.es du transport et de services d'ameublement et de mariage dits « marocains ».

[4] Les villes concernées par cette ethnographie sont Paris, Marseille, Miramas, Liège, Bruxelles, Nancy, Rabat, Tanger, Casablanca.

[5] Les enquêtés transporteurs sont tous des hommes.

[6] La notion de diaspora qui se définit par le lien qu'entretiendrait les individus « avec plus d'un seul État-nation » (Glick-Schiller *et al.,* 1992) est au cœur d'un débat définitionnel entre chercheurs dont certains estiment que les migrant.es marocain.es ne s'auto-désignant pas comme des êtres diasporiques (Alaoui 2013), ils/elles ne formeraient pas une réelle diaspora mais une communauté transnationale. Les institutions marocaines en charge du lien avec la dite-communauté (le Conseil de la Communauté Marocaine à l'Étranger (CCME), le Conseil National des Droits de l'Homme du Maroc (CNDH), le Ministère chargé des Marocains résidant à l'étranger et des affaires de la migration), de même que la presse nationale, la désignent pourtant comme une diaspora ou comme « la communauté marocaine à l'étranger ». Dans ce texte, j'utilise le terme de diaspora pour faire référence à ces migrants.

[7] Sur l'esthétique des diasporas, voir les travaux d'Ayhan Kaya (2002), de Mattia Fumanti (2013) et de Pnina Werbner (2015).

[8] Souvent, les entrepreneurs qui opèrent dans le commerce des salons marocains sont des hommes qui ont dépassé la quarantaine qui sont plus ou moins réticents à l'idée d'échanger avec une jeune femme qui leur pose des questions sur leurs affaires. À plusieurs reprises, ils ont conclu nos entretiens en me faisant remarquer que « je n'étais pas comme les autres ». Lorsque je lui ai demandé ce qu'il entendait par « les autres », l'un des enquêtés m'a répondu : « Ben tu n'es pas comme les Marocaines au Maroc et pas comme les Marocaines ici. Tu parles bien et tout. Ici elles ne savent pas qui elles sont, elles se cherchent tout le temps, là-bas, elles ne savent pas parler, elles ne cherchent que le matériel, je ne généralise pas mais bon, c'est ce que je vois tout le temps ». Cette comparaison spontanée entre un comportement féminin d'ici et celui de là-bas, représente une bonne entrée pour saisir plus finement les visions, même superficielles, qui se jouent entre les frontières sociales du genre parmi la communauté marocaine transnationale.

[9] Extrait d'entretien avec Zoulikha, propriétaire d'un magasin de salons marocains, Aubervilliers, 7 novembre 2019.

[**10**] Extrait d'entretien avec Samira, propriétaire du magasin « mille et une tenues », 7 novembre 2019, Aubervilliers.

[**11**] Voir les travaux sur le lien entre le processus d'ethnicisation de Jean-Loup Amselle (2011) et celui de la racialisation de Didier Fassin (2010) avec les problématiques socioéconomiques.

[**12**] *Negafa* au pluriel en arabe.

[**13**] Elles diffusent des vidéos sur le réseau social Snapchat.

## Bibliographie


ABOU Selim, 2006. « L'intégration des populations immigrées », *Revue européenne des sciences sociales*, 135 (en ligne), http://journals.openedition.org/ress/256.

ALAOUI Rachid, 2013. « Peut-on parler de diaspora marocaine ? », *Hommes et Migrations*, 1303, p. 7-15. https://www.cairn.info/revue-hommes-et-migrations-2013-3-page-7.htm.

AMSELLE Jean-Loup, 2011. *L'ethnicisation de la France*. Paris, Éditions Lignes.

AUBERT Isabelle, 2008. « Sujet et intersubjectivité », *Trajectoires*, 2 (en ligne), http://journals.openedition.org/trajectoires/209

BEN AMOR Ridha, 2017. « Fragments d'une amitié discrète et éphémère », *Esprit Critique*, 26 (1), p. 124-134.

BJORNAR Olsen, 2006. « Scenes from a troubled engagement : post-structuralism and material Culture studies », *in* TILLEY Christopher, KEANE Webb, KUECHLER-FOGDEN Susanne, ROWLANDS Mike et SPYER Patricia (eds), *Handbook of material culture*. London et Thousand Oaks, Sage, p. 85-103.

COOK Ian and CRANG Philip, 1996. « The world on a plate : Culinary culture, displacement and geographical knowledges », *Journal of Material Culture*, 1 (2), p. 131-153.

COTTEREAU Alain, 2016. « Ne pas confondre la mesure et l'évaluation : aspects de l'ethnocomptabilité », *Revue des politiques sociales et familiales*, 123, p. 11-26.

COURTIN Émilie, LECHAUX Bleuwenn, ROULLAUD Élise et WOOLLVEN Marianne 2012. « Démêler les fils du récit comparatif », *Revue internationale de politique comparée*, 19 (1), p.7-17.

DE SARDAN Jean-Pierre Olivier, 1995. « La politique du terrain », *Enquête*, 1, p. 71-109.

DESCOMBES Vincent, 1996. *Les Institutions du sens*. Paris, Minuit.

ELHARIRI Saâdia, 2003. « Les Marocaines au cœur d'un nouveau circuit d'échanges marchands : entre ici et là-bas », *Revue européenne des*

*migrations internationales*, 19 (1), p. 223-232.

FASSIN Didier (dir.) 2010. *Les nouvelles frontières de la société française*. Paris, La Découverte.

FUMANTI Mattia, 2013. « Showing-Off Aesthetics' : Looking Good, Making Relations and 'Being in the World' in the London Akan Diaspora », *Ethnos*, 78 (2), p. 200-225.

GAUTHIER Catherine, 1997. « Mobilités migratoires marocaines, sociabilités et échanges marchands », *Revue européenne des migrations internationales*, 13 (3), p. 183-210.

GEERTZ Clifford, 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York, Basic Books.

GILDAS Simon et MA MUNG Emmanuel, 1990. « La dynamique des commerces maghrébins et asiatiques et les perspectives du marché intérieur européen », *Annales de Géographie*, 552, p. 152-172.

GILROY Paul, 2010. *L'Atlantique noir. Modernité et double conscience*. Paris, Amsterdam Éditions.

GLICK-SCHILLER Nina, BASCH Linda et SZANTON BLANC Cristina, 1992. « Transnationalism : A New Analytic Framework for Understanding Migration », *Annals of the New York Academy of Science*, 645 (1), p. 1-24.

GLISSANT Édouard, 1997. *Poetics of Relation*. Ann Arbor, University of Michigan Press.

GRANOVETTER Mark, 1985. « Economic Action and Social Structure : The Problem of Embeddedness », *American Journal of Sociology*, 91 (3), p. 481–510.

HALL Stuart, 2013. *Identités et cultures 2. Politiques des différences*. Paris, Amsterdam Éditions.

HARAWAY Donna, 1985. « Manifesto for cyborgs : science, technology, and socialist feminism in the 1980s », *Socialist Review*, 80, p. 65-108.

HUGRÉE Cédric, 2006. « Les nouveaux "transfuges de classe". Retour sur l'usage d'une analogie », *Carnets de bord*, 11, p. 70-81.

KAYA Ayhan, 2002. « Aesthetics of diaspora : Contemporary minstrels in Turkish Berlin », *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 28 (1), p. 43-62.

KOPYTOFF Igor, 1986. « The cultural biography of things : Commoditization as process », *in* APPADURAI Arjun (ed.), *The Social Life of Things : Comodities in Cultural Perspective*. Cambridge, Cambridge University Press, p. 64-94.

LACROIX Thomas, 2018. « Les Marocains en France : maturation d'une communauté transnationale », *in* BERRIANE Mohamed (dir.), *Marocains de l'extérieur 2017*. Rabat, Fondation Hassan II, p.383-414.

MADOUI Mohamed, 2006. « Entrepreneurs d'origine maghrébine en France et capital social », *in* BEVORT Antoine (éd.), *Le capital social. Performance, équité et réciprocité*. Paris, La Découverte, p. 246-262.

MARX Karl, 1957. *Le Capital, livre III*. Paris, Éditions Sociales.

NIEWOEHNER Jorg et SCHEFFER Thomas, 2008. « Introduction », *Comparative Sociology*, 7 (3), p. 273-285.

OCDE, 2017. *Talents à l'étranger : Une revue des émigrés marocains*. Paris, Éditions OCDE.

PEZEU-MASSABUAU Jacques, 1999. *Demeure mémoire. Habitat : code, sagesse, libération*. Marseille, Éditions Parenthèses.

PICKER Giovanni, 2017. « Rethinking Ethnographic Comparison : Two Cities, Five Years, One Ethnographer », *Journal of Contemporary Ethnography*, 46 (3), p. 263–284.

POUTIGNAT Philippe et STREIFF-FENART Jocelyne, 2015. « L'approche constructiviste de l'ethnicité et ses ambiguïtés », *Terrains/Théories*, 3 (en ligne), http://journals.openedition.org/teth/581

RÖMHILD Regina, 2017. « Beyond the bounds of the ethnic : for postmigrant cultural and social research », *Journal of Aesthetics and Culture*, 9 (2), p. 69-75.

SAVAS Özlem, 2014. « Taste Diaspora : The Aesthetic and Material Practice of Belonging », *Journal of Material Culture*, 19 (2), p. 194.

SIMMEL Georg, 1999 (1908). *Sociologie. Études sur les formes de la socialisation*. Paris, PUF, p. 81-161.

SIMMONS Erica S. et RUSH SMITH Nicholas, 2015. « The Case for Comparative Ethnography », *Comparative Politics*, 51 (3), p. 341-359.

STRATHERN Marilyn, 2004 (1991). *Partial Connections*. Walnut Creek, AltaMira Press.

TARRIUS Alain, 1995. « Naissance d'une colonie : un comptoir commercial à Marseille », *Revue européenne des migrations internationales*, 11 (1), p. 21-52.

TRÉMON Anne-Christine, 2012. « Diasporicité et problématique diasporique : réflexions à partir du cas chinois », *Tracés. Revue de Sciences humaines*, 23 (en ligne), http://journals.openedition.org/traces/5557

VIGOUR Cécile, 2005. *La comparaison dans les sciences sociales. Pratiques et méthodes*. Paris, La Découverte.

WERBNER Pnina, 2015. « The dialectics of urban cosmopolitanism : between tolerance and intolerance in cities of strangers », *Identities*, 22 (5), p. 569-587.