

Affaires de femmes.

**Émergence et particularités de la catégorie d'entrepreneure
dans la région d'Agadir (Maroc)**

Thèse présentée à la Faculté des lettres et des sciences humaines

Institut d'ethnologie

Université de Neuchâtel

Pour l'obtention du grade de docteur en sciences humaines

Par

Hélène Martin

Acceptée sur proposition du jury :

Ellen Hertz, directrice de thèse, Professeure d'anthropologie, Université
de Neuchâtel, Suisse

Nicky Le Feuvre, rapporteuse, Professeure de sociologie, Université de
Lausanne, Suisse

Nasima Moujoud, rapporteuse, Maîtresse de conférence en
anthropologie, Université Pierre Mendès France Grenoble 2

Soutenue le 25 février 2010

Université de Neuchâtel

Faculté des lettres et
sciences humaines

Le doyen
■ Espace Louis-Agassiz 1
■ CH-2000 Neuchâtel

IMPRIMATUR

La Faculté des lettres et sciences humaines de l'Université de Neuchâtel, sur les rapports de Mme Ellen Hertz, directrice de thèse, professeur ordinaire d'ethnologie à l'Université de Neuchâtel ; Mme Nasima Moujoud, maître de conférences en anthropologie, UPMF - IUT 2, Grenoble ; Mme Nicky Le Feuvre, professeure, Institut de sociologie des communications de masse, Université de Lausanne, autorise l'impression de la thèse présentée par Mme Hélène Martin, en laissant à l'auteur la responsabilité des opinions énoncées.

Laurent Tissot
Vice-doyen

Neuchâtel, le 25 février 2010

Le doyen
Laurent Tissot

Mots clés en français : études genre, anthropologie culturelle et sociale, études postcoloniales, entrepreneure, travail, Maroc

Mots clés en anglais : gender studies, cultural et social anthropology, postcolonial studies, businesswoman, work, Morocco

Résumé

Dans la ville d'Agadir et dans la région (Maroc), des femmes de tout horizon social montent et gèrent des affaires d'ampleur et de nature diverses, inscrites dans le secteur informel et dans le secteur formel. Elles revendiquent à cet égard un rôle économique et plus largement social. Dans une première partie de ma thèse, j'historicise le travail des femmes au Maroc et je montre en particulier comment ses développements récents sont tributaires du colonialisme et du néocolonialisme. Dans une deuxième partie, diachronique, je rends compte du déroulement de mon terrain et je montre comment, au cours des 4 ans qui l'ont constitué (2002-2006), la catégorie d'entrepreneure gagne en visibilité sociale. Enfin, dans une troisième partie, synchronique, je décris comment les entrepreneures passent par un appel à la tradition pour légitimer leur investissement dans l'économie de marché et comment les références qu'elles manipulent (qu'elles transfèrent du milieu domestique au milieu professionnel) les contraignent dans certaines modalités d'action, tout en étant potentiellement subversif.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Ellen Hertz dont la direction, tant sur le plan intellectuel qu'humain, m'a permis de travailler dans des conditions simplement idéales. Un seul exemple : lorsque, au milieu de mon travail, j'ai pensé judicieux de changer de sujet, sa réponse a été de rire. Je remercie également Nicky le Feuvre et Nasima Moujoud pour leurs expertises enrichissantes. Mes remerciements vont bien entendu à Abderrahim Achmame, qui m'a ouvert la porte d'Agadir et de ses environs et m'a introduite dans ses réseaux, puis m'a laissé explorer cet univers avec une confiance dont je lui suis reconnaissante. Je remercie également Abdellah Achmam qui, à la manière marocaine, s'est mis à ma disposition pour m'aider dans mon travail, mais avec lequel j'ai également pu, et c'était bien venu, oublier le travail pour réaliser des loisirs parmi lesquels je retiendrai particulièrement nos séances de fitness dans un club masculin et nos tajines à la place des bus d'Agadir. Je remercie de tout cœur Jean-Pierre Tabin qui a lu différentes versions de ma thèse et m'a fait bénéficier de ses remarques toujours essentielles. Mes remerciements vont également à Fouad Rhouma et à Ahmed Benani qui m'ont permis de proposer une transcription adéquate des termes marocains que j'utilise. Et enfin, évidemment, je remercie toutes les entrepreneures et plus généralement toutes les Marocaines et tous les Marocains qui se sont intéressé·e·s à mon travail et qui m'ont consacré du temps, et souvent beaucoup de temps ; une telle générosité est une chance aussi indue que nécessaire pour une anthropologue.

Principes de transcription des mots arabes et marocains

Pour les mots arabes intégrés dans les citations d'auteur·e·s, j'ai respecté la transcription adoptée par l'auteur·e.

Pour les mots arabes paraphrasés à partir de textes d'auteur·e·s, j'ai adopté les mêmes principes de transcription que pour les mots marocains issus de mon terrain.

Pour les mots marocains issus de mon terrain, les principes de transcriptions sont les suivants.

Les mots vernaculaires ont été transcrits selon l'usage conventionnel simplifié. La transcription des noms propres, les ethnonymes et les toponymes, a été observée selon la prononciation locale, quand bien même tel mot d'origine arabe est articulé avec l'accent et la grammaire amazighe et inversement. L'usage diacritique des signes a été simplifié, y compris pour les non-arabisants, comme suit :

- la laryngale sodé est distinguée de ' (*'alif* : désignation graphique de « a »)
- la glottale sourde *q* de *souq* est distinguée de la vélaire sourde *k* (*koiffor* : coiffeur)
- la spirante vélaire sourde *kh* est prononcée comme la jota espagnole (*khiata* : couturière).

Sommaire

Introduction	5
1. Problématique.....	11
1.1. Le travail des femmes au Maroc	12
1.1.1. Histoire socio-économique du Maroc : quelques repères	12
1.1.2. Les femmes dans l'économie marchande.....	16
Les biais idéologiques de la sociologie du travail.....	16
Les métiers féminins au Maroc	22
Les commerçantes	26
Les artisanes	29
1.1.3. Le développement du salariat féminin au Maroc, et plus généralement dans les pays du Maghreb.....	32
Le clientélisme	33
L'exploitation	34
Postcolonial studies	37
1.1.4. Le secteur informel.....	40
Le micro-crédit	43
1.2. Une nouvelle catégorie sociale : l'entrepreneur·e.....	47
1.2.2. L'émergence de la catégorie d'entrepreneur·e.....	47
1.2.3. Les conditions d'accès des femmes à la catégorie d'entrepreneur·e	50
La révision de la Moudawana	51
1.2.4. Les données sur l'entreprenariat féminin au Maroc.....	54
2. L'émergence d'une catégorie sociale	63
2.1. Réflexions méthodologiques	64
Une expérience de terrain d'abord perturbante	69
Adopter une perspective de genre	75

2.2. 2002-2003 : des entrepreneures peu visibles	77
2.2.1. À la recherche d'entrepreneures.....	77
2.2.2. L'accusation de prostitution.....	83
2.2.3. Des entreprises très diverses sur le terrain.....	95
2.2.4. Différences et similitudes des entreprises tenues par des femmes en 2002-2003.....	119
2.3. 2006 : l'évidence de l'entrepreneuriat féminin.....	124
2.3.1. Des entrepreneures rendues visibles	124
2.3.2. Les tentatives de constitution d'une association de femmes chefs d'entreprises.....	132
Définir une cheffe d'entreprise	133
Des objectifs incompatibles	137
3. L'analyse : rendre légitime la place occupée	145
3.1. Projeter la tradition.....	146
3.1.1. La figure de la femme exemplaire	147
La nécessité de la conciliation.....	154
La figure de la mère	160
3.1.2. La figure de l'homme démissionnaire et la valorisation des compétences féminines	164
Particularités de mon terrain	168
3.1.3. La fonction des entrepreneures en temps de crise.....	174
3.1.4. La nécessité de suppléer aux hommes	183
3.2. Paradoxes et particularités des entreprises féminines.....	189
3.2.1. Être dure et attentionnée, ou de l'usage délicat de compétences nécessaires aux affaires	189
Retour sur les théories du care	200
3.2.2. La question des réseaux	208

3.2.3. L'usage de l'argent gagné	225
Conclusion.....	231
Bibliographie.....	237

Introduction

Cette thèse est née de premiers séjours à Agadir lors desquels j'avais remarqué l'existence de petites entreprises gérées par des femmes, notamment une agence de circuits touristiques, une boutique de vêtements traditionnels dans laquelle le couturier présent m'avait adressée à la « patronne ». En outre, on m'avait parlé d'activités informelles féminines, comme le commerce d'habits achetés au Nord du Maroc et revendus entre voisins. Mais, lorsque je suis arrivée à Agadir pour réaliser un terrain de plusieurs mois, en 2002, le sujet que je me proposais d'étudier, les entreprises montées et tenues par des femmes, a commencé par se dissoudre dans les discours de mes interlocuteurs et interlocutrices, qui en récusaient l'existence.

Des raisons culturelles, morales ou encore relatives aux compétences ou au « développement » des femmes étaient avancées pour expliquer cette absence. « À Agadir, il y a des femmes qui ont du caractère, mais il n'y a pas cette maturité encore », déclarait par exemple le propriétaire d'une agence de location de voitures. Il explique, mêlant arguments pratiques (manque de connaissances) et moraux (être à l'extérieur seule le soir) : « la femme marocaine¹, ce n'est pas une femme qui va faire un travail d'homme. Par exemple pour la location de voitures, si un client tombe en panne à 5 heures, ou bien à 10 heures du soir à Ouarzazate, qu'est-ce qu'elle va faire ? Les femmes ici ne connaissent pas la mécanique, parce qu'il n'y a pas des femmes mécaniciens ». Un autre entrepreneur affirmait, renvoyant à une division sexuée des espaces public et privé : « vous connaissez les femmes ici, elles ne sortent pas beaucoup. Elles ont uniquement des relations entre elles, entre femmes ».

Les quelques femmes que j'avais repérées précédemment, avec lesquelles je prenais cette fois contact, avaient elles-mêmes tendance à se présenter comme des exceptions : « ici les gens sont arriérés, ce n'est pas comme à Casa où ça bouge »,

¹ Dans les discours des gens et dans bon nombre de citations d'auteur·e·s, il est souvent fait référence à « la femme marocaine » ou à « la femme », entendue comme une entité univoque. Lorsque je les cite, je reproduis évidemment ces propos tels qu'ils sont dits ou écrits, mais sans adhérer moi-même à l'idée d'une telle entité générique, comme je le développerai plus loin.

déclarait par exemple une propriétaire de boutique d'artisanat employant des artisan·e·s à domicile.

Si le sujet des entreprises féminines m'intéressait, c'était qu'il m'interrogeait tant d'un point de vue ethnologique que féministe. Je me demandais en effet si ces entreprises s'inscrivaient dans un processus d'appropriation de la production par les femmes ; si elles revendiquaient davantage d'autonomie en passant moins par des revendications politiques ou militantes qu'en investissant des pratiques et des espaces plutôt masculins, ce qui augurait des stratégies particulières au contexte qu'il restait à découvrir. Plus généralement, ces activités me semblaient pouvoir servir de révélateurs sociaux².

Partie sur mon terrain dans l'idée d'étudier les modes d'entreprendre de femmes, je me suis en fait retrouvée à étudier l'émergence sociale de l'entrepreneuriat féminin : durant les quatre années qu'a duré mon expérience de terrain, les entreprises féminines ont passé d'une quasi-inexistence sociale à des mises en scène de différente nature. Cela m'a conduite à considérer les manières dont ces entreprises sont tantôt invisibilisées et tantôt visibilisées, les modes de délégitimation et de légitimation qui leur donnent forme et, par là, les particularités du contexte dans lequel elles s'inscrivent. Ces particularités renvoient bien entendu à des constructions sociales de sexe, mais aussi à des dimensions politiques et économiques du Maroc contemporain. Ceci m'amène à citer Maruani et Meulders pour lesquelles « parler du travail des femmes, c'est traiter du travail, des femmes, mais aussi des hommes et de la société », une approche que je vais développer tout au long de ma thèse (2004, p. 8).

C'est donc une approche de genre qui est centrale dans mon travail. Pour introduire d'office cette approche de la manière dont je l'envisage, je choisis une définition de Joan Cassel, dont la qualité est d'être à la fois structurale et dynamique : « le genre

² A cet égard, je peux reprendre à mon compte les propos de Margaret Maruani et de Danièle Meulders qui relèvent que « chaque société, chaque époque, chaque culture produit ses formes de travail féminin et secrète ses images et des représentations. L'activité féminine est à la fois une réalité économique et une construction sociale. Un 'fait social total' » (2004, p. 68).

recouvre diverses manières dont une société s'organise en catégories masculine et féminine et la production des différentes significations qui leur sont attachées. Le genre n'est pas fixé une fois pour toutes, ni le produit d'une 'nature', c'est une catégorie qui change et surtout se négocie » (2001, p. 62). Les actrices et acteurs sociaux parviennent à modifier et négocier certaines caractéristiques des catégories de genre (par exemple l'inscription d'un droit dans la loi), mais ces dernières ont d'abord tendance à se reproduire parce qu'elles sont incarnées, c'est-à-dire qu'elles constituent une partie de l'identité des actrices et des acteurs sociaux. Ce n'est donc que dans les manières dont elles sont mises en œuvre qu'il est possible d'accéder aux logiques de genre : « débattre des différences comme s'il s'agissait d'une construction sociale désincarnée conduit à ignorer la profondeur, la persistance et le pouvoir de la différence. Si nous voulons en avoir une compréhension complète, il nous faut explorer la nature incorporée de l'identité et de l'expérience » (Cassel, 2001, p. 71). Je précise encore que je m'inscris dans une perspective constructiviste, dont je spécifierai les caractéristiques plus loin.

Concrètement, mon travail consiste à envisager les manières dont des femmes marocaines, rencontrées dans la région d'Agadir, parviennent à gagner de l'autonomie grâce à leur implication dans le travail professionnel³. Pour ce faire, je me penche sur la catégorie socioprofessionnelle particulière de l'entrepreneur-e et j'explore comment, profitant de phénomènes conjoncturels qui leur sont en partie

³ Le terme « profession », que j'utilise le plus souvent dans l'expression « activités professionnelles » ou dans celle de « travail professionnel » par opposition à « travail domestique », a plusieurs acceptations selon les écoles ; pour ma part, j'adopte la perspective dynamique et ouverte de Strauss qui, critiquant l'approche statique et homogénéisante du fonctionnalisme, considère qu'une profession est faite de groupements (« de segments ») pour lesquels « les identités, ainsi que les valeurs et les intérêts sont multiples » (1992, p. 68), ce qui entraîne un processus de changement continu. Notamment, les segments sont porteurs d'une mission spécifique, qui a souvent une forme rhétorique en raison du fait qu'elle « prend place dans le contexte d'une lutte pour la reconnaissance et l'obtention d'un statut institutionnel » ; ces groupements, ou pour reprendre l'exemple de Strauss les spécialités en médecine, développent de ce fait « une argumentation pour expliquer en quoi elles sont particulièrement appropriés » pour la tâche qu'elles s'attribuent spécifiquement (Strauss, 1992, p. 70).

favorables, des femmes se mettent à l'investir et comment, en puisant dans des registres qui leur sont propres, elles parviennent à construire et à faire reconnaître un entrepreneuriat féminin. D'un point de vue théorique, j'amène deux questions générales et tente de montrer leur imbrication, ceci avec l'exemple de l'entrepreneuriat féminin : comment naît une catégorie socioprofessionnelle ? Comment opère la dimension nécessairement sexuée d'une telle catégorie – puisqu'il n'est en effet pas possible de penser la catégorie d'entrepreneur·e en dépit des logiques de genre ?

D'un point de vue empirique, cette démonstration m'amène à m'intéresser non seulement à ce que font les entrepreneures (comment elles établissent des liens d'affaires, gèrent leurs relations tant privées que professionnelles, etc.) mais encore à ce qu'elles ou d'autres en disent (comment leurs activités professionnelles sont définies ou non en tant qu'entreprises et dévalorisées ou valorisées). La catégorie socioprofessionnelle sur laquelle je me penche m'intéresse moins en elle-même qu'en tant que révélatrice d'un processus d'appropriation et d'autonomisation de femmes⁴.

Ma thèse porte sur les manières dont les entrepreneures instrumentalisent et visibilisent leurs rôles et leurs compétences domestiques pour légitimer leur investissement dans l'entrepreneuriat et plus particulièrement leur fonction de patronnes, au double sens économique et politique du terme. Pour démontrer cette thèse, je consacre une première partie, la problématique, à la mise en relief d'éléments nécessaires à son développement. Dans cet objectif, j'interroge le travail des femmes au Maroc afin de le contextualiser. En suivant une démarche diachronique, je cible peu à peu mon propos sur l'entrepreneuriat féminin et sur les

⁴ Comme le notent Nacer El Kadiri et Jacqueline Laufer, « l'accès des femmes à la création d'entreprises, s'il doit être perçu et interprété dans le cadre plus global de la présence des femmes dans le travail salarié, semble constituer un champ de recherche d'une importance tout à fait stratégique. En effet, dans le contexte politique de développement économique et de la création d'emplois qui donnent à la création d'entreprises une importance centrale, la question de la place des femmes est essentielle, alors qu'elle s'inscrit dans un contexte culturel, familial et sociétal où l'autonomie et la capacité des femmes à s'affirmer comme actives n'est pas évidente » (2004, pp. 200-201).

études qui s'y sont intéressées. Je termine cette problématique par mes intentions d'analyse.

Dans une deuxième partie, toujours diachronique puisqu'elle reconstruit la temporalité de mon expérience de terrain, je me penche cette fois sur l'émergence de l'entrepreneuriat féminin telle qu'elle se manifeste à Agadir et dans la région. En d'autres termes, je montre comment, au cours d'une période d'environ quatre ans qui est celle durant laquelle j'ai réalisé mes séjours de terrain, l'entrepreneuriat féminin passe d'une relative invisibilité à une mise en évidence sociale : par un jeu de miroir entre différentes figures féminines, l'entrepreneuriat féminin est en effet d'abord invisibilisé et dévalorisé, en particulier par la référence redondante à la prostitution ; puis il se déploie à travers une série d'associations à des valeurs positives, et pensées comme traditionnelles, associées à la figure de la mère responsable de son foyer. Dans cette deuxième partie, j'ai pour visée de montrer comment mon objet apparaît peu à peu, dans des formes auxquelles je ne m'attendais pas, ceci sous le double effet d'une déconstruction que je mène et d'un processus social de construction d'une catégorie sociale que je mets en évidence.

Dans une troisième partie analytique et cette fois synchronique, je m'attache à démontrer comment concrètement (par des actions et des discours), les femmes auxquelles je me suis intéressée parviennent à s'approprier la catégorie d'entrepreneur·e. Plus précisément, je montre qu'elles s'approprient cette catégorie en la féminisant, c'est-à-dire en puisant dans des registres qui la connotent en tant que catégorie féminine. Ces registres renvoient aux rôles et aux valeurs auxquelles les femmes sont socialement assignées, en particulier le rôle très valorisé de la mère, une figure de femme forte, volontaire, honnête et responsable. Je montrerai que les entrepreneures auxquelles je me suis intéressée instrumentalisent ce rôle et ces valeurs, notamment en les contrastant avec des défauts masculins, de manière à légitimer et à valoriser leur investissement professionnel. Ce faisant, elles négocient de nouvelles places dans l'économie de marché et revendiquent une forme d'autonomie, tout se présentant comme fidèles aux rôles sociaux de sexe. Plus encore, elles parviennent à démontrer que leur investissement professionnel permet de restaurer et de reconduire de valeurs culturelles fondamentales. Ce procédé, efficace puisqu'il parvient à convertir des compétences issues du travail domestique, où elles sont déjà reconnues, à l'économie de marché, où elles prétendent et

parviennent plutôt bien à être reconnues, ne va cependant pas sans heurts et complications. Ce sont ces difficultés que je décrirai pour finir, en abordant les paradoxes et les particularités des entreprises féminines. J'évoquerai à cet égard l'équilibre délicat que les entrepreneures ont à trouver entre différentes injonctions sociales relatives aux qualités qu'elles doivent manifester, leurs difficultés d'accès aux réseaux d'affaires masculins et leurs modes de faire en conséquence et, enfin, l'usage stratégique qu'elles doivent faire de l'argent qu'elles gagnent.

Pour finir cette introduction, je tiens à spécifier que ce que je dégage dans ce travail, ce sont des conceptions culturelles dominantes, à propos desquelles les individus ou les groupes d'individus se positionnent de manière chaque fois singulière, y adhérant plus ou moins. En ce sens je dirais, avec Michel Agier, que même si chaque personne se définit par des déterminations autres (familiales, locales, culturelles, etc.) que celles définies par son travail, « dans l'étude de ces situations particulières, il y a matière à édifier un champ de convergences. Non pas en comparant un à un des faits que l'on dénaturerait de leur contexte, mais plutôt en recherchant quelques similitudes ou rapprochements possibles du point de vue des formes sociales du rapport au travail » (1987, p. 3). Les entrepreneures que j'ai rencontrées font en effet référence à différentes appartenances. Elles évoquent très facilement leur milieu familial, qui renvoie à une position dans la hiérarchie sociale, et leur origine locale et à des normes culturelles. Malgré la diversité des univers sociaux que j'ai fréquentés et la variété des pratiques observées et de discours formulés, l'analyse révèle des logiques et des références communes, qui s'actualisent bien entendu de manières différenciées. Sans doute la prégnance de logiques et de références tient-elle au caractère fondamentalement structurant, et envahissant tous les champs sociaux, du genre – du moins au Maghreb et en Europe, c'est-à-dire dans des sociétés où les catégories sociales de sexe sont binaires et opposées ainsi que dans un rapport asymétrique en faveur d'une très forte domination masculine.

1. Problématique

Dans cette partie, je montre que l'émergence de l'entrepreneuriat féminin s'inscrit dans un contexte économique, l'économie de marché imposée par le colonialisme, qui a été plutôt défavorable au travail des femmes (invisibilisant le travail domestique et exploitant les femmes dans le travail professionnel), ainsi que dans un contexte juridique et médiatique récent d'égalisation des droits et de valorisation d'une certaine image de la femme active.

Le développement des entreprises tenues par des femmes, même s'il passe d'abord inaperçu, a lieu au cours des années 1990, c'est-à-dire en même temps que se développent les entreprises des hommes à la faveur du mouvement de privatisation. Zakya Daoud note que les entrepreneures possèdent « pour 80 %, des petites affaires qui emploient en moyenne 10 personnes (84 %) [Elles sont] exportatrices (37 %), mais surtout importatrices (55 %), autofinancées, sans grand recours au crédit bancaire » (Daoud, 2003, p. 48). À ces chiffres, j'ajouterai qu'une autre partie des entrepreneures, la plus grande, exerce dans le secteur informel en faisant des affaires de manière régulière ou occasionnelle. Aussi, les entreprises féminines qu'évoque Daoud sont à mon sens des expressions d'un éventail bien plus large d'activités féminines de type entrepreneurial, qui prend racine plus tôt dans le temps et qui se prolonge dans le secteur informel. Comme le note Pierre-Noël Denieuil dans son étude sur les entrepreneures tunisiennes, les données statistiques sur l'entrepreneuriat féminin « demeurent souvent tributaires d'un échantillonnage partiel que, notamment, l'accès sociologique difficile du travail à domicile, de l'auto-emploi et de l'entreprise dite informelle, rend impossible à baliser sérieusement » (2005, p. 9). Denieuil choisit dès lors une définition extensive de l'entrepreneuriat féminin, qui rejoint celle que j'adopte pour le Maroc : « L'entreprise peut être grande, moyenne ou de très petite taille et employer un grand nombre de salariés, un petit nombre, ou à la limite n'employer personne. Ces unités économiques peuvent être déclarées (sociétés juridiquement constituées, astreintes à la patente) ou être informelles » (2005, p. 18). Je motiverai plus loin mon propre choix, à l'occasion de la présentation des études concernant l'entrepreneuriat féminin au Maroc.

L'entrepreneuriat féminin ne devient une catégorie sociale visible et publiquement reconnue et discutée seulement après que la catégorie d'entrepreneur ait été attribuée

aux hommes, et en fonction d'une autre transformation sociale : la refonte du droit vers une égalité entre hommes et femmes, la médiatisation de cette égalisation et celle de femmes s'investissant dans le marché. Ainsi, c'est en tant qu'actrices œuvrant dans le cadre d'une relative exclusion de l'économie de marché d'une part, et, d'autre part, de l'acquisition de droits et d'une nouvelle image médiatisée de la femme active que des femmes se sont mises à investir et à occuper la catégorie d'entrepreneur·e.

1.1. Le travail des femmes au Maroc

Plusieurs études sur le travail des femmes au Maroc, et parfois plus généralement au Maghreb, me permettront d'éclairer ce champ. Puisque l'évolution du travail des femmes maghrébines, mais aussi plusieurs stéréotypes européens sur ce dernier, sont intimement liés au mode de fonctionnement de l'économie de marché, j'adopte un regard comparatif permettant d'appréhender la variabilité culturelle et d'échapper tant à une perspective ethnocentrique ou développementaliste qu'à une perspective culturaliste ou exotisante. En outre, contraster le développement de l'économie de marché dans nos sociétés européennes et dans les sociétés maghrébines me permet de dégager tant les logiques communes que les particularités de leurs mises en œuvre.

Pour mettre en évidence les particularités marocaines du travail des femmes dans le cadre de l'imposition de l'économie de marché, j'avance de manière chronologique et en resserrant toujours plus mon propos sur l'entrepreneuriat. Après avoir donné quelques repères sur l'histoire récente socio-économique du Maroc (1.1.1), je m'intéresse aux travaux des femmes dans l'économie marchande. D'abord en évoquant les travaux non salariés, en particulier dans le cadre traditionnel du commerce et de l'artisanat (1.1.2), puis en m'intéressant à leur entrée dans le salariat dès la période coloniale (Protectorat au Maroc) et après l'Indépendance (1.1.3). Ensuite, je présente le développement du secteur informel, qui va de pair avec un appauvrissement de la population et qui est particulièrement investi par les femmes (1.1.4).

1.1.1. Histoire socio-économique du Maroc : quelques repères

Tandis que l'Europe industrielle du 19^e siècle entame un processus d'expansion par lequel elle instaure, partout où elle le peut, le libéralisme commercial et le système

colonial, le Maroc traverse une époque de repli qui le conduit à subir de plus en plus fortement les pressions extérieures⁵. La Grande-Bretagne, l'Espagne et la France investissent dès la fin du 19^e siècle les villes portuaires marocaines, qui décuplent leur population et deviennent des lieux de commerce de produits étrangers, ce qui altère les structures économiques traditionnelles. Selon le récit convenu, le sultan Moulay Hasan qui règne alors sur le Maroc tente de « moderniser » le pays sans pour autant tomber sous la domination d'une puissance européenne, et de résister aux tentatives d'installation européennes dans le sud du Maroc. Mais au début du 20^e siècle, l'avènement de son successeur affaiblit le pouvoir central. De plus, l'entente entre la France et l'Angleterre permet une extension de la pénétration européenne. Leur présence occasionne une remise en question des formes de vie traditionnelles ainsi que des oppositions des Marocains vis-à-vis du sultanat. Ce dernier s'endette et finit par accepter un traité de protectorat en mars 1912. Le protectorat, un régime imposé, interdit toute mesure de protection douanière et divise le pays en trois parties administrées différemment (Espagne, France, zone internationale de Tanger).

De 1912 à 1925, le premier résident général⁶ Lyautey incarne le Protectorat. Il organise un système politique mêlant pouvoirs locaux traditionnels et administration nouvelle. Il colonise les zones rurales (achat et distribution de terres allant de pair avec un fort accroissement des immigrants européens). L'essor économique des uns occasionne l'appauvrissement des autres et différents mouvements d'opposition à la domination européenne ont lieu : dans les années 1920, les paysans se révoltent ; dès les années trente, ce sont les nouvelles élites urbaines ; et, après la Deuxième Guerre mondiale, les masses ouvrières. Durant la période d'après-guerre, le Maroc vit une période de forte misère. Plus généralement, le système colonial est partout ébranlé. Ainsi, le mouvement nationaliste marocain gagne en force. Entre 1955 et 1956, le traité de 1912 instaurant le Protectorat est annulé et le Maroc accède à l'Indépendance.

⁵ Pour réaliser cette synthèse de l'histoire socio-économique récente du Maroc, je me suis appuyée en particulier sur le chapitre « Maroc » de l'Encyclopedia universalis, version informatique (www.universalis-edu.com/article2.php?nref=COOO139#03000000) consulté le 3 novembre 2008.

⁶ C'est à dire le représentant officiel du gouvernement français au Maroc.

Ces événements politiques ont été accompagnés du creusement d'un écart de niveau de vie entre le milieu rural (forte natalité et forte mortalité, migration vers les villes) et le milieu urbain tandis que, généralement, la population double. Cet écart a continué à croître tout au long du 20^e siècle. Les économies régionales ont été plus ou moins intégrées dans l'économie de marché grâce à l'élargissement des sphères d'intervention de l'État et par la diffusion de nouveaux modes de production. Mais il s'est également creusé, au sein du monde rural, une distinction entre deux types d'agriculture. Ainsi, de nos jours, sur la plus grande partie du territoire cultivée par les Marocain·e·s (les trois quarts de la surface cultivée des plaines) subsiste difficilement une agriculture vivrière, sèche ou de petite hydraulique, dépendante des aléas climatiques, caractérisée par la pauvreté des moyens de production et la médiocrité des rendements, et négligée par l'État ; ces cultures vivrières sont dominées par les céréales, une petite partie des surfaces étant destinée aux légumineuses. L'élevage, essentiellement de bovins et d'ovins, occupe une place importante puisqu'il concerne près d'un million d'agriculteurs-éleveurs. Face à cette agriculture vivrière s'est imposée l'agriculture dite moderne ou intensive, performante mais extrêmement coûteuse, encouragée par l'État et défavorisant les petits agriculteurs au profit des gros. Ce mode de production favorise la grande hydraulique, les cultures d'exportation et les productions sous contrats ; elle produit des cultures (betteraves, canne à sucre, coton) destinées au marché (« *cash crops* »), une agrumiculture et des cultures maraîchères. L'agriculture fonctionne donc à plusieurs vitesses, et génère de puissants déséquilibres techniques et sociaux. Ce n'est cependant pas dans l'agriculture mais dans le sous-sol marocain, qui recèle des réserves de phosphate, que se trouve la première richesse du pays. C'est l'Office chérifien des phosphates qui en possède la production (20 millions de tonnes annuels et 30'000 emplois).

Durant les 15 années qui ont suivi l'Indépendance, l'État marocain a reconverti les structures économiques héritées du Protectorat en vue d'établir une économie nationale. Sa stratégie, très interventionniste, a passé par la mise en place d'un processus de planification. L'État a valorisé des ressources naturelles et a repris en main l'appareil de production. Mais les plans successifs n'ont pas permis la

croissance globale escomptée. De plus, le chômage⁷ s'est développé et la dette du pays a augmenté, si bien qu'en 1983, le gouvernement s'est aligné sur les recommandations de la Banque mondiale et du F.M.I en s'engageant dans un « programme d'ajustements structurels économiques et financiers ». Ce dernier lui a permis d'obtenir des facilités de prêts et le rééchelonnement de sa dette extérieure, mais l'a engagé en contrepartie dans la ligne néo-libérale du FMI : « Les objectifs assignés à la loi de la privatisation (1990) reposaient sur l'ambition non seulement de pallier la faillite des entreprises publiques marocaines et le déficit chronique du trésor, de relancer l'investissement, mais aussi de faciliter et d'engendrer la recomposition du tissu socio-économique du pays sur la base d'un élargissement de la classe moyenne, en créant des conditions de concurrence et en cassant les situations de monopole et de rente » (Catusse, 2001, p. 14). La promotion et la libéralisation des activités exportatrices ont rapporté des devises pour le paiement de la dette. La privatisation de l'appareil productif et bancaire a entraîné une baisse des investissements de l'État dans la fonction publique. Elle a également permis une forte pression sur les salaires, une baisse des subventions à la consommation et, en 1986, la révision du système fiscal (instauration de la TVA, impôt sur les sociétés, impôt général sur le revenu, etc.).

La privatisation a concerné de grandes entreprises industrielles du pays (cimenterie, sidérurgie, pétrole, phosphate, mines), des banques, des sociétés d'assurance, financières et de services, de distribution de presse et la Société Nationale des Télécommunications. Les investisseurs principaux ont été pour la plus grande part de grands groupes étrangers et, pour une plus petite part, des groupes marocains qui ont été d'autant plus favorisés qu'ils constituent l'entourage du Roi, et qui sont en particulier l'ONA (l'Omnium Nord African qui est le principal groupe privé du royaume détenu en partie par des capitaux de la famille royale et dirigé par des hommes de confiance du souverain) et le groupe Benjelloun qui a racheté les principales entreprises publiques du Maroc. De la sorte, les privatisations ont eu tendance à concentrer le capital du pays et, si elles ont « donné lieu à une redistribution des cartes, elles n'ont pas été l'endroit de transformations notoires des

⁷ « Chômage » au sens de personnes licenciées ou cherchant mais ne trouvant pas un emploi, et non au sens de l'assurance sociale.

structures sociales, notamment l'émergence d'une classe moyenne » (Catusse, 2001, p. 16). Elles n'ont évidemment cassé aucun monopole. Sur le plan social, leur effet a été désastreux puisque le chômage (affectant particulièrement les femmes, les jeunes et les diplômés) et les inégalités sociales ont augmenté, de même que l'écart entre citadins et ruraux. De ce contexte général, je m'attache désormais à comprendre ce qui concerne plus directement les travaux des femmes.

1.1.2. Les femmes dans l'économie marchande

Avant d'aborder les travaux féminins au Maroc, et dans le but de particulariser ce contexte, je présente brièvement la perspective dans laquelle je m'inscris, qui se démarque tant de l'ethnocentrisme que de l'androcentrisme de la sociologie du travail traditionnelle.

Les biais idéologiques de la sociologie du travail

Le travail prend plusieurs formes, mettant en œuvre des rapports sociaux, des valeurs et des représentations diverses (représentation de la nature et des forces qui la contrôlent, représentation des gestes et des rites à accomplir, des individus et de leurs statuts, des modalités d'échanges, etc.) : « le travail humain est une activité individuelle ou collective, intentionnelle et non instinctive, s'exerçant sur la nature à travers une succession d'opérations ayant pour but d'en disjoindre certains éléments matériels pour les faire servir à des besoins humains [...]. Dans ces chaînes opératoires de nombreux gestes n'ont aucune raison matérielle, mais expriment des rapports avec les dieux ou entre les hommes. Le choix de certaines techniques matérielles peut d'ailleurs avoir des raisons principalement idéologiques » (Godelier, 2007, p. 718).

En Europe, l'une des dimensions idéologiques du travail est la centralité du travail professionnel dans la construction de l'identité des individus, au point que, de nos jours, « le travail n'est ressenti par le plus grand nombre ni comme une aliénation, ni comme une simple transaction commerciale. Il correspond la plus souvent à une implication positive intimement liée au sentiment d'identité personnelle » (Riffault, 1995, p. 30). Cette centralité idéologique s'est affirmée avec la généralisation du salariat qui a suivi la révolution industrielle et le développement de l'économie de marché. L'économie de marché a en effet remplacé les rapports féodaux, dans lesquels le fait de recevoir un salaire était au contraire associé au vagabondage et à la

précarité, et elle a remplacé la relation personnelle entre maître et artisan comme fondatrice de l'identité sociale par celle de la relation à l'emploi.

L'industrialisation, en Europe comme d'ailleurs dans les pays colonisés, a en outre provoqué une distinction idéologique entre sphère productive et reproductive sur laquelle une perspective anthropologique et *a fortiori* de genre doit également revenir de manière critique. Comme le remarque Maurice Godelier (2007), cette distinction provient de changements relatifs à l'organisation de la production et de l'échange de biens et de services qui ont eu lieu en Europe au cours du 18^e siècle. Avec l'industrialisation naissante, le travail devient une valeur mesurable et marchandable, en bref, une marchandise et il est échangé dans le cadre du marché alors que les activités non marchandes, comme celles de la sphère domestique, sont reléguées à l'extérieur de la sphère des échanges économiques et ne sont pas considérées comme du travail. Il s'ensuit une distinction, construite sur une base sexuée, entre activités productives et reproductives, parallèle à une séparation entre la société civile (lieu de la liberté économique et politique) et la famille.

Or, les sciences sociales naissantes du 19^e siècle ont le plus souvent relayé sans la réinterroger cette configuration propre à un contexte social et historique particulier, distinguant sphère productive, seul espace reconnu du travail considéré comme une activité exclusivement masculine, et sphère reproductive : « histoire, sociologie, économie classiques assumaient implicitement le fait d'une séparation sexuée entre la vie familiale et la vie 'productive' » (Parini, 2006, p. 54). Et c'est tout un travail de déconstruction qu'ont réalisé, depuis le milieu du 20^e siècle environ, certaines chercheuses et en particulier les féministes. Il s'est agi, d'une part, d'historiciser le travail des femmes et de constater que les femmes ont toujours travaillé (Schweitzer, 2002) ; d'autre part, de remettre en question la partition des sphères productives et reproductives et la dévalorisation, ainsi que l'invisibilisation du travail des femmes.

Différents types d'économie ont précédé et accompagné l'industrialisation en Europe. Dans les sociétés préindustrielles, seule la minorité des femmes de l'aristocratie foncière et de la bourgeoisie marchande n'a pas besoin de réaliser un travail directement productif. Toutes les autres femmes participent activement à la production puisque l'économie repose sur la mobilisation de tous les bras disponibles : femmes, hommes et enfants, participent donc à la production et à l'entretien de la maisonnée à travers différents travaux d'artisanat, d'élevage, de

commerce. Lorsqu'une famille n'a pas les moyens de garder tous ses membres en son sein, certains d'entre eux, dont des jeunes filles ou des femmes célibataires, travaillent dans des maisonnées étrangères, en tant que domestiques. Dans ce cadre préindustriel, les femmes mènent ainsi de front activités productives, ménagères et familiales dans ce que Joan Scott et Louise Tilly (1987), étudiant les cas français et anglais, ont appelé une « économie familiale ».

C'est avec l'industrialisation que la famille se dissocie de l'entreprise et que la cellule familiale est progressivement dépossédée de son activité productive⁸ : « les unités de production s'élargissent, et l'activité productrice passa des maisons particulières aux ateliers et usines » (Scott & Tilly, 1987, p. 260). Cela génère la différenciation des espaces publics et privés, sans pour autant entraîner la fin du travail productif féminin. On passe alors à une « économie de salaire familial » (Scott & Tilly, 1987), une organisation dans laquelle le travail est toujours distribué entre les membres de la famille mais sous forme de salaire et non plus de force de travail. Cette configuration est bien plus difficile à gérer pour les femmes mariées, puisque le travail domestique demeure à leur charge alors que le travail salarié les entraîne hors des foyers. Aussi les femmes font-elles alterner activités productives et reproductives tout au long de leur vie. De plus, l'industrialisation devient un facteur de stratification entre femmes, une petite partie d'entre elles se retrouvant « dans une situation de subordination qui ira en s'accroissant : d'associées' du mari dans la production domestique, ayant leur domaine propre d'activités, elles deviennent des subordonnées dont la dépendance psychologique à l'égard de leur époux reflète une dépendance économique » (Messant-Laurent, 1991, p. 43). Une autre partie des femmes, celles qui appartiennent aux couches populaires, travaille comme domestiques, ouvrières en usines ou à domicile ou exerce des petits métiers (boutiquières, marchandes ambulantes, blanchisseuses, etc.).

À la fin du 19^e siècle, avec le développement de la technologie et de l'industrie lourde, les usines restreignent de plus en plus l'emploi à une main-d'œuvre adulte et masculine et, dans le secteur tertiaire en émergence, des emplois non manuels

⁸ Une dissociation qui ne sera jamais absolue puisqu'elle est fortement relativisée dans les cas de l'agriculture ou de l'artisanat par exemple.

s'ouvrent aux femmes. Les femmes changent ainsi peu à peu de secteur d'activité : perdant leur travail à domicile ainsi qu'un certain nombre d'emplois dans les entreprises de l'industrie lourde, elles entrent dans les années d'après-guerre dans le travail de bureau, en tant qu'employées subalternes (Gardey, 2001 ; Messant-Laurent, 1991). Dans le même temps, les salaires des hommes augmentent et une partie de la classe laborieuse s'élève au-dessus du registre de la survie. On en arrive alors à une « économie de la consommation familiale » (Scott & Tilly, 1987).

Dans ce contexte historique et social particulier, l'emploi des femmes mariées devient souvent épisodique et irrégulier. Elles se voient assigner davantage un rôle de gestionnaire des finances du ménage et, avec les changements de la famille (début de régulation des naissances, scolarisation des enfants, progrès sanitaires, etc.), la responsabilité de la santé physique et mentale des enfants. Cette assignation principale des femmes aux tâches domestiques et la naturalisation de cette assignation desservent fortement les femmes, car elle permet de dévaloriser leurs fonctions dans le salariat. C'est Madeleine Guilbert qui, en France et dans son analyse des *Fonctions des femmes dans l'industrie* (1966), a la première montré que les qualifications des femmes, acquises par la socialisation et mises en œuvre dans le travail domestique, sont à la fois utilisées et niées en tant que compétences professionnelles dans le travail rémunéré. Elle évoque une série d'homologies entre travail domestique et professionnel et conclut sur la nécessité d'analyser le travail des femmes de manière plus globale. Dans le travail à l'usine, écrit-elle, l'adaptation et l'efficacité des ouvrières « ne peuvent être séparées des pratiques des travaux ménagers qui leur échoient dans le partage traditionnel des tâches familiales » (Guilbert, 1966, pp. 214-215). Les qualifications féminines sont ignorées par les employeurs de l'industrie parce que les femmes sont recrutées pour effectuer des travaux par rapport auxquels elles sont supposées « naturellement » douées : dextérité, minutie, rapidité, capacité d'effectuer plusieurs opérations à la fois. La main-d'œuvre féminine est en particulier utilisée pour des tâches répétitives et son travail est socialement dévalorisé.

L'association entre travail professionnel et qualités féminines est toujours actuelle, comme le montrent différentes études plus récentes menées en Europe (Gollac & Volkoff, 2002). Loin de disparaître, le processus de naturalisation des compétences féminines mis à jour en Europe irait même en s'amplifiant, ainsi que le relève Judy

Wajcman dans son étude des managers, une étude que je reprendrai plus loin. L'auteure constate, en effet, un changement entre les générations. Elle commence par décrire le mode de management des femmes et des hommes séniors est identique : « my study shows that, in practice, senior women managers manage in much the same way as senior men within the same specific context. This is because styles of management are shaped more by organizational imperatives than by sex or personal style of specific individuals » ; et plus loin elle explique que les jeunes femmes managers tiennent un discours différentialiste : « the current model of equal opportunity, managing diversity, embraces differences as its rationale for equality initiatives. It promotes the cause of women managers on the grounds that women's nurturing capacities uniquely equip them with the requirement of postmodern management. [...] the effect of accentuating gender differences in management is to naturalize women's skills » (1998, p. 159).

Au cours du 20^e siècle, la partition entre les sphères de la production et de la reproduction s'accroît, les femmes se consacrant davantage aux activités maternelles et domestiques perçues comme naturelles. Dans ce contexte, le travail domestique a pour particularité d'être réalisé gratuitement par des femmes de la famille et approprié par les hommes, qui de leur côté échangent leur propre force de travail contre des salaires. Cette division des tâches est érigée en idéal de la femme au foyer et de l'homme travailleur, le travail domestique n'étant pas assimilé à du travail.

Par travail domestique, j'entends, suivant en cela Christine Delphy, un travail gratuit effectué pour les autres dans le cadre de la *domus*, la *domus* concernant un espace plus ou moins étendu et des activités variées⁹ ; dans ce sens, pour ce qui concerne

⁹ Le mode de production domestique revient à une mise à disposition sans mesure du temps des femmes au service de la famille et de la parenté : « Le travail ménager n'est pas considéré comme productif et comptabilisé parce qu'il est effectué – dans le cadre du ménage – gratuitement : il n'est pas rémunéré, ni échangé de manière générale. Et ceci, non en raison de la nature des services qui le composent – puisqu'on les trouve tous sur le marché – ni en raison de la nature des personnes qui le fournissent (puisque la même femme qui cuit gratuitement une côtelette dans son ménage est rémunérée dès qu'elle le fait dans un autre ménage) mais en raison de la nature particulière du contrat qui lie la travailleuse – l'épouse – au ménage, à son 'chef' » (Delphy, 2002c, p. 69). Dès lors, Delphy propose de

l'Europe, Delphy note que « parmi ces femmes au foyer ou 'inactives', une bonne partie travaille gratuitement non seulement à la maison, pour la consommation de la famille, mais aussi pour le marché : femmes d'agriculteurs, de commerçants, d'artisans, de médecins, d'architectes, parfois femmes de salariés ; de représentants, d'universitaires, etc. Le produit de leur travail est bel et bien porté et vendu sur le marché, mais pas par elles » (2001, p. 300). Cette définition, qui rompt avec une perception sociocentrée du travail, a notamment l'avantage d'être parfaitement applicable aux sociétés maghrébines actuelles.

En effet, Delphy montre que le mode de production capitaliste a permis une double exploitation des femmes, par le travail domestique d'une part et par le travail professionnel d'autre part. Patriarcat et capitalisme sont, dans cette perspective, deux systèmes clés pour la compréhension de la division du travail et, faisant sens ensemble, ils ne doivent pas être traités comme des systèmes séparés : le premier sert en effet le second à travers l'appropriation du travail gratuit des femmes¹⁰. Delphy prend soin de définir le patriarcat de manière historiquement et culturellement située comme « le système de subordination des femmes aux hommes dans les sociétés industrielles contemporaines » (2002a, p. 7). Elle précise plus loin qu'elle a restreint l'acception du terme à « la subordination des femmes [...] ici et maintenant. [...] J'étudie non pas une entité a-historique qui se promènerait à travers les siècles, mais les sociétés industrielles contemporaines » (2002a, pp. 17-18). Il s'agit donc bien de relativiser les notions de patriarcat et de capitalisme et il n'est pas question de les transposer à la société que j'ai étudiée sans en interroger non seulement l'ancrage historique mais également les formes locales contemporaines. C'est bien les particularités du travail des femmes au Maroc et plus particulièrement l'imposition au Maroc de l'économie de marché et de ses conséquences sur les femmes qui

substituer à la notion de travail ménager, pour autant qu'il est réalisé gratuitement pour autrui dans le cadre de la *domus*, le concept de travail domestique.

¹⁰ Delphy relève à cet égard « l'existence de deux modes de production dans notre société : la plupart des marchandises sont produites sur le mode industriel ; les services domestiques, l'élevage des enfants et un certain nombre de marchandises sont produites sur le mode familial. Le premier mode de production donne lieu à l'exploitation capitaliste. Le second donne lieu à l'exploitation familiale, ou plus exactement patriarcale » (2002b, p. 46).

m'intéressent, de sorte que, plus loin, j'en viendrai aux formes que revêt la domination masculine sur mon terrain¹¹. Ce faisant, nous verrons que la double exploitation des femmes dénoncée par Delphy demeure pertinente pour le contexte marocain qui m'intéresse mais qu'elle s'exprime selon des modalités et avec des contenus particuliers au contexte.

Les métiers féminins au Maroc

Les Maghrébines, comme les Européennes, ont toujours travaillé. À travers l'analyse de différentes sources historiques, Latifa El Bouhsine (2005) relève une latitude assez importante du travail des femmes dans le Maroc médiéval. Elle liste une série de métiers de femmes qui avaient alors cours et elle met en évidence la hiérarchie dans laquelle ils étaient inscrits. L'historienne présente ces métiers des plus valorisés aux métiers méprisés. La commerçante (*tajira*) et la tisserande (*haikiya*) œuvraient dans les villes et dans les campagnes, vendant leurs productions (tissage et lait) dans les souks. Par ailleurs, certaines femmes possédaient, en collectif, des moulins « à but lucratif et dont les gains [étaient] répartis entre les membres de ce groupe » (El Bouhsine, 2005, p. 71) ; elles pouvaient donc conclure des actes commerciaux. La marieuse ou celle qui va demander la main de la fiancée (*khatteba*) et la coiffeuse (*masheta*), officiaient pendant les mariages ; elles accompagnaient la mariée dans ses préparatifs, tandis que la sage-femme (*qabla*) et la nounou (*dada*) aidait les mères aisées. Les fonctions de nourrice (*murdi'a*) et de domestique (*khaddama*) revenaient à des servantes ou esclaves. Plus bas encore dans la hiérarchie, la laveuse de morts (*al-ghassala*) et la pleureuse (*nowaha*) précédaient les prostituées (*kahba*, *fassada*), dont le travail était illicite et associé à l'adultère. Brièvement présentés ici, ces métiers sont toujours exercés et certains, comme ceux qui relèvent du commerce et de l'artisanat mais aussi les métiers de marieuse ou coiffeuse, constituent des petites entreprises gérées par des femmes.

¹¹ Je parle de domination d'un point de vue évidemment analytique: sur le terrain, toutes les femmes ne considèrent pas nécessairement subir une domination de la part des hommes, les différentes dominations sociales fonctionnant d'abord en raison du fait qu'elles sont intériorisées et naturalisées par les dominé·e·s (Bourdieu, 1998; Mathieu, 1991).

Nous avons vu qu'en Europe, le travail des femmes est particulièrement invisibilisé à partir de l'industrialisation et de l'avènement du capitalisme. Au Maghreb, l'industrialisation et le capitalisme ont absorbé d'autres types d'économie, dans le contexte particulier de la colonisation. La colonisation et l'économie de marché qu'elle a imposée ont en effet marginalisé le mode de production traditionnel agricole et artisanal et entraîné une très forte perte de visibilité et de valeur sociale du travail des femmes (1990). Plus récemment, la croissance du secteur tertiaire a été accompagnée par la dévalorisation du travail manuel et par la marginalisation du secteur traditionnel, dans lequel les femmes occupent une place importante. Aussi, Dorra Mahfoudh relève-t-elle pour la Tunisie que « la majeure partie de l'activité économique des femmes tunisiennes s'effectue dans le cadre de l'espace familial et n'apparaît pas directement sur le marché du travail : travail domestique, travail à domicile, travail informel, autant d'activités accomplies par les femmes (par les hommes aussi mais dans des proportions beaucoup plus faibles) pour leur propre compte ou pour 'aider' un membre de la famille » (1990, p. 160). Cette constatation s'applique également au travail des femmes marocaines. Pour Camille Lacoste-Dujardin, les activités paysannes étaient par le passé valorisées et les femmes douées dans leurs activités bénéficiaient de réputations, mais « le déclin de l'agriculture vivrière, le développement d'une économie moderne libèrent en grande partie les femmes de ces travaux, mais les cantonnent désormais dans leurs seuls rôles domestiques (cuisine, ménage, maternité, soins aux enfants). Alors que les hommes poursuivent désormais des activités différentes, variées, accomplies au sein d'un nouveau mode de production organisé hors du cadre patrilignagier, les femmes s'en trouvent exclues » (1992, p. 327). Les femmes sont donc placées en position de subordination aux hommes parce qu'elles ne participent plus, ou ne sont plus censées participer, à la richesse de la famille.

Cependant, dans différents milieux ruraux, le travail des femmes est toujours très important, et souvent supérieur à celui des hommes en termes de production et de temps passé à la réaliser. Sophie Ferchiou (1978) l'a montré il y a une trentaine d'années en s'intéressant à trois contextes de production (nomade, oasien et villageois) dans le Sud tunisien. Pour ce qui concerne les nomades, la chercheuse relève que les hommes ne travaillent pas en période de sédentarisation : « leur principale activité consiste à aller au marché local une fois par semaine pour se

ravitailer et vendre de la laine et parfois des céréales. Le reste du temps, ils se rassemblent par groupe d'âge pour boire du thé, bavarder, prier, ou jouer aux cartes et au carré arabe » (1978, p. 44). Au contraire et par contraste avec l'oisiveté des hommes, les femmes sont sans cesse en activité : « les premières levées, les femmes allument le feu pour le thé, ensuite elles s'occupent des animaux domestiques et leur donnent à manger, ainsi qu'aux enfants. En plus du ménage, elles amènent aussi l'eau de la source et ramassent le bois pour la cuisine » (1978, p. 44). Quant aux périodes de nomadisme, ce sont les femmes qui montent et démontent les tentes ; en outre, elles participent de manière centrale à la production pastorale, par la transformation et la consommation des produits, à la production céréalière (moisson et transformation) et à la préparation des provisions annuelles.

Les autres contextes de production étudiés par Ferchiou (oasis, villages) ne viennent contredire ni cette répartition inégale, ni la dévalorisation et l'invisibilisation des travaux des femmes. Les femmes travaillent de manière régulière dans l'élevage et saisonnière pour ce qui concerne les travaux agricoles. Elles travaillent également dans l'artisanat, non seulement dans le secteur du salariat et dans celui du travail à domicile. Mais ces travaux productifs demeurent largement invisibilisés : « bien que marchande, cette production échappe très souvent aux recensements officiels. Le travail artisanal de la femme, pratiqué à domicile, tout comme le travail agricole qu'elle effectue dans le cadre de la production familiale, est généralement assimilé aux tâches domestiques. Or, selon l'idéologie traditionnelle, ces tâches sont inhérentes à la condition féminine, elles ne figurent pas dans l'indice économique de la famille et on ne leur reconnaît aucune conséquence positive sur le budget familial », relève Ferchiou (1978, p. 42). Ce travail est rendu invisible d'une part en raison de l'inviolabilité de domaine privé, d'autre part parce qu'une partie de la production artisanale est destinée à la consommation familiale et non à la commercialisation, et enfin à cause de son caractère polyvalent. La production des femmes est dès lors difficilement saisissable par des méthodes d'investigation construites dans une perspective androcentrée, ceci d'autant plus que l'idéologie dominante ne présente jamais les gains des femmes comme nécessaires ou sérieux ; les femmes ne sont en effet pas tenues de produire du patrimoine familial ni de le transmettre. Et, note Ferchiou, « pour justifier cette spoliation, on évoque la règle islamique selon laquelle la femme n'a aucune obligation d'ordre économique. En

effet, si elle travaille, c'est [...] 'pour passer le temps'. À Djerba par exemple, quand la femme constitue son propre capital, c'est-à-dire trois ou quatre toisons de laine, qu'elle file et vend à son compte, cela s'appelle *lo'ba*, ce qui signifie littéralement 'jouet', autrement dit un capital 'pour rire' car le gain de la femme ne peut être sérieusement considéré comme un revenu » (1978, p. 53). Idem d'ailleurs, ajoute l'auteure, pour les ouvrières des milieux modernes : alors que le revenu des femmes est perçu comme une sorte d'appoint, il est « souvent un véritable soutien de famille » (Ferchiou, 1978, p. 53). Cette idéologie est présente dans les modes de penser des personnes que j'ai rencontrées trente ans plus tard au Sud du Maroc, même si elle avoisine d'autres convictions plus axées sur la qualité du travail des femmes et sur des nécessités financières. Ferchiou constate, enfin, que la production réalisée par les Tunisiennes est commercialisée par les hommes : « ne pouvant réaliser elles-mêmes l'écoulement de leurs produits, les femmes ne peuvent acquérir un véritable statut économique. Par contre, en assurant la commercialisation et la gestion de la production féminine les hommes se posent comme les réels producteurs » (Ferchiou, 1978, p. 47). Nous verrons que c'est précisément une appropriation de la commercialisation de leur production que réalisent certaines entrepreneures de mon terrain.

Ainsi, au Maghreb, l'emploi en général et celui des femmes en particulier comporte des caractéristiques propres. Les jeunes hommes et femmes (15-30 ans) représentent en Europe un tiers de leur population active¹² respective et 40 % de la population au chômage. Au Maroc, cette catégorie représente 50 % de la population active et plus de 80 % de la population au chômage (70 % en Tunisie et en Algérie) (Orsini & Sissoko, 2004). De plus, comme le relèvent Orsini et Sissoko (2004), dans les pays du Maghreb, les personnes les moins instruites sont celles qui trouvent le plus facilement du travail ; le fait de posséder un diplôme supérieur constitue donc un handicap. Le Maghreb accuse, comme en Europe, une ségrégation de sexe verticale et horizontale, mais les secteurs d'activités semblent encore plus concentrés qu'en

¹² Il faut noter ici que, conformes à l'androcentrisme ambiant, les études statistiques tant marocaines qu'européennes utilisent souvent la catégorie « population active », ou parfois « femmes actives », en excluant de ces catégories le travail réalisé par les femmes dans le milieu domestique.

Europe, et plus encore pour les femmes que pour les hommes (Orsini & Sissoko, 2004).

La position sur le marché du travail est en partie relative à la scolarisation. Or, le taux d'analphabétisme est très élevé (de l'ordre de 60 % au Maroc, de 40 % en Algérie) en dépit des progrès soutenus de la scolarisation. Dans les trois pays du Maghreb (au Maroc plus encore qu'en Algérie et en Tunisie), les petites filles sont moins envoyées à l'école primaire que les petits garçons ; en effet, comme le relève De Henau et Marry, « la famille reste un lieu d'imposition de la domination masculine et constitue toujours un frein puissant à la scolarisation des filles et à l'exercice d'un métier hors du foyer, notamment dans les milieux sociaux les plus éloignés de l'école » (2004, p. 96). À défaut d'école, la vie active des femmes commence très tôt, dès l'âge de cinq ou six ans (Fatima Mernissi, 1991). En revanche, les filles scolarisées prennent soin de leur scolarité et réalisent très souvent des études secondaires. En témoigne, par exemple, la recherche de Grazzia Scarfo Ghellab (2004) qui, dans l'étude des parents d'étudiant·e·s dans une école d'ingénieur·e·s marocaine, rencontre des familles qui mettent en œuvre des principes égalitaires en soutenant avec autant d'efforts matériels la réussite scolaire des filles que des fils.

Pour poursuivre et aller plus avant dans la description de la situation des femmes dans la production marchande, je m'attache dans la suite de cette partie à présenter les métiers qui relèvent du commerce, puis ceux qui relèvent de l'artisanat. Cette catégorisation entre commerce et artisanat est celle qui prévaut dans le système économique marocain puisque les activités professionnelles relèvent soit de la Chambre du commerce, de l'industrie et des services, soit de la Chambre d'artisanat. En outre, elle est celle qui est le plus souvent utilisée dans la littérature sur le travail des femmes au Maghreb (artisanes, commerçantes). Je montrerai cependant, dans le cadre de la présentation de mon terrain et de mon analyse, que ces deux types d'activités ne sont pas strictement distincts, certaines artisanes commercialisant leur production.

Les commerçantes

La pratique du commerce féminin est ancienne et, selon Marie Virolle-Souibes, elle s'inscrit dans les stratégies de contre-pouvoir que les femmes ont toujours adoptées

face à la précarité de leur situation : elles adoptent des « conduites – individuelles ou faiblement solidaires – de préservation, de grignotage, de ruse » qui leur permettent de se constituer un petit pécule (1986, p. 194). Dès l'enfance, les filles réalisent des petits travaux¹³, de sorte qu'elles amassent le « pécule viatique qui marquera, tout au long de leur vie de femme, le souci de préserver leur avenir, puis, éventuellement, celui de leurs enfants, face à l'avarice du mari ou de la belle-mère, au veuvage, au divorce » (Virolle-Souibes, 1986, p. 195). L'auteure précise que ce pécule est constitué, en milieu rural, de fruits, d'un petit élevage ou d'un jardin, d'activités comme le glanage, ou de petites industries de transformation comme la mouture de piment, d'activités artisanales et, en milieu urbain, les femmes cousent, tricotent, brodent, au-delà des besoins de l'autoconsommation. De plus, ajoute-t-elle, « le pécule clandestin des femmes s'est de tout temps constitué par des petits larcins domestiques, un détournement d'une partie des provisions de la maison (huile, semoule, viande...) et des négociations de ces dernières entre femmes » ; ce commerce de denrées nécessaires a été historiquement opposé « à celui – seul reconnu – des hommes qui faisaient traditionnellement tous les achats au suq » (1986, p. 196).

Fadela Kanouni-Bennis explique, de manière similaire, comment, dans le Maroc rural également, le commerce féminin est une manière, pour les femmes, de remédier à leur dénuement matériel. En effet, « les activités de la plupart étant sous-payées ou non rémunérées (aides familiales), peu d'entre elles étant salariées dans les grandes exploitations agricoles, la récupération du pouvoir pour elles passe par le gain matériel : elles commercialisent leur propre production artisanale, ne permettant plus aux hommes d'accaparer le fruit de leur labeur, elles participent massivement à la petite contrebande (ex : dans les enclaves espagnoles : Sebta et Mellila au Nord, Îles Canaries au Sud) où elles sont très productives. Ainsi, par leur sens du devoir familial, les rurales se sentent responsabilisées pour leur survie et celle des leurs » (1990, p. 319). Nous verrons que cet argument de la responsabilité des femmes vis-à-

¹³ Marie Virolle-Souibes donne l'exemple de petites filles qui élèvent une ou deux poules afin de vendre puis d'échanger les œufs. Dans les milieux urbains et périurbains d'Agadir, les écolières se livrent toujours à ce petit commerce, en vendant des habits et des gadgets à la sortie des cours.

vis des leurs, et surtout de leurs enfants, ressort très fortement des discours des personnes que j'ai rencontrées sur mon terrain.

Le commerce féminin n'est donc pas une activité nouvelle. Au contraire, il accompagne les diverses autres activités laborieuses des femmes, notamment dans des situations de relative pauvreté et de dépendance des femmes aux hommes, et ceci y compris dans des conditions de salariat. Les Marocaines sont entrées dans le salariat au cours des années 1970, mais ce dernier leur a imposé très vite de si mauvaises conditions qu'une fois encore, elles ont utilisé le commerce pour améliorer leur situation. En effet, pour ce qui concerne le Maroc, « à peine amorcé, le mouvement de salarisation en général et celui des femmes en particulier stagne et semble perdre du terrain (sauf dans certaines branches de l'industrie marocaine) au profit d'autres formes d'activités indépendantes : en témoigne la montée des travailleuses à domicile 'à leur compte' » (Bernard, 1990, p. 90). Pour Virolle-Souibes, des formes d'activités indépendantes prennent même dès lors « une telle ampleur qu'il faut les considérer maintenant sous un angle qui dépasse – en l'intégrant –, celui du simple pécule : phénomène économique d'envergure, dans le cadre de ce qu'on appelle le 'travail informel', ou encore de ce que les statistiques dénomment – à défaut de dénombrer réellement ou d'analyser – l'activité des F.P.O. (Femmes au foyer partiellement occupées) »¹⁴ (1986, pp. 196-197).

Dans le même ordre d'idées, Déborah Kapchan remarque une forte augmentation des commerçantes exerçant dans les souks d'une ville du nord du Maroc, des espaces

¹⁴ Relativisons néanmoins ce constat au regard d'autres études (par exemple celles de Ferchiou citées plus haut) qui ont mis en évidence l'écart existant entre l'apport financier réel des femmes à l'économie domestique et ce que l'idéologie fait croire de cet apport (qu'il serait infime voire inexistant, l'argent de l'épouse lui étant exclusivement réservé, comme l'exprime en l'occurrence l'idée de « pécule ») – sans parler bien sûr de tout le travail non rémunéré que les femmes réalisent au profit de cette même économie et plus généralement de la société. Une augmentation et/ou une transformation des formes d'activités indépendantes des femmes, comme le remarque Virolle-Souibès, est donc probable, mais la visibilisation de ces activités provient également d'une plus grande reconnaissance sociale, ce que traduit sans doute l'intérêt scientifique qu'elles suscitent et qui contribue à les objectiver.

dans lesquels pourtant l'exposition de femmes en public était considérée comme honteuse. Aussi, rapporte l'auteure, les femmes dans les marchés étaient très rares et « c'était la malchance (divorce ou veuvage) qui les obligeait à se consacrer à de telles activités qui en faisaient des objets de pitié » (1997, p. 95). Aujourd'hui ces femmes, toujours pauvres et devant souvent supporter seules la charge de leur famille, ne sont plus des cas exceptionnels et elles sont « également des entrepreneurs perspicaces et d'habiles orateurs qui abordent de front, et dans une large mesure subvertissent et transforment les codes cognitifs selon lesquels leur discours est considéré comme honteux (*hashuma*) » (1997, p. 95). L'auteure, dont l'étude porte sur l'« art oratoire » des commerçantes du souk, note en outre que « si les paroles incarnées des femmes dans les marchés restent quelque peu honteuses, leurs pratiques discursives sont néanmoins en train d'assurer aux femmes une position honorable dans le monde du marché, en repoussant les limites de ce qui est acceptable dans le domaine public » (Kapchan, 1997, p. 106).

Les artisanes

Un autre travail lucratif réalisé par les femmes est l'artisanat, qui comprend les travaux de couture, tissage, broderie et filage, pâtisserie ainsi que les travaux liés à l'esthétique (coiffeuse, esthéticienne) et aux fêtes (*negaffa*, *hennaya*¹⁵).

La pratique féminine d'artisanat est également ancienne. Mahfoudh relève qu'en Tunisie, les artisanes occupent une place importante de la production d'artisanat et ont même le monopole de certaines branches comme le tissage de tapis, la broderie et la couture. Il s'agit d'une production qui se réalise essentiellement à domicile. Mais, même si toutes les fillettes sont initiées très tôt à des travaux d'artisanat, pour leur trousseau ou pour l'usage familial, ce travail est mis à profit de façon différente selon les classes sociales : « dans les couches aisées de la population, [...] les fillettes sont 'occupées' à des ouvrages dont le but est moins l'utilité que l'apprentissage de 'la tenue' et de la discipline. Dans les milieux sociaux défavorisés par contre cet apprentissage vise l'intégration précoce des filles à la production. Le comportement

¹⁵ Une *negaffa* (pluriel : *negaffat*) est une marieuse ; elle accompagne la mariée lors du rituel de mariage et gère la cérémonie ; une *hennaya* (pluriel : *hennayat*) est une spécialiste du henné à laquelle les familles ont recours lors des fêtes.

économique, le système de rôles féminins ainsi que la position sociale que la femme est destinée à occuper à l'âge adulte sont déjà largement inscrits dans cet apprentissage » (Mahfoudh, 1990, p. 165).

Chafika Dib-Marouf fait les mêmes constatations pour ce qui concerne l'Algérie. Elle note que le travail à domicile y a toujours existé et que, bien que variable, son importance se confirme toujours aujourd'hui, dans tous les milieux sociaux. L'auteure relève en outre que l'artisanat est positivement valorisé puisqu'il « fonctionne comme le signe de l'héritage d'une tradition culturelle et d'un savoir-faire dont les femmes âgées sont les gardiennes » (Dib-Marouf, 1990, p. 20), et ceci même quand, dans les milieux modestes, il est réalisé par nécessité. Dib-Marouf relève que les travailleuses à domicile sont surtout des citadines. Elles travaillent en tant que jeunes filles puis que femmes mariées, interrompant parfois leur activité lorsque les enfants sont jeunes pour la reprendre 6 à 10 ans plus tard, lorsqu'ils arrivent à l'âge scolaire.

Le travail à domicile permet aux femmes d'inventer différentes manières de gagner de l'argent, comme l'explique Mahfoudh pour les Tunisiennes et comme j'ai pu le constater à Agadir : « dans le milieu citadin, là où la dissolution du secteur artisanal et la prolétarianisation de la main-d'œuvre est le plus visible, le travail à domicile de type artisanal cède le pas à une multitude d'activités économiques disparates allant de petits travaux comme la garde d'enfants à domicile, à l'entreprise familiale orientée vers le commerce, en passant par toutes formes de sous-traitance » (Mahfoudh, 1990, pp. 197-198). L'auteure évoque alors des pâtisseries travaillant pour le compte de pâtisseries ou d'hôtels, pour une clientèle de quartier ou profitant des mariages qui ont lieu en été, ou encore les vendeuses d'articles importés clandestinement ou de bijoux non poinçonnés ne pouvant être écoulés sur le marché officiel.

À Agadir, la profusion des petites affaires à domicile et l'inventivité des femmes correspond tout à fait à cette description. Dans l'un des quartiers que j'habitais par exemple, ma logeuse, qui gérait la maison pour son père, louait deux petits appartements à la semaine et tenait une téléboutique. Dans une salle adjacente de la téléboutique, ma logeuse donnait trois fois par semaine des cours de réalisation de fleurs en papier, et elle vendait sa propre production. L'une de ses élèves, qui habitait le quartier, avait collecté ses propres élèves, qu'elle recevait chez elle.

Précédemment, à la faveur d'une mode consistant à décorer les salles de bains, ma logeuse avait donné des cours de broderie. Par ailleurs, mon boulanger évoquait une concurrence déloyale à son corps de métier de la part d'une autre voisine qui vendait de manière informelle et depuis son domicile des pâtisseries aux privés et lors de fêtes. De tels exemples, ainsi que les descriptions des chercheuses que j'ai présentées, montrent bien comment les femmes se saisissent d'occasions pour réaliser différentes activités indépendantes liées au commerce et à l'artisanat.

Les femmes disent souvent apprécier le travail à domicile parce qu'il leur permettrait d'obtenir des revenus selon le temps qu'elles ont à disposition. Mais, lorsque ce travail renvoie à une nécessité de survie personnelle et familiale (Laala Hafdane, 2003), il s'inscrit avant tout dans l'exploitation de certaines femmes par des hommes ou par d'autres femmes. Chantal Bernard constate du reste qu'au Maroc, le travail à domicile, lié au secteur informel qui s'est développé avec le chômage, est associé à de sérieuses formes d'exploitation : « au Maroc, l'extension de ce secteur est devenu un phénomène connu ; il représenterait (selon certaines hypothèses et d'après les résultats partiels du recensement de 1982) 76 % de la population active urbaine et 56 % de la population occupée non agricole » (1990, p. 100). L'auteure évoque à titre d'illustration la petite industrie textile et la confection, liée au secteur marchand. Ce secteur utilise des ouvrières à domicile qui travaillent sur commande et pour une production segmentée (broderie, caftans, poignets des chemises d'hommes). De nouveau, mon terrain à Agadir permet d'illustrer ce mode d'emploi féminin, puisque, par exemple, l'une des entrepreneures que j'ai rencontrée allait passer des commandes à Fès, tandis que d'autres profitaient de leur position de professeure de couture ou de borderie (improvisée ou engagée dans des écoles) pour distribuer du travail à leurs anciennes élèves sur la base de commandes qu'elles recevaient.

C'est toujours un même tableau que peint Mahfoudh en décrivant la situation des travailleuses à domicile tunisiennes par le passé et actuellement : en ville, les femmes qui demeuraient à l'intérieur des murs de la maison se livraient à la couture et à la broderie. Leur travail leur était le plus souvent fourni par une *dallala* (femme intermédiaire entre l'artisane et les clientes), qui était membre de la famille. D'autres citadines travaillaient pour leur propre compte et faisaient vendre leur production au souk. Enfin, certaines femmes travaillaient sur des commandes faites par des femmes de la région ou par des Européennes qui fournissaient les magasins ou faisaient de

l'exportation. Cependant, « même si elles assuraient la presque totalité de la production de certaines branches, les femmes ne maîtrisaient pas l'ensemble du processus de production. Qu'elles travaillent pour un membre de la famille qui tient boutique ou qu'elles travaillent pour leur propre compte, la commercialisation notamment leur échappait. L'accès au marché et à l'argent était médiatisé par les hommes ou parfois par les femmes âgées : les '*dallala*'. Donc une partie du gain échappait aux femmes productrices » (1990, p. 166).

Certaines artisanes tentent cependant de s'approprier la commercialisation de leur production. Dans son étude des tisseuses de tapis dans les régions d'Ouarzazate et de Khémisset, Saïd Chikhaoui relève que « le prix de la vente est souvent négocié entre l'intermédiaire et l'époux ou les proches parents masculins de la tisseuse, mais de plus en plus en présence de la tisseuse » (2002, p. 237). Nous verrons que certaines entrepreneures auxquelles je me suis intéressée se sont approprié cet intermédierité, en provoquant ou en profitant d'une familiarité (souvent symbolique) avec les productrices, s'apparentant ainsi aux anciennes *dallala* qu'évoque Mahfoudh.

1.1.3. Le développement du salariat féminin au Maroc, et plus généralement dans les pays du Maghreb

Les pays colonisateurs sont largement appuyés sur les pays colonisés pour développer le capitalisme. Bien que le rapport salarial capitaliste soit longtemps resté marginal, les pays du Maghreb se sont pourtant industrialisés. Avec les libérations coloniales, les États des pays colonisés (ou sous le Protectorat pour le Maroc) se sont approprié les principales ressources et ont conçu des projets de développement nationaux (Longuenesse, Catusse, & Destremau, 2005). Les nationalisations ont engendré le développement de l'administration et de la fonction publique.

En Occident, la mise en place, au cours du 20^e siècle, d'États sociaux s'est en partie réalisée grâce à l'exploitation des populations des pays colonisés¹⁶. Lorsque ces

¹⁶ En Europe, les systèmes de protection sociale, ou de ce que Castel nomme la « propriété sociale » (2004, p. 12), ont accompagné le développement du salariat et ont permis tant de parer aux risques sociaux et de rébellion à la fin du 19^{ème} que de mettre les ouvriers salariés au rythme de l'industrie (stabilisation du salariat). Comme le notent Sophie Bessis et Souhayr Belhassen, « les avancées sociales successives que l'on connaît en Occident à partir

derniers ont accédé aux indépendances, c'est la figure de l'État qui a permis d'affirmer l'unité d'un territoire ou d'une nation et la dignité des populations qui l'habitent ; la puissance publique s'est donc nettement accrue. Cependant, ces États n'ont bénéficié ni de richesses issues de l'exploitation de populations exogènes (ne disposant que de peu de ressources, ils ne visent ni la création ni l'administration de richesses), ni d'un développement endogène les conduisant à tenir, dans un contexte de distinction entre propriété privée et publique, un rôle d'arbitrage et de négociations entre intérêts particuliers au nom de l'intérêt public.

Le clientélisme

Dans ce contexte, l'État offre des emplois dont les salaires ne suffisent pas à faire vivre les fonctionnaires, mais qui les placent par contre dans des positions à partir desquelles ils peuvent se servir eux-mêmes et procéder à une redistribution dans leurs propres réseaux de proximité (familles et personnes auxquelles ils doivent leurs positions et vis-à-vis desquelles ils sont donc en situation d'endettement), en leur octroyant des ressources et des privilèges. Ce qu'on appelle de manière morale et ethnocentrique la « corruption n'est donc pas une perversion de l'État, mais un mode de fonctionnement de l'État comme lieu de ressource. C'est par le népotisme, le favoritisme ou le pot-de-vin que l'on accède au pouvoir. C'est ensuite par la corruption que l'on pourra accumuler ou simplement faire vivre sa famille » (Rocca, 1993, p. 73).

Ce type de fonctionnement est appelé un système clientéliste, que l'on peut définir, avec Jean-Louis Rocca, comme « une forme de rapport politique qui se caractérise par une relation inégalitaire entre un patron et un client, le patron apportant sa protection au second et ce dernier son soutien politique » (1993, p. 47). Le clientélisme est typique des sociétés où l'on ne peut accéder directement au pouvoir et dans lesquelles il faut passer par un intermédiaire. Si le client dépend de la bonne ou de la mauvaise fortune de son protecteur, ce dernier n'assure sa position et son pouvoir que grâce au soutien qui lui est assuré par ses clients. La relation entre

du 20^e siècle ont été en partie payées par l'exploitation accrue des populations des colonies et des sous-prolétariats allogènes immigrés, dont l'ensemble des populations 'métropolitaines' ont recueilli les miettes » (1992, p. 68).

patron et client est donc une relation de don et de dette, dissymétrique mais dans laquelle les deux parties sont en interdépendance. Un exemple marocain de ce type de relation consiste, par exemple, en l'octroi d'un permis d'ouvrir une entreprise contre le vote de l'entrepreneur·e aux élections ; l'entrepreneur·e est donc « client·e » du fonctionnaire au sens politique du terme, et, dans ce même sens, le fonctionnaire devient le « patron » de l'entrepreneur·e.

C'est dans un tel système de redistribution clientéliste que s'est poursuivie l'industrialisation et que s'est développée l'administration au Maroc. Dans le même temps, comme signalé plus haut, les femmes ont accédé à l'emploi salarié et, dès le moment où l'emploi s'est raréfié, elles sont entrées en masse dans le secteur informel. Ni elles ni les hommes ne peuvent en effet compter sur un système de protection sociale, très peu développé au Maroc : « aujourd'hui, dans le contexte des politiques d'ajustement structurel, l'État n'est plus en mesure (s'il l'a jamais été) de (re)construire un système de protection des individus et des groupes en situation de fragilité, appuyé sur les ressources de la solidarité à l'échelle nationale, et c'est au plus proche, dans la famille ou le voisinage, chez les collègues de travail, mais aussi à la mosquée, auprès d'associations caritatives, que ceux-ci doivent chercher les ressources et l'aide qui leur permettront de résister et de survivre » (Longuenesse, et al., 2005, p. 5).

L'exploitation

Avec la colonisation, les Marocaines ont accédé au travail salarié dans l'industrie et dans les services domestiques, mais les autres champs du travail salarié, notamment dans la fonction publique, ne se sont ouverts à elles qu'avec leur scolarisation, devenue massive en milieu urbain au cours des années 1950¹⁷. Dans le domaine

¹⁷ Au Maroc, l'enseignement des filles précède et accompagne le protectorat dans les milieux instruits, mais de manière très restrictive : il est en effet limité à « une instruction élémentaire et aux travaux d'aiguille et de ménage » (Barkallil, 1999, p. 410) jusque dans les années 1920-1930 où, sous la pression du marché matrimonial (les garçons instruits ne voulant pas épouser des femmes analphabètes), la bourgeoisie citadine inscrit ses filles à l'école française ; les premières bachelières sortent dans les années 1950. La scolarisation des filles dans les milieux urbains se généralise avec l'Indépendance, alors que dans les

privé, les conditions étaient souvent mauvaises et les femmes constituaient « des travailleuses vulnérables dans un plein-temps relatif, fortement élastique en période de prospérité et très sensible à la baisse de conjoncture. Il s'agit de travailleuses dans des emplois flottants, temporaires, dont le salaire n'est qu'un revenu d'appoint » (Bernard, 1990, p. 90). Dans le secteur public, des mesures de protection sociale s'adressant aux mères ont été mises sur pied, ce qui a encouragé les femmes à s'y investir : « les mesures de protection sociale leur étant spécifiquement destinées (congés maternité) ainsi qu'à leurs enfants, aux côtés d'autres protections (horaires de travail et possibilité de retraite anticipée) ont fortement contribué à l'attraction exercée par l'emploi public sur ces femmes et au fait qu'elles y demeurent plus longtemps que dans d'autres types d'emploi » (Longuenesse, et al., 2005, pp. 8-9). Les femmes citadines ont surtout investi les services, l'administration, l'enseignement, et à des niveaux de qualification de plus en plus élevés. Pour Nadira Barkallil, cet accès des femmes aux fonctions du secteur public a eu des conséquences « sur le marché du travail mais aussi, et surtout, sur le statut social et privé des femmes. En effet, l'accès à l'espace public et à l'autonomie financière a bouleversé les rapports de sexe dans l'espace public et dans la famille, créant des tensions mais aussi des avancées et amenant les femmes à réfléchir sur elles-mêmes » (1999, p. 412).

En plus du développement de la fonction publique, un autre facteur conduit à la salarisation des femmes : la migration des hommes. En effet, lorsque, au cours des années 1990, le travail commence à manquer, les hommes qui travaillaient dans des grandes exploitations et dans les industries en milieu rural sont mis en compétition avec les femmes et soumis à des conditions de rémunération misérables qui les font fuir vers les villes où ils prennent des emplois de journaliers. Les femmes des milieux ruraux sont ainsi massivement mobilisées comme main-d'œuvre. Cette instrumentalisation de la main-d'œuvre féminine pour faire pression sur les salaires procède par une dévalorisation du travail des femmes qui a accompagné la distinction, propre à l'industrialisation tant marocaine (maghrébine) qu'européenne,

milieux ruraux une forte proportion de femmes est analphabète, faute d'avoir (suffisamment) fréquenté l'école.

entre sphères privée et publique : le travail des femmes, jugé peu productif, est dévalorisé et mal payé.

Aussi, les femmes marocaines ont été, comme les femmes européennes, l'objet d'une surexploitation lors de l'industrialisation, notamment dans les secteurs du textile, de la parachimie et des industries alimentaires : « ces secteurs qui jouent un rôle majeur dans l'économie marocaine (79 % des exportations de l'industrie du pays) ont le taux d'activité féminin le plus élevé, mais dans l'échelle la plus basse (les ouvrières). Cette main-d'œuvre est la plus demandée car pleine de 'qualités' : sous-payée, non-syndiquée, peu prise en charge par la sécurité sociale, facilement renouvelable, donc peu concurrente pour les hommes » (1990, p. 321).

Une fois entrées dans le monde du salariat, les Marocaines ont également investi des domaines traditionnellement réservés aux hommes, tels que ceux des technologies. La sociologue Malika Azizi (2005) a mené des entretiens avec des stagiaires se formant dans des filières traditionnellement masculines dans un centre de formation professionnelle. Ses entretiens la conduisent à penser que la séparation entre espaces professionnels féminins et masculins est en train de changer. Les étudiantes évoquent des difficultés de légitimité, mais elles mettent également en avant une attitude combative et disent être soutenues par leurs professeurs et parvenir à être reconnues dans leurs compétences par leurs collègues et employeurs. Au point qu'Azizi déclare qu'on assiste à une remise en question des « idées préétablies sur la répartition des rôles des deux sexes dans le domaine de la formation professionnelle. L'image qu'on peut cerner à travers les effectifs est celle d'une jeune fille en quête d'un nouvel espace professionnel » (2005, p. 106)¹⁸.

¹⁸ Ces conclusions me semblent un peu hâtives, trop proches des propos des personnes elles-mêmes. La combativité que ces jeunes filles mettent en scène, que j'ai également rencontrée chez plusieurs entrepreneures, revêt à mon sens au moins deux autres significations que celle d'être l'expression d'un changement dans les idées préétablies. D'une part, la mise en scène de la positivité et de la combativité est un moyen en soi de susciter la reconnaissance (une grande volonté, un parcours sans faute) et, dans ce sens, il s'agit moins d'un changement acquis que visé et à la légitimité duquel on espère convaincre les autres. D'autre part, cette attitude combative va souvent de pair avec une posture individualiste qui, pratiquement, rend difficile la solidarité entre femmes et les revendications collectives.

Les Marocaines sont donc entrées dans différents modes d'emploi avec l'industrialisation puis avec le développement de l'administration, notamment du secteur public. Si, dans l'administration publique, elles ont bénéficié de mesures de protection sociale liées à la maternité et que cela a permis une certaine autonomie à des citadines, d'autres femmes, et notamment celles issues de milieux ruraux, sont par contre immédiatement entrées dans le monde de l'industrie en tant que travailleuses soumises à des conditions misérables et mises en concurrence avec les hommes, eux-mêmes exploités dans le cadre du rapport colonial puis néocolonial. Le processus de dévalorisation du travail des femmes qui a permis cette exploitation s'est, de plus, imposé de manière exogène avec le système capitaliste distinguant sphères de la production et de la reproduction, une distinction qui ne correspondait pas nécessairement aux organisations sociales et modes de productions marocains, en particulier dans les milieux ruraux. Ainsi, une sociologie du travail peut mettre en évidence des logiques distinctives entre travaux et espaces féminins et masculins au Maroc, mais elle doit relever le caractère imposé et récent des conditions matérielles et idéologiques qui ont permis cette distinction. L'analyse des conditions du travail des Marocaines exige, donc, la prise en compte du contexte international ; elle aboutit à relever que la surexploitation de certaines catégories de femmes est moins à mettre en relation avec des rapports sociaux de sexe qui surgiraient de traditions locales qu'avec la domination occidentale et l'imposition puis le développement du capitalisme. À cet égard, une perspective féministe postcoloniale, qui permet de mettre en lumière les particularités des contextes d'existence des femmes, est nécessaire.

Postcolonial studies

Les approches féministes généralement réunies sous le nom d'approches postcoloniales (*postcolonial studies*) ont en effet montré que parler d'une seule condition de « la » femme ne se justifie aucunement : « l'oppression sexiste ne s'inscrit ni ne se lit dans le corps abstrait de 'la femme' universelle et anhistorique, mais dans celui de femmes particulières et particularisées, dans un contexte social déterminé, caractérisé par d'autres rapports de domination » (Benelli, et al., 2006,

p. 4)¹⁹. Le féminisme occidental a comporté en ce sens un très fort biais ethnocentrique puisqu'il a généralisé les analyses des rapports sociaux de sexe faites en Occident sur la base de la classe moyenne blanche : « sous couvert d'une prise en compte de l'universalité de la domination supportée par toutes les femmes, seule la condition des femmes de la classe moyenne états-unienne prime, laissant dans l'ombre les multiples expériences des femmes afro-américaines, chicanas, ou encore celles des femmes des 'pays du sud' » (Dorlin, 2005b, p. 89).

À titre d'illustration, Hazel Carby montre que, dans la société américaine esclavagiste, les concepts de l'analyse féministe blanche et occidentale sont difficilement applicables. Les caractéristiques du patriarcat notamment s'appliquent mal à la domination des hommes esclaves sur des femmes esclaves : alors que ces dernières travaillaient autant que les hommes dans des travaux tout aussi pénibles, les hommes de leur côté ne bénéficiaient pas des caractéristiques attribuées aux hommes blancs pour assurer leur domination. Ni propriétaires, ni pourvoyeurs aux besoins de leur famille, ne contrôlant pas le rapport conjugal, ils se trouvaient de plus contraints de réaliser des travaux de couture, de nettoyage et de cuisine très largement associés au travail féminin dans la société blanche : « au vu de tout ceci, comment dès lors soutenir que la domination masculine noire existe dans les mêmes formes que la domination masculine blanche ? Le système d'esclavage, de colonialisme et d'impérialisme ont systématiquement refusé aux hommes noirs une position dans la hiérarchie des hommes blancs ; ces mêmes systèmes ont employé des formes spécifiques de terreur afin de les opprimer » (Carby, 2008, p. 91)²⁰.

¹⁹ De manière plus synthétique, Fraser note que le « genre ne possède [...] aucune essence ou noyau invariant » (2005, p. 42)

²⁰ On pourra également se référer à d'autres démonstrations. Elsa Dorlin (Dorlin, 2005a) montre, par exemple, que la féminité de la maîtresse de maison de la classe moyenne américaine de la fin du 19^e siècle se construit, dans l'opposition à une double position de classe et de race, à la servante noire et non pas au maître de maison. Dans un contexte contemporain, Kimberlé Williams Crenshaw (2005), s'intéressant à des femmes battues noires de Los Angeles, montre comment leur situation résulte de l'entrecroisement de problématiques de genre, de race et de classe et comment, de surcroît, leur situation est

Face à ce biais ethnocentrique, la contestation des féminismes postcoloniaux a permis de remettre en question l'idée que les femmes formeraient un groupe homogène et de mettre en avant la nécessité d'ancrer les analyses féministes dans les particularités locales et historiques. Il s'est dès lors agi de comprendre « l'entrecroisement ou plus exactement l'intersection des rapports d'oppression » (Dorlin, 2005a, p. 91).

Appliquée aux sociétés musulmanes, une approche postcoloniale permet en outre de s'étonner, avec Alain Roussillon, du fait que « les enjeux de la 'question féminine' apparaissent dotés d'un tel coefficient d'évidence que les termes mêmes utilisés pour dire cette centralité demeurent, pour l'essentiel, non interrogés » (2002, p. 30). Et de proposer, à partir de ce constat, de dégager cette question du débat tournant autour de la seule référence à la modernité occidentale, considérée de manière dichotomique (et peu fructueuse) en termes de modèle ou de repoussoir, et de la recontextualiser dans les situations sociales et historiques particulières. De la sorte, il devrait être possible d'accéder à « la réalité vécue dans sa diversité de la (es) condition(s) féminine(s), dans les sociétés arabo-musulmanes 'réellement existantes' [... et de procéder à] une saisie fine de la diversité anthropologique des possibles, tant dans les logiques héritées, 'traditionnelles'²¹, qui continuent de régir la condition féminine que dans les espaces et registres 'réformés' où se jouent de nouveaux modes de présence des femmes à la société » (2002, p. 30).

Les approches féministes postcoloniales ont montré que l'oppression des femmes a été renouvelée par le régime néolibéral international, un régime qui renforce la division sexuée du travail et l'exploitation des femmes. Le développement du secteur informel est une illustration marocaine de la particularité des conditions d'existence de certaines femmes dans un système économique et politique particulier. Il est de plus un élément fondamental pour l'analyse de l'entreprénariat féminin, puisqu'il constitue l'une des modalités de développement de ce dernier.

invisibilisée parce qu'elle est diverge de celle, prise pour prototypique, des femmes battues blanches.

²¹ Ou construites comme traditionnelles, la « tradition » se (ré)inventant en fonction d'enjeux présents (Pouillon, 1991).

1.1.4. Le secteur informel

Durant les années 1980 et 1990, le chômage et la pauvreté ont fortement crû au Maroc (et plus généralement au Maghreb), en raison de la réduction des dépenses publiques et des politiques de privatisation. Dans ce contexte, le secteur informel, majoritairement féminin, se développe fortement. Ce secteur constitue un mode de travail palliant aux manquements de l'État : « on observe de façon générale une tendance à l'informalisation du travail, c'est-à-dire à la fois une difficulté croissante à s'intégrer dans le marché formel de l'emploi, en partie concomitant de la contraction des effectifs publics, qui débouche sur la création / expansion de niches informelles, et une tolérance forte des pouvoirs publics à l'égard des formes non déclarées ou sous déclarées de l'emploi » (Longuenesse, et al., 2005, p. 29). Comme nous allons le voir, ces formes de travail sont en partie encouragées et institutionnalisées dans les dispositifs de microcrédits. Ces dispositifs soutiennent le fait que, de manière alternative ou parallèle aux protections 'traditionnelles' publiques ou privées, les individus se dotent de moyens de protection sur la base de leurs propres atouts, ou alors ces dispositifs valorisent leurs différentes formes de capitaux dans ce but (Longuenesse, et al., 2005). Le travail informel et le travail formalisé dans le cadre du micro-crédit permettent, lorsqu'ils sont fructueux, une aide aux différentes personnes qui entourent les travailleurs ; en effet, en l'absence de politiques sociales, on compte sur les proches. Selon Myriam Catusse (2005, p. 228), seul un tiers des Marocain·e·s sont déclaré·e·s en 2001 à la CNSS (une caisse gérant l'assurance maladie, le système de retraite et les risques du travail).

Le chômage confronte toute une génération qui a bénéficié de la généralisation de l'école et qui a été élevée dans une perspective d'emploi. Ainsi, « au moment où [cette génération] arrive sur le marché du travail, l'État ne recrute plus, les entreprises publiques sont en crise, et le pouvoir d'achat des fonctionnaires est en chute libre » (Longuenesse, et al., 2005, p. 11). Or, si la cause du chômage (libéralisation des marchés et privatisation du secteur public) recouvre une certaine universalité, ses implications prennent, une fois encore, des figures différentes en fonction des contextes envisagés. Dans les pays qui ont été colonisés, la question de la pauvreté s'est tantôt posée dans des termes similaires qu'en Europe, c'est-à-dire en termes de réformes sociales, tantôt, elle s'est manifestée par une forme de nostalgie identitaire mythique engendrant les discours sur une nécessaire réforme de la société

tout entière par un « retour à la tradition ». Comme le dit Filali-Ansary, « face au ‘retard’ pris par les sociétés musulmanes, la réforme (*i’lâl*) a un sens très différent, de retour à un âge d’or de l’islam, à un idéal du pouvoir islamique juste, ‘respectueux à la fois des principes religieux et des intérêts de la communauté’ » (2002, p. 37) ». Une fois encore, une perspective féministe post-coloniale qui permette de mettre en lumière les particularités des conditions de vie des femmes dans leurs différents contextes d’existence est nécessaire. Les études féministes post-coloniales ont notamment montré comment les fondamentalismes religieux et les nationalismes ont manipulé la question des femmes au profit du maintien de l’ordre social et de la domination masculine (Nader, 1989). Comme je l’ai mentionné plus haut, les discours promouvant le retour à des valeurs traditionnelles inventées, ou du moins mobilisées pour l’occasion, sont très prégnants dans le contexte que j’ai étudié. Ces discours ont des implications évidentes sur les logiques de genre puisque le féminin est associé à la tradition à travers les idées de reproduction, de constance, de morale, etc.

Le chômage marocain entraîne également deux types de conséquences sur le plan des nouvelles conditions de travail. D’une part, il suscite des formes de travail fragmenté et, d’autre part, il fait se déployer l’économie informelle, c’est-à-dire une économie « fonctionnant hors de toute logique de cotisation sociale et de reconnaissance fiscale » (Catusse, 2005, p. 226). On assiste dès lors à la montée d’« un chômage difficile à mesurer, souvent insaisissable, car se confondant plus ou moins avec sous-emploi, pluriactivité, travail au noir, développement de l’‘informel’, toutes catégories problématiques en l’absence de réglementation, d’encadrement du marché et de l’emploi, et à plus forte raison, du fait de la carence des systèmes de protection sociale » (Longuenesse, et al., 2005, p. 11).

Le développement de l’économie informelle au Maroc répond au développement du chômage et des implications que ce dernier a sur le travail des femmes, tout possédant bien sûr ses propres particularités. En Europe, la forme la plus marquante du sous-emploi, qui concerne en majorité les femmes, est le travail à temps partiel (Maruani & Meulders, 2004)²². Au Maghreb, il s’agit du travail informel, qui est

²² A partir de ce qu’il est convenu d’appeler « les 30 glorieuses », les femmes sont entrées de manière significative dans des professions traditionnellement masculines comme le droit, la

majoritairement réalisé par les femmes : « la forme la plus répandue de la précarité féminine est le travail informel, qui augmente parallèlement au recul de l'emploi classique en cas de récession économique » (Nodjlilelem, 2006, p. 112). Le travail informel adapte au secteur marchand une partie des travaux féminins. Nodjlilelem donne l'exemple, pour l'Afrique, de la production vivrière, dans laquelle les femmes s'investissent, de manière le plus souvent informelle, sur le mode de la production marchande, sans cependant bénéficier de soutien technologique. Dans le sud du Maroc, comme je le développerai plus loin, l'inventivité des femmes dans le secteur informel est impressionnante. Certaines villageoises marchandent leur production d'huile d'argan, d'autres le lait de leurs troupeaux ; villageoises et citadines commercialisent différentes productions issues de leurs travaux domestiques (nourriture, couture, etc.), mais aussi leurs connaissances en vue de la réalisation de ces travaux ; elles se constituent comme intermédiaires entre productrices et clientes, etc. En outre elles doivent trouver des manières de commercialiser leurs marchandises, c'est-à-dire soit intégrer, soit le plus souvent construire des alternatives aux réseaux commerciaux majoritairement masculins. En bref, ces activités informelles ont « permis aux femmes d'adopter des modes de développement alternatifs [... et de construire] des stratégies de survie » (Nodjlilelem, 2006, p. 112).

Le secteur informel, qui existe dans différents pays dits du Sud, a longtemps été ignoré ou condamné tant par les pouvoirs publics que par l'aide au développement et

médecine et les postes d'encadrement. Cette élite féminine a désormais et nouvellement accès à des emplois bien payés et de niveau élevé. Cependant, au bas de la hiérarchie, les femmes ont également augmenté leur part d'emplois, qui étaient déjà féminisés, peu qualifiés et faiblement rémunérés. Aussi, « les pays capitalistes avancés ont vu croître fortement le nombre de travailleurs précaires ou 'atypiques' qui sont surtout des femmes. [...] L'insécurité liée à ce marché précaire, - c'est ce que signifie la 'flexibilité' des emplois - est le lot de la plupart des femmes » (Wajcman, 2003 : 160). Cette polarisation de l'emploi féminin aux deux extrêmes de l'échelle des rémunérations et des qualifications, avec une forte proportion de bas et très bas salaires féminins, est un phénomène caractéristique de l'emploi féminin contemporain en Europe, avec cependant des variations importantes selon les pays.

les organisations internationales : « les activités informelles étaient considérées comme improductives, illégales ou perturbant l'ordre public » (Nodjlilelem, 2006, p. 119). Quant aux femmes, et notamment les femmes pauvres qui sont les actrices principales de ce secteur, elles ont été longuement considérées comme devant s'intégrer dans les projets de développement qui ont été montés et gérés par des hommes, seuls interlocuteurs alors reconnus. Encore une fois, dans les pays colonisés, le déséquilibre entre hommes et femmes a été creusé par le modèle économique et idéologique libéral européen et en particulier par le fait que « l'homme pourvoyeur des ressources a servi de modèle au développement capitaliste à la lumière de la vision très bourgeoise et eurocentrée du 19^e siècle, instaurant la norme de la femme au foyer, économiquement dépendante de son époux, s'occupant des enfants et de bricoles domestiques » (Nodjlilelem, 2006, p. 112). Cependant, au cours des années 1980, alors qu'elles ont investi un peu partout l'emploi salarié, les femmes commencent d'apparaître comme des actrices potentielles, puis comme des actrices incontournables, du développement économique des pays du Sud²³. Le travail informel devient dès lors une « partie de l'arsenal de la lutte contre la pauvreté, puisqu'aujourd'hui les activités de ce secteur bénéficient, avec un réel engouement, du soutien des institutions de financement décentralisées à travers les microcrédits qui proviennent en grande partie de la Banque mondiale et autres secteurs de la mondialisation » (Nodjlilelem, 2006, pp. 112-113).

Le micro-crédit

Au Maroc, c'est vers la fin des années 1990 que s'est développé un type particulier de crédit, le micro-crédit. Il s'agit de très modestes prêts bancaires faits sous condition et qui ont permis à des individus sans propriété d'investir dans des petites entreprises. Ces aides sont dirigées par des proches du conseiller du roi et des dirigeants de banques, offices privés ou publics : la *Fondation Mohammed V* pour la

²³ En économie, par exemple, les inégalités entre les sexes ont été quantifiées. Cependant, la démarche quantitative naturalise les identités de genre et aligne la situation des femmes sur celles des hommes, dans une visée de croissance économique, plutôt qu'elle nourrit une visée de changement des rapports sociaux de sexe (Alvarez, et al., 2007).

solidarité créée en 1999, dont la principale action est le développement des associations d'aide au micro-crédit ; et le Fonds Hassan II pour le développement économique et social, qui gère en particulier le domaine de l'habitat.

Ainsi, par exemple, dans une commune populaire avoisinant Agadir, Ait Melloul, la banque populaire du Maroc a ouvert, au début des années 2000, une succursale de micro-crédit. Selon l'employée qui s'occupe de ce bureau, rencontrée en 2003, une première période de prospection a engendré un bouche à oreille qui a rapidement donné lieu à des demandes, les candidat-e-s au micro-crédit étant à 80 % des femmes. Les conditions que pose la banque sont que quatre personnes, sans lien de parenté entre elles, se portent solidaires du remboursement, avec intérêt de 1.2 % à 1.5 %, d'un crédit pour le démarrage d'une micro-entreprise. Dans un premier temps, le crédit va de 3000 DH à 6000 DH, remboursables sur 24 mois ; dans un second temps, il peut aller jusqu'à 50'000 DH. La majorité des femmes ayant contracté un micro-crédit dans cette succursale font du commerce : elles vont acheter des marchandises en gros dans des souks ou en contrebande et les revendent dans leur milieu de vie. D'autres utilisent le micro-crédit pour acheter le matériel qui leur permettra de faire de la couture ou de la coiffure à domicile. Quant à leur profil, la même fonctionnaire évalue qu'il s'agit d'abord surtout de « marginales : des divorcées, avec enfants et des maris qui sont partis, et des célibataires » et que « c'est la misère qui poussent ces femmes à faire tout pour subvenir à leurs besoins et surtout à ceux de leurs enfants. » Mais elle explique que cela a tendance à changer : le travail professionnel des épouses met d'abord la fierté de leur mari en danger, car il laisse penser que les maris ne parviennent pas à subvenir, comme leur rôle d'homme les y oblige, aux besoins de leur famille²⁴. Mais, quand les maris voient que le travail lucratif de leurs épouses améliore considérablement le niveau de vie, ils

²⁴ Doria Cherifati-Merabtine note dans ce sens qu'au Maghreb, « les travailleuses sont en situation de proximité avec trois illicites. Elles ont cassé le principe sacré qui affirme que c'est à l'homme de subvenir aux besoins de sa famille. La fonction économique, attribut masculin, se trouve ici contrariée. Elle ouvre sur une autonomie, voire même sur une individualisation. Dans certains cas, elle se conjugue au pouvoir. Beaucoup de salariées se sont trouvées dans l'obligation d'assumer une responsabilité de chef de famille. Or, l'exercice du pouvoir est du seul ressort de l'homme » (1992, p. 216).

cessent de s'y opposer²⁵. La fonctionnaire de la Banque Populaire déclare à ce propos qu'« au Maroc, on dit : on ne peut pas applaudir d'une seule main », un dicton que plusieurs autres personnes m'ont également cité. Ou encore, rapporte toujours la fonctionnaire, quand les voisins constatent que quelqu'un s'enrichit, ils se demandent comment cela se fait et font ensuite la même chose. Pour ces raisons, le travail professionnel des femmes, notamment mais pas seulement celui qui démarre par un micro-crédit, sort de la marginalité et se normalise peu à peu.

Le système du micro-crédit occasionne, sur le terrain, autant des discours positifs que négatifs. Pour certain·e·s, il permet de lancer des micro-entreprises suffisamment lucratives pour sortir des femmes de la misère, des femmes qui, travailleuses, capables et courageuses, n'ont sans cela aucun moyen de mettre quoi que ce soit sur pied. Pour d'autres, les débitrices se font avoir par des projets et des promesses fantasques dans lesquels elles entrent naïvement, et elles rencontrent par la suite d'énormes difficultés à rembourser les banques, qui se moquent bien de leur destin. Cet avis s'associe parfois d'une critique plus générale adressée au système de crédit avec intérêt, qui est prohibé par les textes musulmans (Coran et hadiths).

D'un point de vue de sociologie critique, l'institution du micro-crédit peut être comprise comme une conséquence de la dépolitisation de la question sociale qui « se viderait de son contenu politique et citoyen et se penserait comme une variable à neutraliser pour le bon fonctionnement du marché » (2005, p. 240). Dès les libérations coloniales, les États des pays colonisés se sont approprié les principales ressources et ont conçu des projets de développement nationaux (Longuenesse, et al., 2005) censés résoudre les problèmes de pauvreté. Avec la privatisation et la libéralisation des années 1990, ce sont des organismes privés qui investissent le secteur du « développement », à l'exemple des banques proposant le système de micro-crédit.

Or de tels systèmes, entièrement inscrits dans l'économie libérale, reconduisent évidemment des logiques économiques dominantes. À cet égard, le système du

²⁵ Dans son étude sur l'entreprenariat féminin en Tunisie, Denieuil (2005) relève également les fréquentes résistances des époux à l'entreprise de leurs épouses pour des raisons de fierté, ainsi que leur tendance à s'y rallier dès lors que le projet réussit et rapporte de l'argent.

micro-crédit peut se comprendre comme un mode d'exploitation des femmes des pays anciennement colonisés (la population majoritairement concernée par ce type d'aide), bien qu'il prétende tant les aider que s'éloigner de l'androcentrisme du modèle économique traditionnel. Ce modèle est en effet basé sur la figure d'un individu masculin mais considéré comme neutre, autonome, rationnel et maximisant son intérêt. Ce paradigme exclut de l'économie les activités réalisées par les femmes, notamment dans le domaine privé et non directement marchand, alors que ces activités sont quantitativement importantes et nécessaires à l'économie en général : « ce modèle s'intéresse prioritairement aux activités marchandes, négligeant les biens et le travail qui s'échangent dans le circuit non-marchand. Les contraintes de budget et de temps constitueraient les uniques limites des choses de l'*homo oeconomicus* » (Alvarez, et al., 2007, p. 5). Mais, si les limites de ce modèle sont désormais reconnues par les économistes *mainstream* eux-mêmes, le paradigme dominant n'est pas pour autant remis en question ; il continue de fonctionner, peut-être d'ailleurs d'autant mieux qu'il parvient à intégrer les critiques qui lui sont faites, gagnant ainsi en hégémonie (Boltanski & Chiapello, 1999). Selon Nodjilelem (2006), les conceptions fondatrices mêmes du système du micro-crédit engendrent des formes d'exploitation des femmes.

L'une de ces conceptions est l'idée que, pour lutter contre la pauvreté, il faut rendre les pauvres autonomes et les responsabiliser. C'est bien ainsi que l'on peut comprendre, dans l'exemple marocain que j'ai donné, le fait que la Banque Populaire ouvre un bureau de microcrédit dans une bourgade très populaire des environs d'Agadir et que la fonctionnaire qui s'en occupe évoque spontanément comme clientèle visée des « marginales » devant subvenir à leurs besoins. Les femmes forment, dans les pays anciennement colonisés, une très importante partie de la population pauvre. Ces femmes n'ont en général pas attendu le micro-crédit pour tenter de survivre et une partie d'entre elles assure des revenus en œuvrant dans le secteur informel. En encourageant les femmes à développer ces entreprises, le micro-crédit permet, notamment, aux banques de se réapproprier une partie de ce secteur et à en tirer des bénéfices à travers les intérêts. De plus et comme nous l'avons vu, une affaire qui démarre avec un microcrédit est généralement engagée par un groupe de trois ou quatre personnes qui se portent mutuellement garantes. Or, comme le note Nodjilelem (2006), les femmes sont d'excellentes débitrices, capables de se saigner à

blanc pour rembourser les prêts. Pour toutes ces raisons, les femmes pauvres sont une cible intéressante pour les banques et les associations de microcrédit.

Une autre conception fondatrice du système du micro-crédit s'appuie sur l'observation, et j'y reviendrai plus loin, que les femmes utilisent une grande partie de leurs revenus pour les enfants. Leurs gains sont donc d'utilité publique puisqu'elles prennent en charge les manquements de l'État en matière de protection sociale, sans pour autant être déchargées de leurs autres activités, notamment domestiques, ce qui a bien sûr pour conséquence que les femmes doivent affronter un surcroît de travail (Nodjlilelem, 2006). Le système du micro-crédit permet la mise au travail professionnel des femmes sans pour autant réinterroger leur assignation au travail gratuit dans le cadre de la famille et il reconduit, de facto, une compréhension naturalisante du système de genre. Le développement de l'institution du micro-crédit est donc révélateur de changements relatifs à la manière de concevoir l'implication des femmes dans l'économie productive : on compte désormais ouvertement, sous couvert d'égalité, sur l'engagement des femmes dans le monde productif, et l'on reconnaît l'utilité sociale de leurs activités – mais cela sans pour autant réinterroger l'engagement respectif des femmes et des hommes dans les activités domestiques.

1.2. Une nouvelle catégorie sociale : l'entrepreneur·e

1.2.2. L'émergence de la catégorie d'entrepreneur·e

Nous avons vu que la libéralisation et la privatisation des années 1990 ont engendré une plus grande pauvreté, touchant de plein fouet les femmes et se manifestant en particulier par le développement du secteur informel. Ces nouvelles orientations économiques ont également d'autres conséquences, notamment la promotion d'une nouvelle figure de l'acteur/ l'actrice économique : l'entrepreneur·e.

L'émergence des entrepreneures est généralement située dans les années 1980 et leur développement dès les années 1990 (Berrissoule). Berrissoule (2001) note que c'est dans les années 1980 que le Maroc a connu l'émergence d'une nouvelle catégorie socioprofessionnelle : les femmes entrepreneurs. Cette émergence peut être liée à la scolarisation des femmes et à la mise en place d'un cadre incitatif pour l'investissement. Ce cadre incitatif, c'est pour Daoud (2003), le tournant libéral que prend le Maroc à partir des années 1980, un tournant qui occasionne les premières

entreprises féminines. Catusse (2001), qui a étudié l'émergence de la catégorie d'entrepreneur, la situe dans le même contexte temporel. Catusse ne spécifie cependant pas, dans son étude, si elle entend par « entrepreneur » une catégorie générique ou masculine ; quoique parlant au masculin et donnant deux exemples de figures d'entrepreneurs qui se trouvent être des hommes, elle les présente comme emblématiques de la catégorie et n'évoque jamais ni caractéristiques de genre ni entrepreneures. Nous sommes donc vraisemblablement devant un très ordinaire biais androcentrique.

Sur le plan des sous-catégories professionnelles, la catégorie d'entrepreneur renvoie, pour Catusse, à une réalité hétérogène : « commerçants, chefs d'entreprises, entrepreneurs, hommes d'affaires, directeurs de sociétés, PDG, directeurs de banques, armateurs, industriels, promoteurs financiers, etc. » (2001, p. 26). Cette caractéristique s'applique très bien à la catégorie au féminin, comme nous le verrons. En outre, de nouveau au masculin comme au féminin, la catégorie d'entrepreneur·e n'existe pas dans les classifications statistiques, « preuve que sa consolidation est loin d'être achevée » (Catusse, 2001, p. 25).

Bien qu'hétérogène, cette figure trouve une certaine unité dans l'opposition manichéenne dans laquelle elle est inscrite. Nous avons vu que l'adoption, dans les années 1980, d'une politique de privatisation et d'adhésion au libéralisme économique s'est réalisée à travers une reproduction de la concentration du pouvoir et de l'argent. Cette reproduction a été accompagnée de dénonciations touchant à la corruption et à la justice. Or, dans ce contexte, la figure de l'« entrepreneur » prend, selon Catusse, des valeurs opposées économistes et morales, figurant même un nouvel héros du développement du pays : « ce personnage [...] s'impose comme 'avant-garde' de la modernité, moteur de changement et acteur de la libéralisation, conformément aux discours normalisateurs des bailleurs de fonds internationaux » (2001, p. 12). Ce discours très valorisant est véhiculé tant par les médias que par les opposants à la reproduction du pouvoir, les critiques de gauche et les mouvements islamistes : « c'est dans ce contexte manichéen, à la formation duquel participe activement la presse, qu'émerge la figure extrêmement valorisée de l'entrepreneur libéral et moral, à laquelle peuvent s'identifier toute une série d'acteurs économiques, composant un tissu hétérogène, disparate, dont l'histoire puise dans celle de la formation de l'État moderne marocain » (Catusse, 2001, p. 14).

Bénéficiant d'une forte valorisation, les entrepreneurs deviennent influents dans les années 1990. D'une part, individuellement, en entrant en politique, à la faveur des élections de 1997 durant lesquelles ils ont été élus en nombre important ; d'autre part, collectivement, en s'institutionnalisant à travers la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM), précédemment Confédération Générale Économique du Maroc. De la sorte, la population des entrepreneurs, « mise en avant par les approches libérales consacrées aux 'nouveaux acteurs', a un pied dans le marché et l'autre dans l'espace du politique » (Catusse, 2001, p. 17). À ses débuts, la CGEM nomme stratégiquement pour président un conseiller municipal de l'UFSP (Union des forces socialistes populaires) et s'organise en une vingtaine de fédérations sectorielles (contre 4 précédemment) parmi lesquelles la fédération des Petites et Moyennes Entreprises (PME) et des Petites et Moyennes Industries (PMI). C'est dire qu'elle tente de s'étendre et de se légitimer auprès de différents acteurs politiques et économiques.

Du côté des entrepreneures, on s'organise également, quoique de manière un peu marginale et un peu plus tardive ; par exemple, sur l'Internet, un lien mène de la CGEM à l'Association des Femmes Chefs d'Entreprise du Maroc, l'AFEM. Cette association, la première association d'entrepreneures au Maroc, voit le jour en 2000. Elle pose comme objectifs principaux de « contribuer à l'essor de l'économie nationale, par une plus grande implication dans le débat économique et social » et de « participer dans les prises de décisions orientant la vie économique du pays » (AFEM, 2009). Plus précisément, elle décline les buts suivants :

- « Représenter les femmes chefs d'entreprises aux différentes instances du Maroc à caractère économique : institutions, fédérations, associations... ;
- Créer un organe de liaison avec les pouvoirs publics et les corps constitués ;
- Orienter, encadrer, informer, assister la femme entrepreneur dans sa recherche de la compétitivité requise pour toute entreprise
- Créer un réseau de relations et de partenariat entre les adhérentes ;
- Encourager l'action entrepreneuriale féminine ;
- Sensibiliser ses adhérentes au respect de l'éthique au sein de l'entreprise ;

- Étudier les principales questions d'ordre économique, social, juridique, fiscal, financier, moral ou déontologique dans le cadre de l'entreprise ;
- Organiser des actions de formation, des congrès, séminaires et expositions au profit des adhérentes ;
- Établir des conventions de partenariat avec des organes publics ou privés »²⁶

Avec de tels objectifs, les associées de l'AFEM prétendent à un accès à des positions d'influence (tant politiques qu'économiques) en tant que femmes, à être présentes dans des instances de représentation et d'établissement de partenariats. Elles prétendent en outre fédérer d'autres entrepreneures et les socialiser à la profession. À tous ces égards, l'approche de Strauss en terme de « segment », c'est-à-dire de groupements dans lesquels se déploient différentes identités, valeurs et intérêts, peut s'appliquer : l'AFEM voit en effet le jour en raison de « conflits d'intérêts » portant sur « l'accès à une position d'influence dans une institution, sur les questions de recrutement et sur les relations avec l'extérieur » (Strauss, 1992, p. 79).

1.2.3. Les conditions d'accès des femmes à la catégorie d'entrepreneur·e

L'émergence de la figure de l'entrepreneure n'a été possible qu'en regard d'un autre changement, la révision juridique du statut des femmes marocaines, et du débat qui s'est engagé sur la légitimité d'une égalité de droit entre hommes et femmes. Denieuil établit également un lien entre changements juridiques et développement de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie. Il évoque les lois Bourguiba relatives au Code du statut personnel de 1956, puis la constitution de 1959 qui « ont reconnu à la femme une série de droits qui lui étaient jusque-là refusés (libre choix de l'époux, égalité devant le divorce, abolition de la polygamie, élection et éligibilité) », puis, en 1987, l'instauration d' « une co-responsabilité de la femme dans la famille » ainsi que la ratification par la Tunisie de la convention 111 de l'OIT sur la non-discrimination en matière d'emplois et de professions, instaurant l'égalité de traitement des hommes et des femmes pour une valeur de travail égal » (2005, p. 53). Constatant « certaines inerties des usages et de la coutume », il relève que « la femme chef d'entreprise [...] »

²⁶ www.afem.ma, consulté le 21 novembre 2008.

tout en respectant la tradition et parfois certaines entraves de la coutume, ne s'en éprouve pas moins encouragée et légitimée dans son action par la loi et le contrepoids exercé par le statut que lui accordent les droits de la modernité » (Denieuil, 2005, p. 54).

La révision de la Moudawana

La Moudawana est le droit de la famille marocain qui a été adopté en tant que loi en 1958, soit 2 ans après l'Indépendance. Ce code organise les rapports au sein de la famille à travers 297 articles. Depuis 1958, la Moudawana a fait l'objet de débats et de critiques visant une modification et une refonte dans le sens d'une égalisation du droit entre hommes et femmes. La Moudawana a été en particulier critiquée parce qu'elle plaçait les femmes dans un état de subordination et leur conférait un statut de mineure au sein de la sphère privée familiale, alors que la constitution et le droit public leur donnent les mêmes droits qu'aux hommes.

Un changement juridique a été concrètement initié par le roi Mohammed VI qui, dès son accession au trône en 1999, a tenté de se distinguer de son père par un souci d'équité face aux « injustices sociales ». Dans ce registre, il a rapidement évoqué « la question de la femme » : « Comment espérer atteindre le progrès et la prospérité alors que les femmes, qui constituent la moitié de la société, voient leurs intérêts bafoués ? » a-t-il par exemple déclaré dans son premier discours après la mort d'Hassan II²⁷. Sous l'impulsion réaffirmée des groupes qui le demandaient depuis de nombreuses années, le roi a abordé la question d'une révision de la Moudawana, avec pour visée de « lever l'iniquité qui pèse sur les femmes, de protéger les droits des enfants, et de préserver la dignité de l'homme » (Oberlé, 15.10.2003)²⁸.

Ce projet de révision a tout de suite suscité de vives critiques de la part des mouvances conservatrices et islamistes. Sous l'impulsion du PJD (Parti de la justice

²⁷ Discours du 46^e anniversaire de la Révolution du Roi et du Peuple, Rabat, le 20 août 1999. Téléchargeable sur <http://www.maroc.ma/NR/exeres/77B49073-0879-4852-93E2-6F2E83EE4075>, consulté le 21 novembre 2008.

²⁸ Article téléchargeable sur le site Femmes sous lois musulmanes, [http://www.wluml.org/french/newsfulltxt.shtml?cmd\[157\]=x-157-22389](http://www.wluml.org/french/newsfulltxt.shtml?cmd[157]=x-157-22389), consulté le 10 janvier 2008

et du développement) et de l'Association de la Justice et de la Bienfaisance (*Al Adl Oual Ihssane*), créée par le cheikh Yassine, la polémique est descendue dans les rues de Casablanca au printemps 2000, avec une manifestation de 600'000 personnes prônant le *statu quo*. Les féministes ont répondu à ce mouvement en réunissant dans le même temps entre 200'000 et 300'000 personnes défendant une égalisation du droit pour les femmes. Le roi a alors installé une commission royale consultative chargée de lui remettre des propositions. De 2000 à 2002, la commission a travaillé en silence, la révision semblant fortement freinée par les réactions populaires. Cependant, ces deux années ont aussi été celles du développement du « terrorisme islamiste » (attentats du 11 septembre et tout ce qui s'en est suivi, mais aussi attentats suicides de Casablanca), des événements qui ont placé les milieux islamistes marocains dans une position délicate. Le Roi a pris avantage du profil bas que les partisans d'un *statu quo* ont été forcés d'adopter pour évoquer à nouveau le processus de réforme de la Moudawana, qui a pris dans ce contexte un caractère plus consensuel. Les propositions de révision ont dès lors suscité des commentaires plutôt positifs : « Le nouveau Code se rapproche d'une certaine idée de justice au sein de la famille, des sources et de l'esprit de l'islam », a par exemple commenté Nadia Yassine, fondatrice et dirigeante de la branche féminine du mouvement islamiste *Al Adl Wal Ihssane* dont elle est la porte-parole (Oberlé, 15.10.2003). Le PJD a pour sa part « salu[é] et apport[é] son soutien » à un projet royal se situant « dans l'intérêt de la famille et de la femme » et constituant « un acquis substantiel pour le peuple marocain tout entier » (Oberlé, 15.10.2003). Du côté des démocrates et des féministes, les propositions ont aussi été favorablement accueillies. Amina Lamrini, présidente de l'Association démocratique des femmes du Maroc (ADFM), a par exemple affirmé qu'« avec la responsabilité partagée des conjoints, c'est tout le concept de l'ancien code, basé sur la soumission de la femme en échange de l'entretien par l'homme, qui a été remis en question » (Oberlé, 15.10.2003). Naïma Ben Yahia, directrice des Affaires de la femme, la famille et l'enfance a relevé que « cette volonté politique forte et ferme a permis la mise en place de grandes réformes pour l'égalité et l'équité, la réforme du Code de la famille et du Code de la nationalité en sont les plus audacieuses et les plus saillantes » (Allafrica.com, 2007). Et de poursuivre : « l'intégration de l'approche genre dans l'Initiative nationale de développement humain (*Indh*) fera de la femme une cible centrale et un acteur à part

entière dans la perspective d'un développement équitable et durable » (Allafrica.com, 2007)²⁹.

La Moudawana a été formellement révisée en février 2004 (votée par les deux chambres du Parlement), dans le sens d'une égalisation et d'une responsabilisation des deux époux mariés. Cependant, l'égalité apportée par ce changement doit être nuancée, car elle s'inscrit dans un contexte polémique et crispé autour d'une prétendue référence aux spécificités culturelles ou musulmanes. Les révisions ont porté sur les points suivants : responsabilité conjointe des époux (et non plus devoir d'obéissance de l'épouse à son mari) ; abandon de la tutelle des femmes à un membre mâle de sa famille pour le mariage ; élévation de l'âge du mariage à 18 ans pour les femmes (contre 15 précédemment) ; polygamie rendue difficile ; protection de l'épouse en cas de divorce, qui devient judiciaire ; adhésion aux accords internationaux pour ce qui concerne les droits de l'enfant et possibilité pour les femmes de garder le droit de garde en cas de remariage. La loi abolit donc la tutelle matrimoniale, elle est plus nuancée quant à la polygynie puisqu'elle ne fait qu'en limiter la possibilité, elle rend le divorce judiciaire obligatoire et supprime, entre autres, le devoir d'obéissance de l'épouse au mari ; par contre, elle n'entre pas du tout en matière sur l'égalité devant l'héritage (Bessis, 2007).

Enfin, pour ce qui nous concerne, l'engagement professionnel des femmes, la version non révisée de la Moudawana comportait une formulation pouvant laisser cours à différentes interprétations et possibilités de l'empêcher : « le fait pour la femme d'exiger de son époux qu'elle puisse exercer un travail ne portant pas atteinte aux convenances et aux bonnes mœurs n'est pas contraire à la finalité du mariage » (article 47). Dans la version révisée, cette phrase a été supprimée.

Avec la révision de la Moudawana ainsi qu'avec d'autres réformes (quota pour les élections et ouverture aux femmes du champ religieux), le roi se positionne et est déclaré, notamment dans les médias marocains et étrangers, comme « libérateur de la femme » : « Merci Majesté » (*La Nouvelle Tribune*, 5.5.2004), « Le roi des femmes » (*Tel Quel*, 29.9.2003), « Et le roi créa la femme » (reportage *ARTE*, 8.2.2005), lit-on par exemple. Lors de mon second séjour au Maroc, en 2006, mes interlocutrices et

²⁹ Consultable sur www.indh.gov.ma/n/content.aspx?q=382, consulté le 16 janvier 2008.

interlocuteurs revenaient constamment sur cette figure du roi libérateur des femmes, que cela soit valorisé (« Grâce au jeune roi ») ou critiqué (« C'est trop tôt, les mentalités ne sont pas prêtes »). Des histoires associaient le roi à la libération des femmes, par exemple une histoire jouant sur les sonorités très proches des mots lune (*gamra*), sable (*ramla*) et femme (*m'ra*), dont chacun était associé à l'un des trois derniers rois. Ainsi, Mohamed V est associé à la lune, en référence au fait que juste avant qu'il ne revienne d'exil lors de l'Indépendance du Maroc (1956), la population, et en particulier des femmes, l'aurait vu dans la lune ; Hassan II est associé au sable en raison de sa lutte pour la propriété du Sahara - sable duquel il a fait une fameuse prière ; et Mohamed VI est associé à « la femme » en raison de ce qui précède.

1.2.4. Les données sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc

Quelques études tentent de cerner la réalité de l'entrepreneuriat féminin au Maroc. Dans ce chapitre, je rends compte des résultats de ces études, issus de démarches quantitatives.

En 1997-1998, la direction de la statistique marocaine a publié un rapport de synthèse en 2 volumes, *Condition socio-économique de la femme au Maroc* (P. M. Royaume du Maroc, Ministère de la Prévision économique et du Plan, 1997-1998a) et *Les emplois du temps de la femme au Maroc* (P. M. Royaume du Maroc, Ministère de la Prévision économique et du Plan, 1997-1998b). Ce rapport se base sur une enquête nationale sur le budget temps des femmes et il a pour but de « situer les avancées accomplies par la femme dans des domaines liés à sa condition féminine, à son accessibilité à l'investissement dans le capital humain et au degré de son insertion dans le milieu familial, social et économique » (1997-1998a, p. 6). Dans son premier volume, le rapport révèle que la vie professionnelle des femmes subit une série de contraintes économiques, sociale et familiales qui se manifestent en particulier par des ruptures précoces de la vie professionnelle, cette dernière reprenant à partir de quarante ans. Ces ruptures sont liées à la santé, au mariage, à la grossesse, à la volonté du mari, au licenciement et à la fermeture de l'établissement employeur. De plus, l'enquête constate que malgré l'importance de leur savoir-faire, les femmes sont confrontées à un accès limité au micro-crédit, à une absence d'accompagnement à l'investissement et qu'elles sont peu nombreuses à disposer des gains de leurs activités, ce qui « limite l'émergence de la femme comme créatrice

d'activités génératrices de revenu » (1997-1998a, p. 14). Sur le plan de leur participation à la vie économique, l'enquête relève qu'elle est environ deux fois moins élevée (44.7 %) que celle des hommes (82.1 %) au niveau national, cette différence étant un peu moins marquée dans les milieux ruraux (60.6 % de femmes actives et 90.1 % d'hommes actifs). Au vu de leurs difficultés d'insertion sur le marché du travail salarié, les femmes se sont significativement orientées vers l'emploi indépendant, ceci surtout en milieu urbain ; l'indépendant·e est défini·e comme « toute personne exerçant ou ayant exercé un emploi pour son propre compte en exploitant son propre établissement ou en exerçant un métier sans qu'il n'emploie de salariés d'une façon permanente. Toutefois celui qui emploie uniquement des aides familiales ou des apprentis qui ne perçoivent pas de salaires fixés au préalable est considéré comme un indépendant » (1997-1998a, p. 30). Les femmes prévoyant de mettre en place une affaire sont plus nombreuses en milieu urbain qu'en milieu rural. Les citadines comptent investir d'abord dans l'artisanat (30.5 %), ensuite dans le commerce (22.0 %) et enfin dans l'industrie (7.0 %), mais elles sont confrontées à une absence d'assistance financière ou de fonds d'investissement. De plus, une partie d'entre elles ne gèrent pas elles-mêmes leurs biens : bien que 6.2 % de femmes sont propriétaires d'une activité économique ou d'avoirs productifs en milieu urbain, et 12.1 % en milieu rural, la gestion de ces actifs n'est souvent pas réalisée par les femmes qui en sont propriétaires mais par un membre de la famille. Enfin, le rapport relève que quel que soient leur statut vis-à-vis de l'activité économique, les femmes sont astreintes à l'exercice des activités ménagères dans la quasi-totalité des cas, mais que même « les femmes classées 'inactives' par l'approche courante du type d'activité contribuent significativement à la production de biens de services marchands » (1997-1998b, p. 35).

Un autre rapport, issu d'un groupe de recherche dirigé par Ahmed Nouijai, publié par le Centre d'Études et de Recherches Démographiques et intitulée *Genre et développement : aspects socio-démographiques* (P. M. Royaume du Maroc, Ministère de la prévision économique et du plan, 1998), propose quelques données plus spécifiquement liées aux femmes « chefs d'entreprises ». Il se base sur une enquête nationale sur la famille faite en 1995, qui donne des informations sur l'activité économique des femmes, notamment en tant qu'employeuses. Le rapport mentionne que jusqu'au début des années 1970, les femmes marocaines travaillaient

surtout à domicile et que l'émergence, à partir des années 1970-1980, de nouvelles activités féminines à caractère associatif ou scientifique a donné aux femmes « un cadre pour s'exprimer et échanger les idées et les expériences dans plusieurs domaines. La femme a commencé alors à prendre des risques et à s'aventurer dans des activités extra-domestiques qui étaient spécialement masculines » (1998, p. 243). Le rapport révèle que la proportion des femmes employeuses est très faible (0.8 %) et qu'elles représentent 5 % des employeur·e·s en général³⁰. Les femmes employeuses exercent principalement dans l'agriculture (principalement suite à un héritage), dans l'artisanat et les services, et ensuite dans l'industrie (généralement dans la confection textile). Le secteur des services est investi par une élite féminine jeune qui travaille généralement dans des professions libérales (médecin, pharmacienne, avocate, etc.). L'entreprise formelle féminine est surtout de petite taille (38 % ont moins de 10 salariés et 29 % ont entre 10 et 50 salariés), la société anonyme prédomine (84.1 %) et la majorité des entreprises ont été créées après 1976 (78.8 %). Ces entreprises se situent très majoritairement à Casablanca, ensuite à Rabat et Marrakech, et enfin à Agadir et Meknès. Le rapport donne également des informations sur la catégorie des « indépendantes », dont une partie peut être considérée comme des entrepreneures. Les indépendantes constituent 15.3 % de la population active féminine, et 50.5 % d'entre elles exercent dans le secteur de l'artisanat. L'artisanat se réalise parfois à domicile de sorte qu'il est alors « transformé en activité génératrice de revenus et d'ascension sociale. La femme ne dépend plus entièrement de son mari sur le plan matériel » (1998, p. 249). Pour finir, le rapport évoque une série d'obstacles à la création d'entreprises pour les femmes. Ces dernières sont en effet freinées par la

³⁰ Ces chiffres ne sont pas exotiques. Sans qu'il s'agisse ici de procéder à une comparaison stricte puisque les catégories ne sont pas comparables, relevons quand même qu'en France, Bénédicte Bertin-Mourot note que « la représentation des femmes à haut niveau dans la sphère économique est toujours très faible, jamais au delà de 7%. La moyenne des femmes cadres dirigeantes dans les entreprises se situent plutôt autour de 6%, et les effectifs féminins diminuent encore très fortement si l'on s'intéresse uniquement aux fonctions opérationnelles dans les entreprises » (1997, p. 48). L'auteure évoque une autre donnée intéressante : ces femmes sont généralement diplômées mais pas davantage que les hommes ; elle sont par contre diplômées de façon différente que les hommes, détenant plus souvent qu'eux des diplômes universitaires ; contrairement aux hommes, aucune femme n'est autodidacte.

modestie des moyens financiers dont elles disposent, par le manque de crédibilité dont elles bénéficient lorsqu'elles présentent un dossier pour un emprunt bancaire et elles sont confrontées à des obstacles dus à la domination masculine : « aucune femme ne peut aller contre les interdits du père, du frère ou du conjoint sans s'attirer leur courroux. Les conséquences peuvent être très fâcheuses, la femme se retrouvant maudite par les parents ou répudiée par le mari » (1998, p. 253).

Enfin, une troisième source de données réside dans l'étude exploratoire de l'entreprenariat féminin au Maroc de Fatimaezzahra Rachid (2007). L'auteure a fait une enquête par questionnaire qui a été administré 579 femmes propriétaires dirigeantes dont 77 étaient membres de l'AFEM et 502 non-membres³¹. L'auteure comptait en effet aussi atteindre des femmes qui ne se trouvent pas dans le secteur formel. Dans son introduction, l'auteure note que 10 % des entrepreneur·e·s sont des femmes et que ces entrepreneures se retrouvent soit dans la catégorie statistique des employeur·e·s (qui, comme défini dans les études précédentes, suppose un·e salarié·e au moins) soit dans celle du travailleur ou de la travailleuse indépendant·e· (sans salarié·e). On retrouve comme secteurs principaux du travail indépendant les secteurs de l'artisanat, de l'industrie et de l'agriculture. L'analyse descriptive de ses résultats permet à Rachdi de faire un profil des entrepreneures : elles ont en majorité entre 35 et 44 ans, elles se caractérisent par un niveau de formation plutôt élevé, bien que des femmes à la tête de très petites entreprises, notamment dans le commerce et l'artisanat, sont moins instruites ; elles sont généralement mariées (71 % de son échantillon) et elles sont le plus souvent des enfants à charge (77 %). Dans la plupart des cas, les femmes créatrices d'entreprise ont une expérience professionnelle antérieure, souvent dans une entreprise privée, mais certaines d'entre elles ont ouvert leur affaire juste après leurs études. Quant aux entreprises, elles sont généralement de petite taille, récentes (du moins plus récentes que celles des hommes), ayant pour un peu plus de 60 % d'entre elles moins de 10 ans et pour près de 40 % d'entre elles

³¹ Les secteurs d'activités étudiés sont, par ordre décroissant : service, commerce et distribution, industrie, finances, autres. 342 questionnaires ont été distribués à Casablanca, 81 à Rabat, 36 à Fès/Meknès, 30 à Agadir/Laâyoune, 34 à Tanger/Tétouan, 21 à Oujda et 35 à Marrakech. L'auteure n'évoque ni le mode d'administration du questionnaire ni si tous ont été finalement remplis et traités.

moins de 5 ans. Les entrepreneures exercent majoritairement dans les secteurs agricole, artisanal et commercial, et ceci dans des champs traditionnellement féminins. Les femmes qui exercent à domicile constituent un tiers des entrepreneures dans les milieux urbains et deux tiers des entrepreneures dans le milieu rural. De nouveau, les entrepreneures qui se trouvent dans le secteur de l'industrie sont dans le textile. Enfin, l'auteure note que la majorité des entreprises analysées ont une activité locale (31 %) ou nationale (47 %), bien que les entreprises qui ont une activité internationale ne constituent pas une part négligeable (22 %).

Cette dernière étude, exploratoire, vient actualiser mais aussi confirmer les tendances qui se dégagent des deux autres études plus anciennes sur le sujet. Sur le plan des faits, elle va de plus passablement dans le sens de mes propres constats, réalisés plus ou moins en même temps sur la base d'une étude qualitative et sur une toute partie du territoire marocain. Retenons de ces trois études que les activités entrepreneuriales des femmes sont plutôt récentes et qu'elles prennent différentes figures, relevant des secteurs formels et informels. Rachdi relève, comme je l'ai fait moi-même, la nécessité de tenir compte du secteur informel pour étudier l'entrepreneuriat des femmes au Maroc. Les activités entrepreneuriales des femmes reconduisent souvent des activités traditionnellement féminines, et plus rarement elles investissent des activités dites masculines. Les femmes gèrent des entreprises plutôt petites, mais qui vont d'une activité locale à une activité internationale. Enfin, elles fonctionnent sur des modalités d'emploi variées puisqu'elles vont de l'activité indépendante réalisée à domicile à l'emploi de salarié·e·s. Au vu de tous ces aspects, l'entrepreneuriat féminin renvoie à une réalité très hétérogène.

Les catégories et les chiffres présentés par les statistiques ne constituent qu'une des dimensions d'objectivation du social (Desrosières, 1993), bien que l'autorité qui leur est socialement conférée leur attribue le pouvoir de décrire le réel. De la sorte, les statistiques contribuent souvent à naturaliser des catégories socialement construites. Ainsi en est-il de l'utilisation des catégories de sexe : « l'utilisation des catégories de sexe dans les analyses statistiques amène à penser le monde social en modalités dichotomiques femmes/hommes : une vision problématique d'un point de vue féministe qui critique justement une telle catégorisation du monde social » (Alvarez, 2006, p. 148). Cette catégorisation dichotomique, en plus de la naturalisation des constructions sociales de sexe auxquelles elle participe, réduit la complexité des

rapports sociaux, de sexe mais aussi de position dans les hiérarchies sociales. Il en est de même des différentes catégories (« indépendant », « employeur », « chefs d'entreprises ») qui sont utilisées. Les catégories statistiques, au plus fort de leur légitimation sociale, font consensus pour un temps et dans un contexte particulier. Un tel consensus n'est justement pas présent pour ce qui concerne la catégorie d'entrepreneur·e, ce qui illustre qu'elle n'est pas encore normalisée.

À cet égard, nous avons vu que, dans les deux premières études évoquées, l'entrepreneuriat féminin est approché par défaut à travers deux catégories, celle de l'« employeur » et celle de l'« indépendant ». Ces deux catégories sont distinguées entre elles par l'existence ou non d'un·e employé·e salarié·e au moins. Ce critère conduit à classer une série d'entreprises féminines dans la catégorie d'activité indépendante bien que, d'après mes propres recherches, certaines d'entre elles fonctionnent avec une main-d'œuvre abondante, mais qui n'est pas constante : plusieurs petites entreprises artisanales font en effet appel, plus ou moins régulièrement, à des travailleuses à domicile qui ne peuvent pas être considérées comme des salariées permanentes, ou à des membres de leurs familles qui sont souvent considérées comme des aides ou des remplaçantes et non comme des employées. Aussi, le critère d'un·e employé·e au moins inscrit des entreprises d'une certaine importance, en nombre de personnes utilisées comme main-d'œuvre et en chiffre d'affaires, dans la catégorie de l'activité indépendante, alors qu'une seule personne qui emploie une employée, même si elle ne fait pas ou ne fait que très peu d'affaires, passe nécessairement dans la catégorie des employeuses. Deux exemples de mon terrain permettent d'illustrer cela. Une enseignante employée dans une école de couture fait régulièrement des affaires en bénéficiant, d'un côté, d'une clientèle relativement fidèle qui lui commande des habits à confectionner sur mesure et, de l'autre, d'une série d'élèves et d'anciennes élèves qui travaillent, sur demande et à domicile, pour la confection en question. Mobile, l'enseignante a des contacts personnels avec les clientes, qu'elle rencontre et dont elle prend les mesures, avec les fournisseurs, chez qui elle achète le matériel, et avec les couturières, auxquelles elle fournit le travail et qu'elle paie. Selon la catégorisation citée, cette femme entrerait au mieux dans la catégorie d'indépendante, et peut-être même qu'elle n'entrerait dans aucune catégorie signalant son activité de petite entrepreneure et qu'elle ne serait comptabilisée qu'en tant que salariée. Une autre entrepreneure qui négocie du

poisson entre usines de conserves et acheteurs en gros a une secrétaire pour un temps très partiel d'une matinée par semaine. Elle est momentanément sans marché et la survie de son entreprise dépend de ses prospections. Selon la même catégorisation, cette entrepreneure entre logiquement dans la catégorie d'employeur. La catégorisation entre indépendante et employeur ne rend donc pas compte de manière optimale des activités entrepreneuriales des femmes puisqu'elle peut invisibiliser une partie des activités de certaines (dans l'exemple de la couturière, le fait qu'elle emploie plusieurs couturières à domicile) et qu'elle surévalue peut-être d'autres activités. Enfin, il faut ajouter que toute une série d'affaires appartenant à des femmes et dirigées par elles n'entre ni dans l'une ni dans l'autre de ces catégories. Par exemple, en raison d'héritages immobiliers ou d'arrangements familiaux, des femmes, à l'exemple d'une de mes logeuses dont j'ai parlé plus haut, font des affaires en louant, de manière occasionnelle (par exemple à des touristes) ou régulière, une maison ou des appartements. Elles ne sont cependant pas forcément sur le devant de la scène, puisqu'elles utilisent souvent un membre de leur famille (un fils par exemple) pour réaliser les interactions avec les clients intéressés, voire parfois procéder aux locations des biens. Il est illustratif à cet égard que, pour trouver mon logement chez la logeuse évoquée ci-dessus, ce sont des amis à moi qui sont allés prospecter dans le quartier que je souhaitais habiter pour ce séjour et qui, en se renseignant dans les cafés auprès d'hommes, ont été conduits par l'un d'eux jusqu'à ma logeuse, avec laquelle ils ont négocié le prix de location de mon appartement.

C'est pourquoi je préfère utiliser la catégorie de l'entrepreneure et tenter de montrer comment elle se décline sur le continuum informel – formel, en fonction du type d'activité qui est réalisé, de son étendue, du profil de l'entrepreneure, du milieu social dont elle provient, etc. Dans ce qui suit, je décris, à partir de ma perspective qualitative et inductive, cet entrepreneuriat féminin tel qu'il est mis en œuvre et en discours sur le terrain. Pour ce faire, je présente d'abord le processus de visibilisation de l'entrepreneuriat féminin tel que j'ai pu le constater dans le temps (partie 2), puis je décris les modes d'investissement de la catégorie d'entrepreneur·e par les femmes qui s'y destinent (partie 3). Mon ambition est d'interroger la catégorie de l'entrepreneur·e au féminin, en me posant les questions de sa cohérence et de sa configuration sociales, ainsi que de ses spécificités dans un contexte où elle est nécessairement singulière. Ce faisant, j'aborde plus généralement, à travers cet

exemple particulier, une manière dont des femmes gagnent en autonomie en investissant et en s'appropriant des figures valorisées, ceci dans un contexte comportant des registres propres avec lesquelles elles œuvrent.

2. L'émergence d'une catégorie sociale

Cette partie commence par une introduction méthodologique (2.1) puis elle comporte deux chapitres qui correspondent à mes trois séjours de terrain, les deux premiers ayant eu lieu en 2002-2003 (2.2.) et le troisième en 2006 (2.3).

Une première partie du chapitre concernant la période de 2002-2003 est consacrée à ma recherche d'entreprises féminines dans un contexte qui les invisibilise (2.2.1). Durant ce premier temps de terrain, lorsque j'évoque les activités entrepreneuriales des femmes, une référence est très souvent faite à la « prostitution », entendue comme toute une série d'activités immorales. Je consacre une deuxième partie de ce chapitre à ces discours importants dans la mesure où, à travers la référence répétitive à la prostitution, ils délégitiment les activités entrepreneuriales des femmes et les inscrivent dans un registre moral (2.2.2). Ce registre de la moralité est primordial puisque, comme nous le verrons, il est également utilisé pour défendre la thèse inverse, à savoir que la présence de femmes entrepreneures est souhaitable, et même nécessaire, pour que des normes et valeurs soient respectées de sorte que l'ordre social puisse être garanti et reconduit. Les manières dont ce registre moral est manipulé sont une particularité de mon terrain : ce sont, en effet, des références à l'identité à la fois culturelle et féminine qui sont discutées, dans un contexte politique et social polémique, notamment pour ce qui concerne la condition féminine, comme l'illustrent parallèlement les débats relatifs à la révision de la Moudawana. Dans la troisième partie de ce chapitre, je présente différentes entreprises féminines afin de montrer comment elles sont à la fois multiples et variées (2.2.3). Puis, dans une visée de synthèse, je dégage des logiques communes et distinctes, notamment en fonction des positions des entrepreneures sur la hiérarchie sociale, caractérisant ces entreprises (2.2.4).

Le troisième chapitre est consacré à mon séjour de 2006 ; j'y montre comment l'entrepreneuriat féminin a pris corps socialement (2.3). Pour ce faire, je présente d'abord quelques entreprises nouvellement montées, puis les discours qui sont désormais tenus sur les entreprises féminines en général (2.3.1). Ensuite, en m'intéressant en particulier à la tentative de constitution d'une association de femmes d'affaires, je présente les problèmes de délimitation et de définition que rencontrent les entrepreneures dans leur processus de visibilité (2.3.2).

2.1. Réflexions méthodologiques

L'enquête de terrain est constitutive de la méthode anthropologique : de Malinowski à l'anthropologie contemporaine, la réalisation d'une observation participante dans le milieu étudié est considérée de manière dogmatique comme une nécessité absolue. Elle permettrait en effet à l'ethnologue de connaître ce milieu de l'intérieur ; Daniel Fabre remarque à ce propos que « c'est bien dans la mise en présence de l'ethnologue et d'un groupe particulier que l'on voit l'acte fondateur non seulement d'une expérience personnelle de l'altérité sociale et culturelle mais bien de la discipline elle-même » (1995, p. 42). Mais la définition de cette expérience varie selon les courants anthropologiques et les époques. Pour Malinowski, l'expérience de terrain est garante de l'authenticité de la description anthropologique, car elle permettrait de « saisir le point de vue de l'indigène, ses rapports avec la vie, de comprendre sa vision de son monde » (1963, pp. 86-87). Dans une perspective plus dynamique, qui met en évidence son caractère hétérogène, relationnel et construit de la réalité, des anthropologues contemporains définissent l'expérience de terrain comme permettant au chercheur·e d'expérimenter des rapports sociaux par une présence et par une implication personnelles dans le groupe étudié, en occupant des places et des positions propres au système culturel qui fera l'objet de l'analyse ultérieure (Favret-Saada, 1990). C'est dans une telle perspective que je m'inscris : dans le cadre des entretiens que j'ai menés, des discussions plus informelles qui ont eu lieu à toutes occasions et des différentes activités ordinaires ou plus spécifiquement ancrées dans la recherche que j'ai réalisée, j'ai expérimenté des relations sociales (des manières de faire et de penser) qui prenaient forme tant en fonction de l'activité dont il s'agissait qu'en fonction des identités et des positions des acteurs et actrices en jeu, c'est-à-dire pour ma part en fonction de dimensions telles que mon genre, ma provenance occidentale, mes réseaux marocains, mon statut de chercheuse et, parfois, de partenaire potentielle dans des affaires.

Dans tous les cas, l'expérience de terrain de l'anthropologue lui sert à se familiariser avec des manières de faire et de penser qui ont cours dans le milieu dont il ou elle souhaite faire une analyse. Et, pour réaliser cette analyse, l'anthropologue traduit et déplace des éléments de son expérience de terrain dans le cadre du discours anthropologique, et construit ainsi son objet d'étude (Latour, 1988). C'est donc à un double mouvement de participation et d'acculturation à un groupe que donne lieu

l'expérience de terrain, l'un dirigé vers les pratiques et les discours des actrices et des acteurs sociaux du terrain étudié, et l'autre vers ses pairs et le contexte scientifique, dans le cadre de l'élaboration de pratiques et de discours académiques auxquels l'anthropologue prétend contribuer (Martin, 2001a).

J'ai choisi de réaliser mon terrain à Agadir et dans la région en raison de la curiosité qu'avait suscitée chez moi la découverte d'entreprises féminines lors de séjours précédents. Ces différents séjours avaient d'abord été motivés par des raisons privées, puisque j'ai là-bas des relations d'affinité. Mais j'avais également réalisé un séjour scientifique destiné à l'étude d'un carnaval urbain, la fête du *Bilmawne*, dans le cadre de mon diplôme d'études approfondies en ethnologie et anthropologie. Ces séjours de différente nature et les rencontres que j'ai faites avaient en particulier soulevé chez moi des interrogations relatives aux rapports sociaux de sexe, et l'idée d'explorer cette thématique.

Pratiquement, je me suis rendue trois fois à Agadir, en 2002 et en 2003, ce qui constitue la première période de mon terrain³², et en 2006³³, pour ce qui en constitue la seconde période. Pour les deux premiers séjours, j'ai loué – aidée en cela par mes connaissances locales – un appartement dans deux quartiers différents du centre d'Agadir ; pour mon troisième séjour, je me suis installée dans un hôtel, toujours au centre-ville, qu'une entrepreneure venait d'ouvrir.

Lors de ma première période de terrain, j'ai mené des entretiens avec une vingtaine d'entrepreneures, que j'ai revues à plusieurs reprises et observées autant que possible dans leurs activités professionnelles : une patronne d'agence de voyage (organisation et voyages de groupes, en particulier d'enfants, dans différents pays occidentaux et arabes) qui est également directrice d'une école maternelle, deux pharmaciennes, deux patronnes de laboratoires d'analyses médicales, une patronne d'un institut d'amaigrissement, une patronne de café, deux patronnes de restaurant, une propriétaire d'agence de placement, une négociante, deux femmes (dont ma propriétaire), possédant des maisons dont elles louent des appartements meublés, une

³² De septembre à décembre 2002 puis de mars à mai 2003, deux séjours qui ne se distinguent pas sous l'angle des informations que je reçois et des observations que je réalise.

³³ Le séjour a eu précisément lieu entre avril et mai 2006.

femme tenant une boutique de vente et de réparation de téléphones portables, deux propriétaires de magasins de vente et de réparation de matériel bureautique et informatique, quelques patronnes de boutiques d'habits ou d'objets de décoration, deux patronnes de salon de coiffure, des artisanes dont certaines possèdent des boutiques et d'autres travaillent à domicile, etc. La plupart de ces entrepreneures étaient toujours dans les affaires lorsque je suis revenue en 2006, et en général dans la même affaire. J'ai évidemment revu plusieurs d'entre elles et rencontré de nouvelles personnes avec qui j'ai réalisé des entretiens, notamment une patronne d'hôtel, une patronne de restaurant, une directrice d'école, une constructrice en bâtiment, une artisane. Enfin, comme sur tout terrain, j'ai parlé à toute occasion avec une multitude de personnes³⁴, et j'ai réalisé quelques entretiens avec des entrepreneurs hommes (un restaurateur, un propriétaire d'une agence de location de voitures, deux propriétaires de magasin d'informatique, etc.) ainsi qu'avec des employé·e·s.

J'ai mené mon enquête en français, interagissant avec des personnes qui, dans leur immense majorité, parlaient couramment le français. En raison du fait que l'école marocaine s'est arabisée au cours des années 1980, certaines personnes plus jeunes, ayant suivi l'école publique, parlaient moins couramment le français mais cela n'a pas nui aux interactions. Enfin, quelques femmes peu ou non scolarisées, issues de milieux populaires, parlaient mal ou pas le français, mais l'arabe ou le plus souvent le berbère ; dans ces cas rares, des proches traduisaient nos propos, mais ils ne sont jamais utilisés dans ce texte sous forme de citations directes. Les citations sont donc toutes originales, transcrites pour la plupart des entretiens enregistrés. Je me base évidemment encore sur toutes les conversations que j'ai eues de manière informelle, mais elles ne sont que très rarement utilisées dans le cadre de citations ; lorsque c'est le cas, ces citations sont exactes et issues des transcriptions de mon journal de terrain. On trouvera aussi ici et là quelques mots marocains, mais c'est uniquement lorsque je pense nécessaire de faire référence à un terme utilisé plus généralement dans la région d'Agadir ou au Maroc.

³⁴ Tant il est vrai que, comme le relèvent Stéphane Beaud et Florence Weber, « chercher c'est toujours devenir un brin monomaniacque, 'embêter' son conjoint, ses amis, sa famille avec son 'sujet' » (2003, p. 60).

Pour ce qui est des observations, j'ai participé en tant que témoin, et parfois de cliente, à différentes interactions marchandes. Certaines entrepreneures m'ont en outre proposé de m'associer avec elles (notamment dans le secteur de l'artisanat et du tourisme). En général, sachant que je n'avais ni les compétences, ni le temps, ni l'envie de m'investir dans les affaires, et ne voulant pas m'avancer dans des engagements que je ne pourrais pas assumer et qui pourraient me décrédibiliser (tout en donnant un espoir inutile à mes interlocutrices), je ne suis jamais sérieusement entrée en matière (à la marocaine, je répondais que peut-être, *Inch'Allah*). Cependant, certaines propositions plus en phase avec mes compétences (mises en contact d'entrepreneures, échanges d'informations, propositions d'enseignements, etc.) m'ont permis de m'investir dans des tractations.

Enfin, j'ai rencontré des gens dans la ville d'Agadir même, mais également dans les environs. Cela tient à des raisons à la fois géographiques et méthodologiques. Agadir, capitale de la région administrative du Souss-Massa-Draâ, est située au sud-ouest du pays, sur la côte atlantique et à la limite du haut Atlas et de la plaine du Souss. À l'époque de la colonisation, la ville a passé de bourgade de pêcheurs en port de relative importance (chalutiers et sardiniers, marchandises), centre de commerce et de services et petit centre industriel (conserveries). En 1960, alors qu'elle était en plein essor, la ville a été détruite par un tremblement de terre qui a fait au moins 15'000 victimes. Reconstituée plus au sud, elle est actuellement une ville moderne qui a retrouvé et développé ses anciennes fonctions et qui est en outre devenue l'une des plus grandes stations balnéaires du Maroc. Trois langues sont parlées dans la ville : l'arabe, le *tachelhit* (ou berbère, la région du Souss étant berbère) et le français. Agadir est constituée de différents quartiers, allant de bidonvilles à des faubourgs chics. Ces quartiers atteignent désormais les communes avoisinantes d'Inezgane et d'Ait-Melloul. Ces deux communes, qui possèdent leur administration, prolongent donc, d'un côté, les environs urbains d'Agadir et, de l'autre, des quartiers de villas ou d'anciens villages qui ne sont plus tout à fait urbains, mais plus non plus ruraux. L'agglomération d'Agadir, Inezgane et Ait Melloul compte environ 600'000 habitant·e·s. Comme j'ai procédé par réseaux pour rencontrer des entrepreneures, j'ai fréquenté toute l'agglomération d'Agadir, y compris certains villages de la région.

Pour finir, il me faut expliquer les modes narratifs que j'adopte, et en particulier mon usage du présent, puisque ce dernier pose certaines questions d'ordre

épistémologique. J'ai noté plus haut que le travail anthropologique se réalise dans une double temporalité, celle de l'expérience de terrain proprement dite et celle de l'écriture. Or, comme le relève Mondher Kilani, cette historicité du travail anthropologique est masquée dans le texte lorsque ce dernier ne restitue pas les conditions de production de l'exposé anthropologique, c'est-à-dire « l'ordre de la découverte et les procédures placées à l'origine de la construction de l'objet » (1994, p. 33), ainsi que par l'usage du présent ethnographique, « qui annule toute distance entre l'observateur et l'observé », tentant par là de « donner à voir » ses objets au lecteur/à la lectrice « comme s'il y était » (1994, p. 30). Le présent ethnographique, comme du reste le discours indirect souvent utilisé dans l'écriture anthropologique, invisibilisent le narrateur ou la narratrice (dont les expériences vécues sont pourtant à l'origine de ses interprétations), produisent un effet d'ahistoricité et homogénéisent le groupe social étudié. Pour éviter ces effets, j'adopte généralement une posture réflexive et constructiviste, en explicitant les conditions de production de l'interprétation que je propose, en rendant compte de mon expérience terrain dans le temps, c'est-à-dire en exposant, dans le texte, les périodes au cours desquelles se sont déroulés mes séjours de terrain ainsi que les différentes surprises et découvertes que j'y ai successivement faites, et notamment les situations et événements sur lesquels je me suis basée pour poser mon interprétation. Pour éviter un effet d'homogénéisation de la réalité étudiée, tout en présentant des logiques générales, je décris la diversité sociale des entreprises étudiées et des modes de faire, des motivations et arguments des entrepreneures en fonction de leurs différentes inscriptions sociales.

Cependant, j'ai choisi d'écrire au présent. En effet, mon terrain s'étant déroulé en deux temps principaux, l'usage du passé, par lequel j'ai commencé mon travail d'écriture, m'a conduit à écrire à l'imparfait et au passé composé mais également au plus-que-parfait pour évoquer des expériences antérieures à celles qui étaient mentionnées à l'imparfait, ce qui conduisait à des formulations souvent confuses et parfois insensées (certains éléments semblant doublement situés dans le temps ou faussement achevés). J'ai donc finalement décidé d'utiliser le présent scientifique, mais en réduisant, et même en espérant éliminer, les effets d'atemporalité du travail anthropologique et d'ahistoricité de l'objet étudié. Pour ce qui concerne ce dernier point, mon objet principal est, par sa nature, constitué par les changements qui le

façonnet au cours du temps de mon terrain et mis en évidence dans ses différentes configurations, puisqu'il s'agit d'étudier l'émergence sociale même d'une catégorie discursive ; j'historicise également les autres objets de mes analyses (le travail des Marocaines par exemple). De plus, je situe au mieux mes propos, dans le texte même, en fonction du déroulement de mon terrain, c'est-à-dire en distinguant ce qui relève des expériences précédant mon premier séjour, ce qui relève de mon premier séjour et ce qui relève de mon second séjour (partie 2) et ce qui sort de la temporalité de mon terrain et qui appartient à l'analyse (chapitre 3), certes commencée sur le terrain mais mise en forme après coup dans le processus d'écriture. Le présent que j'utilise comme mode d'écriture ne devrait dès lors pas être compris en dehors des contextes temporels que je prends soin de circonscrire et, s'il a comme effet de « donner à voir » au lectorat ce que j'ai vécu sur le terrain « comme s'il y était », ne devrait néanmoins conduire ni à figer l'objet que j'étudie dans un temps immuable (mon propos est exactement inverse) ni à laisser penser que mon analyse ne dépend pas des conditions historiques et de situations particulières que j'ai expérimentées et analysées, dont je rends compte dans le texte.

Une expérience de terrain d'abord perturbante

Mon terrain de thèse m'a immédiatement confrontée à un problème de définition, que je comprends comme l'expression de l'émergence hésitante, et non encore solidifiée, d'une catégorie sociale. En effet, en 2002-2003, l'immense majorité de mes interlocuteurs et interlocutrices affirme que les entreprises dirigées par des femmes n'existent pas dans la région, et on me renvoie à d'autres lieux ou activités. Ils et elles évoquent, d'une part, le nord du Maroc et en particulier Casablanca, une ville considérée comme occidentalisée. D'autre part, lorsque, dans mes conversations avec les gens et dans le but de rencontrer de nouvelles entrepreneures, j'insiste sur l'existence de mon objet de recherche en évoquant les exemples que j'avais repéré lors de séjours précédents ou que, au fil de mes recherches, je découvre, certaines personnes évoquent des « affaires traditionnelles », et qui ne seraient par conséquent pas vraiment pas des affaires, consistant à commercialiser des produits réalisés à domicile ou des productions artisanales. Par exemple, une femme faisant du commerce dans son entourage, une autre confectionnant à son domicile des habits pour des voisines ou de la pâtisserie pour les mariages, une épouse de pêcheur vendant sur la route de son village une partie des moules qu'elle sèche, etc. La réalité

que j'ai peu à peu découverte va de telles affaires, occasionnelles et informelles, à un large développement d'activités organisées et formelles. Je découvre ainsi une série hétéroclite d'entreprises dirigées par des femmes de provenances sociales diverses et s'impliquant dans des affaires de manières différentes. Mais ces femmes elles-mêmes ont tendance à confirmer les discours niant leur existence, en se définissant comme très rares ; elles se connaissent d'ailleurs très peu entre elles.

De plus, toutes n'endossent pas la définition d'entrepreneures, certaines préférant utiliser des catégories locales par lesquelles d'ailleurs elles sont le plus souvent désignées, telles que *m'ra kat-bi'*, littéralement la « femme qui vend » (*m'ra* : la femme ; *kat-bi'* : elle vend). Le féminin de vendeur (*tajir*), *tajira* est très peu utilisé. Pour la pâtissière, on parle de *m'ra katdir l'haloua* (littéralement, *m'ra* : la femme ; *katdir* : elle fait ; *hlaiwiya* : la pâtisserie). L'équivalent masculin, soit le pâtissier, portant le nom spécifique de *hlaiwi*. Par contre, certaines artisanes, dont le métier est davantage reconnu, sont spécifiquement nommées : *khiata* (couturière ; couturier : *khiat*), *koiffura* (coiffeuse et esthéticienne ; masculin : *koiffor*), et *negaffa* (marieuse). La catégorie générique de l'artisane se dit *snai'ya taqlidia* (*snai'i taqlidi* au masculin).

Dans le style de ces nomenclatures, on retrouve une expression de l'appropriation générale des femmes par les hommes mise à jour par Colette Guillaumin (2002). Cette appropriation des unes, en tant que « femmes », par les autres, en tant que sujets sociaux, se manifeste notamment, et en l'occurrence, par une habitude sémantique consistant à mentionner les actrices sociales par leur sexe alors que d'autres caractéristiques relatives au contexte évoqué (professionnel, personnel, politique, etc.) prévalent lorsque ce sont des hommes qui sont mentionnés³⁵ : « ces phrases, dont l'imprécision (croyons-nous) quant au statut, quant à la fonction quand il s'agit de femmes nous exaspère, ne sont pas des phrases fautives par omission d'information. Elles sont au contraire informativement exactes, ce sont des photographies des rapports sociaux. Ce qui est dit et uniquement dit à propos des

³⁵ Colette Guillaumin donne plusieurs exemples de phrases qu'elle a relevées : un groupe constitué d'« un président de société, un tourneur, un croupier et une femme... » ou encore « ils ont assassiné des dizaines de milliers d'ouvriers, d'étudiants, de femmes, ... » (2002, p. 15).

êtres humains femelles, c'est leur position effective dans les rapports de classe : celle d'être en premier et fondamentalement des femmes. Leur socialité c'est cela, le reste est de surcroît et – nous signifie-t-on – ne compte pas » (2002, p. 15). Ces catégories marocaines comportent des précisions sur le statut des actrices sociales évoquées, mais c'est en effet d'abord et avant tout leur identité de sexe qui est mise en avant.

Une autre catégorie qui a été parfois évoquée est celle de *m'ra a'ndha les affaires* (*m'ra* : la femme ; *anda* : elle a). Un homme d'affaires se disant *rajel a'mal* (*rajel* : l'homme ; *a'mal* : les affaires), on peut s'étonner que le mot *a'mal* soit, dans le cas des femmes, exprimé en français. Cela sous-tend probablement l'idée de modernité ou la référence à l'Occident (la France) auxquelles les affaires féminines sont renvoyées. Dans ce cas, on retrouve dans cette expression une dichotomie aux tonalités culturalistes, faite par une grande partie de mes interlocuteurs et interlocutrices, entre un Occident associé à la modernité et à une forme de dangerosité et un Maroc traditionnel³⁶. Mais, ce qu'il y a de plus intéressant encore, c'est que cette dichotomie se doublerait alors d'une opposition en termes de sexes où, contrairement aux discours ordinaires et à l'idéologie renvoyant « la » femme à la tradition, une partie des femmes, celles qui font des affaires (*m'ra a'ndha les affaires*), sont associées à l'Occident et donc à la modernité. C'est du reste bien la teneur de nombre de discours que je recueillis lors de ce début de terrain : les femmes d'affaires se trouvent à Casablanca, une ville pensée comme occidentalisée, alors que sur place je ne pourrais éventuellement rencontrer que des femmes qui font des affaires traditionnelles.

³⁶ Plusieurs discours marocains du sens commun prônent en effet l'idée d'une spécificité culturelle et, en cela, ils ne se distinguent nullement de leurs homologues occidentaux. Ces discours jouent sur une opposition avec la modernité, associée à l'Occident. Comme le relève Azadeh Kian-Thiébaud, « l'approche culturaliste/essentialiste n'est pas l'apanage des Occidentaux. Les différences présumées essentielles entre l'Occident et l'Orient musulman sont aussi manifestes chez les dirigeants des sociétés à tradition islamique, leurs oppositions islamistes mais aussi celles qui sont issues des mouvements de libération nationale. Cette approche est accompagnée d'une valorisation de soi à travers la glorification de la culture d'origine (nationale/islamique) et la stigmatisation de l'autre (l'Occident) » (2002, p. 47).

Lorsque je retourne sur mon terrain en 2006, le fait qu'un certain nombre de femmes soient engagées dans l'entrepreneuriat n'étonne plus personne. En effet, en trois ans, différents événements médiatiques et politico-juridiques ont contribué à la reconnaissance de telles entreprises. Cependant, aucune catégorie ne permet encore de regrouper ces activités en fonction de critères précis. En témoigne d'ailleurs la tentative difficile de constitution d'une succursale de l'Association des Femmes Chefs d'Entreprise Marocaines (AFEM) à Agadir, à laquelle ce séjour m'a permis d'assister ; cette tentative bute contre la double difficulté de définir des intérêts communs et de se déterminer sur ce qui peut et ne peut pas entrer dans l'association et la représenter localement.

Ces changements me conduisent à faire l'hypothèse que j'ai assisté à l'émergence d'un nouveau groupe social, les entrepreneures. Pour développer cette hypothèse, je m'inspire en particulier de l'approche historicisante que Luc Boltanski (1982) a appliquée aux groupes de cadres et aux groupes de victimes (Boltanski, Darré, & Schiltz, 1984) dans l'objectif de comprendre comment se produisent les groupes sociaux. Pour commencer cette mise en perspective théorique, quelques précisions sur mes choix terminologiques s'imposent tout d'abord.

Boltanski parle de « groupe » ou de « catégorie » pour des entités aussi larges que celles de cadres et de victimes. L'entité des « entrepreneures » de mon terrain est également très large : les entrepreneures exercent des professions diverses (artisanes, commerçantes, constructrice en bâtiment, hôtelière, etc.) même si elles partagent un certain nombre de pratiques liées à leurs activités entrepreneuriales (employer des personnes, trouver des fournisseurs/fournisseuses et des client·e·s, prendre des risques, etc.). Si, en tant que patronnes, elles sont proches les unes des autres sur une hiérarchie professionnelle, ce n'est pas du tout le cas sur la hiérarchie des classes ou des groupes sociaux puisqu'on trouve autant des femmes issues de milieux populaires qui tentent d'améliorer leur niveau de vie que des femmes affirmant ne pas avoir besoin de travailler pour vivre. Toutes ces femmes se rapprochent en outre par le fait qu'elles se définissent comme initiatrices, responsables et propriétaires de leur « affaire », un terme qui fait relativement consensus, mais un terme qui est parfois synonyme d'« entreprise » et parfois, comme le disent certaines d'entre elles

plus proches des micro-entreprises, de l'artisanat et du petit commerce, de « projet »³⁷.

J'emploie le vocable « entrepreneure » dans un procédé qui force un peu les catégorisations émiqes puisque toutes les femmes que j'ai étudiées ne se reconnaissent ou ne se sont donc pas toujours reconnues dans ce terme. En 2002-2003, celles qui adhèrent parfaitement à cette dénomination, ou à celle de « femme d'affaires » que j'utilise fréquemment, appartiennent en général à des milieux aisés et bénéficient souvent d'une formation professionnelle (qui n'est pas toujours en rapport avec leur entreprise). L'acceptation de ces vocables n'a par contre pas grand-chose à voir avec le type d'affaire tenu. Il s'agit ainsi tant de commerçantes et/ou entrepreneures artisanes qui tiennent des boutiques d'objets luxueux, d'habits de marques occidentales ou d'habits traditionnels chers et chics, que des femmes qui ont monté une affaire dans un milieu masculin davantage reconnu comme relevant du « monde des affaires ». En 2006, par contre, une grande partie des femmes que j'ai rencontrées adhère volontiers à ces dénominations, notamment celles qui rejoignent l'association des femmes chefs d'entreprise, mais aussi toutes celles qui peuvent s'identifier à des modèles médiatisés.

Si je choisis d'employer le terme « entrepreneures », c'est, d'une part, parce que j'ai constaté que les actrices et les acteurs sociaux adhèrent peu à peu, et de plus en plus, à cette dénomination. D'autre part, parce que je souhaite réunir, pour les penser, des activités lucratives possédant des caractéristiques proches, puisqu'elles consistent à créer de la marchandise et à en assurer la vente sur le marché, et qu'elles sont réalisées par des femmes qui s'instituent intermédiaires et gestionnaires des tractations entre fournisseurs ou fournisseuses, producteurs ou productrices et client·e·s. Enfin, ces activités ont lieu dans un système économique de type capitaliste comportant des notions de prise de risques et de profit.

Si ces caractéristiques renvoient à des définitions économistes³⁸ du terme « entrepreneur », elles rejoignent également l'acceptation émiq ou commune ; ce

³⁷ Le mot « projet » étant à entendre non comme un objectif mais comme une réalisation.

³⁸ Par exemple : l'entrepreneur·e est « l'acteur économique qui exerce les fonctions de création et de direction de l'entreprise dans une économie de type capitaliste. L'entrepreneur,

terme permet en effet de convoquer, chez les acteurs et actrices de mon terrain, une représentation ordinaire, plus ou moins précise, du type de travail et de personne dont il s'agit³⁹.

Dans son étude sur les entrepreneurs, Catusse rencontre un même problème d'appellation, puisque la catégorie d'« entrepreneur » comprend une série d'activités hétérogènes, n'est pas légitimée par un usage étatique ou statistique et que sa consolidation sociale n'est pas achevée. Catusse justifie la pertinence de son usage en notant que « si l'utilisation du terme 'entrepreneur' peut sembler imparfaite, voire inappropriée dans ce cas (notamment parce qu'elle uniformise une population extrêmement diversifiée), je l'emploierai néanmoins, peut-être 'faute de mieux', mais d'abord parce que les acteurs eux-mêmes y recourent pour se désigner, de même que le terme est couramment employé dans le langage commun, par les médias, les analyses ou les hommes politiques » (2001, p. 8).

Que les acteurs et les actrices sociaux utilisent un terme permet en effet d'assurer une vraisemblance entre empirie et théorie bien que, comme le remarquent Boltanski et Thévenot (2000), le travail sociologique « force » nécessairement les catégorisations et les qualifications des actrices et des acteurs sociaux eux-mêmes. Ces derniers résistent en effet le plus souvent aux prétentions généralisantes de la sociologie, comme je l'ai d'ailleurs constaté sur mon terrain avec la profusion des nomenclatures utilisées (« affaire », « entreprise », « projet », encore « artisane », « commerçante »,

ou chef d'entreprise, réunit des ressources, nommées facteurs de production (travail et capital), dans le but de réaliser un produit destiné à la vente sur le marché » (Drouin, 2000, p. 229). Ou encore : l'entrepreneur·e est « un agent qui loue les services producteurs – travail, capital, locaux – pour les combiner rationnellement et vendre leurs produits – biens ou services – à des clients afin de payer les propriétaires de moyens de productions (travailleurs, bailleurs de fonds et rentiers) et se payer lui-même (profit) pour son travail d'organisateur et pour le risque pris d'organiser la production » (Mokhtar, 2000, p. 276).

³⁹ Par exemple : l'entrepreneur·e est une « personne qui dirige une entreprise et met en œuvre divers facteurs de production (ressources naturelles, travail, capital) en vue de produire des biens ou fournir des services » ; il est opposé au/à la salarié·e ou à l'employé·e, qui n'occupe pas un rôle d'encadrement ou de direction ou qui reçoit un salaire de son employeur·e » (Petit Robert, 2000).

« *m'ra a'ndha les affaires* », etc.). Boltanski et Thévenot (2000) relèvent ainsi la tension entre la catégorisation scientifique et les énoncés des personnes interrogées : « dans nombre de cas, ces personnes opposaient à l'entreprise taxinomique des qualifications imprévues et par là inclassables, ou même s'élevaient, lorsque l'occasion leur en était offerte, contre la prétention des experts ou des chercheurs à vouloir les qualifier de façon à les rapprocher d'autres personnes dans la promiscuité d'une même catégorie » (Boltanski & Thévenot, 2000, p. 12). Aussi, la superposition entre catégories émiques et analytiques ne me paraît pas être un critère nécessaire, voire même souhaitable ; la pertinence de l'usage des catégories analytiques doit par contre être explicitée dans le cadre de l'analyse. Dans un processus ordinaire de masquage des conditions de production du social, les groupes sociaux (ou les catégories sociales) sont très vite naturalisés, y compris par la sociologie comme le montre l'exemple de la catégorie des cadres. C'est à partir de ce constat que Boltanski entame une analyse épistémologique de la sociologie par un travail de déconstruction de la catégorie sociale de cadre et qu'il montre que cette catégorie « se constitue selon un processus politique, puis s'institutionnalise dans un discours administratif, s'objective dans des institutions et s'incarne dans des représentations à la fois sociales, politiques et cognitives » (Boltanski, 2000, p. 173).

Adopter une perspective de genre

L'approche de Boltanski permet de comprendre les processus par lesquels se constituent des groupes professionnels, mais elle n'aborde par contre pas la potentielle division qui se fait à l'intérieur de ces derniers en fonction des logiques de genre. Le travail n'est en effet jamais neutre ; il est cependant abordé de manière androcentrée, le plus souvent par un usage du masculin-général qui invisibilise le travail des femmes. De manière générale, les interactionnistes ont montré, comme l'exprime la définition de « profession » que j'ai adoptée en début de ce travail, qu'une profession est constituée de différents groupes et qu'elle se transforme dans le temps, ceci à travers un processus conflictuel où ces groupes sont porteurs de degrés de légitimité variables et d'intérêts différents voire même souvent divergents. Mais, alors que les spécialités des professions ont fait l'objet de l'attention de ces sociologues (Becker, 1963 ; Strauss, 1992), peu d'entre eux ont considéré ce processus de distinction et de conflit de légitimité sous l'angle du genre. Hughes (1996) évoque cependant cette question dans les années 1950, en remarquant que

parmi d'autres catégories ne correspondant pas au stéréotype du professionnel (les Noirs, par exemple), les femmes peuvent être poussées à adopter des spécialisations correspondant aux rôles sociaux auxquelles elles sont assignées, ou alors être isolées au sein même de l'institution professionnelle.

Alors même que ma formation en anthropologie m'avait familiarisée avec le caractère construit et changeant des faits sociaux ainsi qu'avec l'invisibilisation de pans entiers du social, notamment en raison d'androcentrisme, sur mon terrain en 2002-2003, l'absence d'écho à ma catégorie d'« entrepreneure » préconstruite m'a posé questions et problèmes. Ce n'est qu'en retournant sur le terrain trois ans plus tard, c'est-à-dire en expérimentant un processus de changement dans le temps, que j'ai réellement pu comprendre l'aspect encore indéfini de l'entrepreneuriat féminin comme un fait susceptible d'analyse plutôt que comme une lacune ou une erreur d'objectif de ma part.

C'est donc un parcours inverse à celui de Boltanski que j'ai suivi. Dans son travail sur les cadres, Boltanski part en effet d'une catégorie si apparemment évidente et objectivée qu'il s'agit de la dénaturiser pour montrer les processus socio-historiques de sa construction, puis de sa naturalisation. Pour explorer l'histoire de ce groupe, il remonte aux années 1930, époque à laquelle émerge l'idée des « classes moyennes », de sorte que l'ordre social binaire en termes de patrons d'un côté de la hiérarchie sociale et d'ouvriers de l'autre côté se brouille. À partir de la fin de la deuxième Guerre mondiale, le groupe « cadre » commence de prendre forme, s'appuyant sur certaines mobilisations comme les syndicats des classes moyennes, sur des dispositifs techniques (représentation statistique, système de caisses de retraite...) et sur de nouveaux schèmes cognitifs qui tendent à s'universaliser. D'un point de vue sociologique, il faut donc remarquer que la constitution du groupe des cadres renvoie à un travail politique réunissant différents acteurs et se développant de manière historique : « pour sortir du cercle où s'enferment les débats sans fin et sans solution sur la « position de classe » des cadres, il faut prendre pour objet la conjoncture historique dans laquelle les cadres se sont formés en groupe explicite, doté d'un nom, d'organisations, de porte-parole de systèmes de représentations et de valeurs » (Boltanski, 1982, p. 51). Boltanski montre ainsi comment le terme « cadre » regroupe des individus dissemblables sur tout un ensemble de plans (itinéraires sociaux et scolaires, types de fonctions dans l'entreprise, etc.) et comment

il résulte d'un travail, conflictuel, collectif et politique de définition, de délimitation et d'institutionnalisation du groupe. En bref d'un travail visant « la cohésion d'un ensemble flou » qui a duré une trentaine d'années (Corcuff, 1995, p. 87).

La catégorie d'entrepreneure qui m'occupe n'est pas parvenue à ce stade de naturalisation. Cependant, le processus de construction d'une catégorie sociale par un processus de sexuaction paraît être en cours, notamment lorsque je compare mon premier et mon second séjour, c'est-à-dire le passage d'une réalité faite d'individus divers et isolés, sans nom qui les rassemble, à un discours social illustré et faisant référence à des images collectives, ainsi qu'à la tentative difficile et conflictuelle de constitution d'un collectif ; cette tentative procède par un travail d'exclusion et d'inclusion d'individus, d'établissement de normes et d'entente sur la définition d'objectifs communs, et de mise en représentation.

2.2. 2002-2003 : des entrepreneures peu visibles

2.2.1. À la recherche d'entrepreneures

Lorsque j'arrive à Agadir en 2002 pour commencer mon terrain, personne ou presque n'admet donc l'existence des femmes entrepreneures. Cependant, tout le monde s'accorde pour reconnaître la présence des femmes sur le marché de l'emploi, même si les raisons qui sont données à l'emploi féminin sont diverses et varient en fonction des milieux sociaux et des références mobilisées. Certaines personnes mettent en avant la nécessité économique du travail lucratif des femmes (un seul salaire ne suffisant pas pour faire vivre une famille)⁴⁰. D'autres, au contraire, présentent le travail professionnel des femmes comme un choix et insistent sur le fait, présenté comme une spécificité musulmane, que les femmes ne sont pas tenues d'assumer financièrement les charges familiales et qu'elles disposent librement de

⁴⁰ Bessis note que, dans les pays musulmans, les femmes « forment presque partout les gros bataillons de l'enseignement, du secteur médical et des tranches inférieures de la fonction publique. Voilées ou pas, des centaines de milliers d'entre elles prennent chaque jour – de Rabat à Amman – le chemin de l'usine. Contrairement aux familles élargies économiquement autarciques de l'ancienne société rurale, la cellule conjugale urbaine ne peut plus vivre grâce au seul salaire masculin » (2007, p. 113).

leurs gains : « quand la femme travaille, c'est pour elle, elle fait ce qu'elle veut de son argent. C'est au mari de subvenir aux besoins de la famille », m'explique par exemple une entrepreneure-artisane. Cette entrepreneure présente, en effet, un parcours qui met en avant sa revendication de liberté de travailler ou non : « je me suis mariée après mon bac. Je voulais réfléchir avant de me lancer dans quelque chose. Je me voyais plutôt comme une femme tranquille ». Mais, comme je le montrerai dans la partie concernant l'usage qu'elles font de l'argent gagné, même lorsqu'elles affirment que leurs gains sont exclusivement pour elles, les femmes qui travaillent professionnellement contribuent financièrement à l'économie familiale, bien qu'elles présentent souvent cet investissement, à nouveau, comme un « choix » personnel et librement consenti⁴¹.

Si, pour certaines personnes, y compris des hommes, le travail professionnel des femmes n'est pas du tout problématique, d'autres en revanche affirment que « les hommes ici n'aiment pas que les femmes travaillent, ils veulent la surveiller et la garder à la maison » (étudiante). L'argument le plus souvent évoqué est celui de la honte que le travail de l'épouse peut causer à son époux, soupçonné de ne pas parvenir à assumer son rôle de pourvoyeur des biens pour sa famille. Ainsi, par exemple, une couturière employée dans une boutique tenue par une femme m'expliquait qu'elle n'avait réussi à négocier que quelques heures de travail par semaine à un mari qui préférait la pauvreté à la honte encourue par le fait qu'on la sache trop travailler à l'extérieur.

Si l'emploi féminin est plus ou moins normalisé en 2002-2003, l'entrepreneuriat féminin passe, quant à lui, pour très improbable ou du moins atypique. Dans ma quête d'entreprises féminines, je suis aidée par des proches qui questionnent leur entourage. Certains de ces proches traduisent d'ailleurs l'aide qu'ils me fournissent comme le fait de « chercher des femmes » ou d'avoir « trouvé une femme », ce qui exprime bien que les femmes qui m'intéressent ne sont pas réunies sous un ou des vocable(s) générique(s) - mais renvoyées et définies par leur genre. « Cherchées » et

⁴¹ Ainsi, en 2003, cette entrepreneure préparait le départ de son fils pour une école professionnelle française et mettait fortement en avant son implication financière dans ce projet, une implication rendue possible par les économies qu'elle avait pu réaliser durant ses années d'entrepreneuriat.

« trouvées », elles sont de plus en plus invisibles. Les résultats de nos recherches ne sont pas immédiats. Et j'ai le temps de récolter toute une série de témoignages affirmant que les activités auxquelles je m'intéresse n'existent pas ou qui tentent de me présenter et de m'intéresser à d'autres réalités, en particulier celle de la prostitution.

Durant cette même première période, je fais peu à peu la connaissance de femmes qui possèdent et gèrent des affaires. Il est intéressant de noter que la plupart du temps, leurs discours rejoignent ceux que j'entends par ailleurs : il n'existe pas ou pratiquement pas d'entrepreneuses à Agadir. Les femmes que je rencontre ne se connaissent pas bien, voire pas du tout, entre elles, y compris par ouï-dire. Plusieurs de mes interlocutrices se disent d'ailleurs très isolées en tant qu'entrepreneuses et elles se montrent intéressées par mon travail, me demandant quelles autres femmes d'affaires existent sur la place. Hormis certaines artisanes, peu d'entre elles entretiennent des relations professionnelles.

Ainsi, mes premiers contacts ressemblent à des points que moi seule relie : je n'entre absolument pas dans un réseau de gens se (re)connaissant à travers des activités ou des intérêts apparentés ou discutés. Je passe, ou plutôt saute, d'une personne à une autre. Ces personnes sont découvertes par mes connaissances ou par moi-même ; ou encore, je suis envoyée vers une entrepreneuse par une autre femme, mais leur proximité (relative) est rarement professionnelle ; elle est généralement familiale ou alors sociale. Ceci illustre, ce que je développerai dans la dernière partie de ce travail, la maigreur des réseaux professionnels féminins et plus généralement la discrétion et la dispersion de la présence des femmes dans l'espace public. Ainsi, une patronne d'une agence touristique me suggère de rencontrer une négociante qu'elle connaît de loin mais avec laquelle elle n'a jamais eu affaire professionnellement. Une directrice d'école m'envoie vers une coiffeuse chez laquelle elle se rend régulièrement, une gérante d'imprimerie vers la directrice d'une agence de placement et vers une esthéticienne qui se trouve dans son quartier.

Les femmes que je rencontre ne me dirigent d'ailleurs pas tellement vers *une* directrice, *une* coiffeuse, *une* restauratrice, par exemple, mais vers *une femme qui* a ouvert une agence touristique, *une femme qui* a ouvert un salon de coiffure, *une femme qui* tient un restaurant. De même pour les hommes qui me donnent des adresses : on leur a dit qu'*une femme a...*, et ils connaissent *une femme qui...* On retrouve ici la tonalité des propos de mes informateurs lorsqu'ils disent « chercher

des femmes » ou avoir « trouvé une femme qui... » ainsi que, bien entendu, la mise en avant de l'identité de genre des femmes, qui s'exprime sémantiquement par le fait de mentionner les actrices sociales prioritairement par leur sexe. *La femme qui est*, comme nous l'avons vu plus haut, la traduction littérale du marocain pour certaines professions féminines (*m'ra kat-bi'* : la femme qui vend ; *m'ra katdir l'haloua*, la femme qui fait de la pâtisserie, etc.).

Les vocables marocains désignant différentes catégories d'entrepreneures sont donc construits de manière sexuée et individualisée, de même que les modes de présentation des entrepreneures qui, le plus souvent, contiennent des caractéristiques excédant largement leur activité professionnelle. Rosen (1984), qui s'est intéressé aux modes de présentation marocains, montre comment ces derniers préservent la sphère intime de chacun (pensées et vie domestique en particulier) tout en opérant un contrôle social sur les individus en déclinant publiquement les appartenances géographiques, familiales et autres caractéristiques par une multitude de traits⁴². Ce mode de présentation permet aux individus de se créer un réseau de connaissances potentiellement mobilisables : « the orderliness of moroccan social life is, moreover, deeply dependent on each person's ability to gather information about others that may be useful for assessing the possibilities and consequences of their associations » (Rosen, 1984, p. 164).

Si l'analyse de Rosen est tout à fait justifiée et se retrouve parfaitement dans le cas des entrepreneures, il faut lui ajouter une dimension genrée puisque, bien que différentes informations permettant de les situer soient déclinées pour les hommes comme pour les femmes, les premiers bénéficient de nomenclatures professionnelles alors qu'une partie des femmes sont identifiées d'abord comme telles et ensuite en fonction de leur profession. Dans ce traitement différentiel des catégories professionnelles, on peut relever une certaine minimisation, voire une invisibilisation, des activités productives des femmes, puisque leur identité professionnelle passe après leur identité sexuelle. De là à déduire que les rôles qui

⁴² « For the people of Sefrou predominant attention is directed towards the acquisition of knowledge about other people – who they are, where they come from, what attachments they possess, how they are used to dealing with others » (Rosen, 1984 : 18).

sont associés à cette identité de sexe passent avant tout autre rôle social, notamment leurs rôles professionnels qui ne viennent éventuellement qu'ensuite (activités choisies et sans nécessité économique), il n'y a qu'un pas. L'idéologie voulant que seuls les hommes aient un vrai travail et un vrai statut social est ici très clairement reconduite.

Une autre remarque peut être faite à propos de l'analyse de Rosen. On peut se demander, en effet, si, dans le cas des femmes qui ont une profession, la mise en avant de leur identité de sexe, parmi une série d'autres informations permettant de situer la personne, ne joue pas parfois – mais pas toujours – un rôle de frein dans la constitution d'un réseau de connaissances mobilisables (« attention, c'est d'abord et avant tout une femme ») plutôt que de la favoriser. Un contact professionnel avec une femme peut par exemple être dévalorisant, voire contaminant, s'il n'est pas clairement établi qu'il est moral. Un exemple, datant de mon séjour de 2006 : une membre de l'Association des femmes chefs d'entreprises marocaines (AFEM) m'a demandé des renseignements sur une entrepreneure-artisane que j'évoquais, dans l'idée de l'associer à l'antenne de l'AFEM qui tentait de se constituer à Agadir. J'ai donc brièvement décrit le type de travail de cette dernière, qui consistait dans la vente, par une boutique, d'artisanat réalisé par des artisan·e·s à domicile et acheté dans une usine de la région d'Essaouria ; j'ai ajouté que cette entrepreneure-artisane était en train d'aboutir dans un projet d'association avec l'étranger mais qu'elle ne m'en avait pas dit plus, voulant pour l'instant le garder secret. À l'évocation de ce secret, mon interlocutrice s'est écriée que les affaires qui se font dans le secret laissent soupçonner quelque chose de malhonnête et elle a clos là le sujet, ne s'intéressant plus à contacter cette personne. La réaction de mon interlocutrice peut paraître excessive, quand au contraire le fait de ne pas dévoiler une affaire non encore conclue paraît assez raisonnable. Cette réaction s'explique non seulement par le fait que, comme le suggère l'analyse de Rosen, n'étant pas parfaitement identifiable par mon intermédiaire, l'entrepreneure-artisane est retournée dans la catégorie des inconnues (c'est-à-dire dans un statut de personne non mobilisable comme point de réseau) ; mais encore par le fait que le secret entourant l'affaire de l'entrepreneure-artisane a immédiatement été appréhendé comme relevant potentiellement d'activités immorales, ce soupçon d'immoralité engendrant lui-même une mise à distance. Or, comme je vais le montrer dans la partie suivante, un

soupçon d'immoralité plane généralement sur les entrepreneures en tant que femmes entrées dans les affaires. Le soupçon d'immoralité est fortement délégitimant, voire contaminant pour les autres femmes elles-mêmes, et il rend problématique leur investissement dans des réseaux d'affaires.

Les manières dont se présentent et sont présentées les entrepreneures mettent donc en évidence leur déficit d'existence sociale et leur atomisation. En 2002-2003, le credo de l'AFEM inscrit sur le site internet en rend du reste bien compte : « seules nous sommes invisibles... ensemble nous sommes invincibles » ; ce credo a depuis disparu du site. La confusion dans laquelle l'AFEM était évoquée à Agadir en 2002-2003 est également révélatrice de l'absence d'existence sociale de la catégorie d'entrepreneure. En 2002-2003, seules quelques rares entrepreneures ont entendu parler de l'AFEM. L'une d'elles me dirige vers une femme qu'elle affirme être la représentante de l'AFEM à Agadir, mais cette soi-disant représentante n'a elle-même aucune idée de l'existence de l'AFEM. Par contre, une autre entrepreneure se présente comme la représentante de l'AFEM à Agadir, mais elle avoue n'avoir ni le temps de réunir d'éventuelles femmes d'affaires qu'elle trouverait à Agadir, ni l'espoir que ces dernières souhaitent s'assembler pour revendiquer leurs intérêts et pour s'investir réellement dans l'association.

En 2002-2003, le sujet de ma recherche n'est donc pas pensé comme une réalité sociale. Il en est ici des femmes entrepreneures comme du groupe des cadres étudié par Boltanski avant 1930 : les acteurs et actrices n'avaient pas ou n'avaient que très peu le souci de promouvoir et d'objectiver une telle catégorie. On se situe donc avant « le travail de regroupement, d'inclusion et d'exclusion, dont il [le groupe] est le produit, et [...] le travail social de définition et de délimitation qui a accompagné la formation du groupe et qui a contribué en l'objectivant, à le faire être sur le mode du cela-va-de-soi » (Boltanski, 1982, p. 52).

Cependant, pour ce qui concerne ma recherche, au fur et à mesure que je rencontre des entrepreneures, mon objet émerge du terrain, bien que de manière désorganisée, indéfinie et apparemment infinie. Il finit même par s'étendre au point qu'il devient difficile pour moi de le cerner. Je vais décrire l'émergence de cet objet en partie 2.2.3 mais avant, il me faut aborder les discours redondants sur la prostitution qui ont constitué une grande partie des témoignages recueillis durant ce premier temps de terrain. Ces discours forment en effet une critique de certaines femmes, dont les

entrepreneures, qui investissent l'espace public, qui a pour conséquence d'invisibiliser l'entrepreneuriat féminin en l'association aux activités perçues comme prostitutionnelles.

2.2.2. L'accusation de prostitution

Un lien plus ou moins explicite est fait, en 2002-2003, entre « la prostitution » et les entreprises féminines. La prostitution doit toutefois être comprise ici dans une définition extensive comprenant tout comportement féminin transgressant les tabous liés au comportement attendu d'une femme dans son rapport à la pudeur ; en particulier tous les comportements qui renvoient à l'impureté de certains espaces publics ainsi que ceux qui impliquent une relation d'échange avec un homme étranger au réseau familial. Ainsi les normes dominantes font que différents comportements entrent dans la catégorie de la prostitution : non seulement coucher avec un homme en dehors des liens du mariage (y compris quand il ne s'agit pas d'un service sexuel contre rémunération), mais aussi rencontrer un homme inconnu dans un lieu public, fumer, aller dans la plupart des cafés⁴³, sortir le soir après 20 heures, s'habiller de manière trop provocante, etc. Nous sommes donc loin d'une conception européenne qui comprend la prostitution comme l'échange d'un acte sexuel contre rémunération. Sur mon terrain, cette dernière existe bien entendu, mais elle n'est qu'un aspect de ce qui est considéré comme de la prostitution. Et encore, même dans ce sens restreint, la prostitution en Europe et au Maghreb n'est pas et n'a jamais été comparable. L'historicisation de la « prostitution » montre en effet que l'usage sexuel de femmes hors du cadre du mariage au Maroc (ou plus généralement au Maghreb) comporte ses particularités à l'époque précoloniale, par exemple avec

⁴³ Presque tous les cafés sont exclusivement masculins. Les femmes, la plupart du temps accompagnées d'hommes ou en famille, peuvent fréquenter certains restaurants et cafés longeant la mer dans la zone touristique d'Agadir. Un ou deux cafés en ville d'Agadir sont également fréquentés par des femmes, mais elles sont alors suspectes de prostitution aux yeux de certain·e·s.

les esclaves concubines, et qu'il a été ensuite fortement modelé par le colonialisme, notamment par la constitution de quartiers réservés (Taraud, 2002, 2003)⁴⁴.

Dans ce chapitre, il ne sera donc évidemment pas question de prostitution dans une conception eurocentrique. Il sera, par contre, un peu question de pratiques définies de prostitution du fait qu'elles transgressent les normes de la pudeur féminine, et beaucoup question de rumeur et de menace, car ce sont ces dernières qui guettent les entrepreneures en raison de comportements transgressifs qu'elles adoptent ou qu'on les soupçonne d'adopter. Dans ce sens, la prostitution et les prostituées doivent être compris, à la manière dont le fait Gail Pheterson, comme des « concepts [qui] sont des instruments sexistes de contrôle social, inscrits de façon rigide et envahissante dans les pratiques légales discriminatoires, les biais de la recherche scientifique, les défenses psychiques, les préjugés et, au niveau le plus fondamental, dans les rapports entre sexes » (2001, p. 11). La référence à la prostitution qui est très régulièrement faite lorsque je parle de femmes entrepreneures renvoie en effet à une incrimination et une stigmatisation de femmes considérées comme rompant avec l'ordre social⁴⁵ et

⁴⁴ La notion de prostitution en soi nécessite de toute façon une mise en perspective critique. Dans ses différentes conceptions, la prostitution renvoie bien sûr à des pratiques mais aussi à de l'idéologie, ce qu'a bien montré Paola Tabet en relativisant la distinction entre femme « bien » et prostituée, entendue comme une femme qui échange un service sexuel contre un paiement ou une compensation. En effet, non seulement le principe de l'échange d'un service sexuel de la part d'une femme contre une autre prestation de la part d'un homme est, dans certains contextes, considéré comme quelque chose qui va de soi, et qui marque donc naturellement les relations entre femmes et hommes, mais, en plus, il apparaît à l'analyse qu'y compris dans nos contextes, « l'échange économique-sexuel » ne comporte pas de stricte ligne démarquant la prostitution d'autres formes d'échanges entre sexualité et services (Tabet, 1987). Dans tous les cas par contre, Tabet comprend qu'il s'agit d'une dépossession de la sexualité des femmes inscrite plus généralement dans la construction des rapports sociaux de sexe, puisque les femmes ne sont pas conduites à vivre leur sexualité pour elles-mêmes, mais à l'utiliser, comme moyen d'échange, pour le plaisir des hommes (Tabet, 2001).

⁴⁵ Sur le caractère subversif et sur la rupture de l'ordre social que réalisent la catégorie des prostituées maghrébines, on peut se référer à Taraud qui relève, notamment, à propos du

elle illustre bien le fait que l'entrepreneuriat féminin est, à cette époque, très suspect et loin d'être reconnu comme une activité professionnelle « normale ». L'opprobre social qui est jeté sur les femmes entrepreneures par leur association à des prostituées est très fréquent, au point qu'elle me paraissait être un leitmotiv des discours sur l'entrepreneuriat féminin. Mais, bien entendu, les actrices et les acteurs sociaux se positionnent et agissent de manières diverses par rapport aux normes que les femmes sont censées adopter, et certaines personnes les désavouent et les transgressent publiquement⁴⁶.

Les soupçons de prostitution renvoient au tabou de la sexualité, un tabou que Sophie Bessis (2007) comprend comme un bastion du patriarcat musulman dans lequel la sexualité n'a pas été réappropriée par les femmes, parce que le sexe demeure une affaire privée, un sujet de discussion entre femmes, « un sujet graveleux. Comme par l'effet d'un compromis non-formulé avec leur société, les féministes l'abandonnent pour l'instant à l'espace privé. Pourtant, le corps des femmes est un enjeu public dans les sociétés d'hommes » (Bessis, 2007, p. 151). Ce constat peut facilement être rapproché de la thèse de Tabet sur la désappropriation de la sexualité des femmes. Cette désappropriation, qui prend la forme d'un tabou posé sur la sexualité des femmes, engendre de plus que l'insulte sexuelle est un solide moyen de les disqualifier en tant que femmes.

Continuellement évoquée sur mon terrain en 2002-2003, la prostitution ressemble à une forme d'obsession sociale. Par exemple, l'un de mes informateurs me montre fréquemment, dans la rue le soir et dans les cafés, des jeunes femmes qu'il définit

Maghreb colonisé, que « ces *banaât el haram*, ces femmes subversives incarnant le désordre (au sens que les musulmans donnent à ce mot faisant un lien subtil entre la *zina* – la fornication sexuelle – et la *fitna* – la sédition politique) redéfinissent donc, par leur seule existence, les frontières entre l'ordre sexuel et l'ordre sociétal traditionnel » (2008, p. 164)

⁴⁶ Par exemple, telle commerçante m'invite dans un café assez chic et allume une cigarette tout en anticipant les réactions des voisins par une explication qu'elle me donne sur le caractère « arriéré » des gens d'Agadir. Et, en effet, certaines de mes connaissances marocaines avec lesquelles je me rends souvent dans ce café m'ont signalé que beaucoup de Marocaines qui s'y trouvaient, en particulier lorsqu'elles étaient accompagnées d'hommes ou qu'elles fumaient, étaient des « prostituées ».

comme prostituées. Son discours s'inscrit harmonieusement dans les stéréotypes que dénoncent Sophie Bessis et Souhayr Belhassen lorsqu'elles notent que les « provocatrices qui hantent les rues et les regards ne peuvent être que des filles disponibles. Elles n'ont sûrement ni père ni cousin pour défendre leur honneur et devraient logiquement se laisser aborder » (1992, p. 171). Je charrie souvent cet informateur en lui demandant comment il peut affirmer que toutes les femmes que nous croisons le soir et dans les cafés sont des prostituées, lui demandant de m'expliquer sur quels signes il fonde son appréciation. « Ça se voit », me répond-il le plus souvent. Comme je ne parais pas assez convaincue à ses yeux et qu'il est probablement lassé de mes remises en question, il organise une rencontre avec deux jeunes prostituées, que nous rejoignons un soir dans un café. Il me raconte précédemment leurs parcours de vie, mettant l'accent sur les drames et injustices qu'elles ont vécus et l'impossibilité pour elles de survivre par un autre moyen.

Durant le moment que nous passons au café, l'une des jeunes femmes adopte une attitude plutôt distante tandis que l'autre s'intéresse à mon travail, évoque le fait qu'elle « voit des hommes » mais qu'elle espère se marier bientôt et vivre une vie honnête⁴⁷. Elle me pose une série de questions sur ses droits selon la Moudawana. Il n'est évidemment question à aucun moment de comprendre son métier comme une entreprise ni comme tremplin pour en monter une. Ses souhaits d'avenir sont extrêmement normatifs, peut-être d'autant plus qu'elle transgresse les normes de la moralité.

Or justement, la Moudawana avant sa révision en 2004 constitue un contexte légal très en phase avec la réprobation d'une série de comportements féminins puisqu'elle

⁴⁷ Comme le montre Rabinow, la prostitution n'empêche pas forcément les femmes de se marier : « nombre de ces filles se marient après quelques années. Si elles ont perdu l'honneur, elles n'en présentent pas moins de sérieux avantages en tant que futures épouses (généralement d'un divorcé). Tout d'abord, elles sont cotées très bas, c'est-à-dire que le prix-de-la-fiancée est très bas. De plus, elles ont souvent elles-mêmes amassé un petit pécule. Les hommes disaient d'elles qu'elles faisaient d'excellentes épouses, parce que, ayant pris toutes jeunes du bon temps, elles se montraient plus tard, dans leur vie, des personnes dignes de toute confiance » (1977, p. 63).

permet qu'un mari empêche son épouse de prendre un travail lucratif⁴⁸ et que, plus généralement, elle fait des femmes des individus mineurs dépendant des hommes (père, frères et mari). À cette illégitimité générale et codifiée des femmes, l'idée de prostitution fait écho puisqu'elle est convoquée pour toute une série de situations et d'activités considérées comme inconcevables pour elles, y compris bien entendu plusieurs activités nécessaires à la conduite d'une entreprise. Un patron de restaurant m'explique par exemple : « pour une femme, être là à 2 ou 3 heures du matin, avec de l'alcool, il y a un problème de respect, personne ne la respectera. Elle aura tout de suite une étiquette, pas trop jolie. Si une femme a une licence d'alcool, c'est trop grave. S'il y a un problème et que la police demande qu'elle sorte du restaurant, si elle est emmenée au commissariat, ou en prison... Comment une femme peut-elle risquer cela, avec ses enfants qui se lèvent le matin ? ». Idem pour d'autres activités professionnelles qui conduiraient les femmes à transgresser des tabous au niveau de l'espace et des horaires : « pour une femme, il faut un travail qui va de 8 à 20 heures et qui soit local, dans la même ville. La femme peut travailler si elle veut mais dans un travail tranquille, dans des affaires locales, entre 8 et 20 heures. Pour la femme, il faut son petit foyer, sinon, si elle travaille tard et le mari aussi, les enfants deviendront des truands. Et ensuite les gens diraient 'c'est le fils de' et son nom, car ici on dit 'le fils de Tel', et ça, c'est mauvais pour l'homme » (commerçant).

Selon ces normes, la division idéologique entre catégories de femmes (Tabet, 1987, 1998) (« prostituée » et « femme honnête ») ne laisse pas beaucoup de liberté d'action pour les secondes dans l'espace public. La résistance à l'investissement de l'espace public par les femmes a fait, dès les années 1980, l'objet de différentes analyses de la part de sociologues féministes. Ces dernières relèvent la prégnance de la référence à la prostitution. « Dans la logique patriarcale, toute femme qui franchit le seuil de la demeure, *a fortiori* pour des raisons économiques, ne peut être qu'une prostituée potentielle », constate par exemple Dahbia Abrous (1988, p. 61) à propos de l'Algérie. L'accusation de prostitution constitue un moyen de résistance à l'émancipation des femmes, en particulier à leur émancipation par le travail puisque,

⁴⁸ Pour rappel, l'article 47 mentionne que « le fait pour la femme d'exiger de son époux qu'elle puisse exercer un travail ne portant pas atteinte aux convenances et aux bonnes mœurs n'est pas contraire à la finalité du mariage ».

comme le note cette même auteure « on est constamment renvoyé à la logique patriarcale et aux valeurs masculines et le travail des femmes a bien du mal à se définir sans se situer (même pour se défendre) par rapport à la prostitution » (1988, p. 50).

Lorsque les femmes sortent pour travailler dans le cadre du salariat, elles ne remettent pas seulement en question leur contrôle par les hommes mais encore la division de l'espace et la distribution des rôles entre hommes et femmes. Ce sont donc des repères statutaires masculins qui sont mis en danger, comme celui d'assumer la responsabilité du bien-être matériel et de la moralité de sa famille, notamment en « protégeant » son épouse de contacts avec l'extérieur. « Ce système de valeurs et ces comportements sont rendus problématiques par l'entrée des femmes dans le monde du travail, par leur salarisation qui introduit entre les sexes un rapport d'argent : la femme, la fille, apportent un salaire gagné *dehors*, alors que l'honneur les voue à l'espace du *dedans*. Cette remise en cause de la tradition entraîne un malaise » (Abrous, 1988, p. 49).

Ces analyses prolongent partiellement la critique de la sociologie du travail réalisée par les féministes en Europe (Kergoat, 2005) : aux hommes la sphère publique de la production et de l'échange social et marchand, aux femmes la sphère privée de la reproduction et de l'invisibilité sociale. Dans cette même logique, comme le note Bessis, le travail des femmes maghrébines est légitime pour autant qu'il soit « confiné aux secteurs féminins prolongeant dans l'espace public les travaux qui sont les leurs dans la sphère privée. La santé, l'éducation, l'administration de quotidien, voilà ce qui convient et ne compromet pas l'indispensable différenciation sociale entre sexes » (2007, p. 117).

N'oublions pas cependant que cette distinction entre sphères productive et reproductive date, comme je l'ai montré, de l'introduction de l'économie de marché et qu'elle concerne, encore maintenant, davantage les milieux urbains que ruraux qui, au Maroc, présentent d'autres types d'économies et dans lesquels les femmes œuvrent dans une *domus* dont l'extension, en termes d'espace et d'activités, est plus ou moins large. Ainsi, dans les campagnes et dans les milieux semi-ruraux des environs d'Agadir, les femmes se déplacent sans aucun problème non seulement dans les villages mais aussi loin de leurs maisons pour aller aux champs, soigner les arganiers, chercher du bois, etc., ainsi qu'à l'intérieur de séries de hameaux

(réunissant parfois une famille élargie autour des sœurs) prolongeant et constituant une partie des faubourgs des communes jouxtant Agadir.

Lorsqu'ils sont opposés, les espaces public et privé marocains possèdent des caractéristiques particulières par rapport à celles qui ressortent des analyses menées en Europe. Ainsi, par exemple, l'espace public marocain est très négativement connoté, y compris pour les hommes. Doria Cherifati-Merbatine écrit à ce sujet qu'au Maghreb, « le dehors est, dans l'imaginaire social, un espace de perversion, de transgression. La mixité qui le caractérise peut être source de débauche. La sexualité de la femme y est en danger » (1992, p. 216). Bien sûr, comme l'auteure le relève elle-même, l'accès des femmes à l'espace public est plus ou moins contrôlé selon leur âge, leur situation matrimoniale et leur statut social – la rue étant bien davantage fréquentée par les femmes des couches modestes de la population (Bekkar, 1997 ; Korosec-Serfaty, 1997).

Cette logique d'exclusion des femmes de l'espace public est donc relative, d'autant plus que la scolarisation et la salarisation des femmes font de leur investissement de l'espace public un fait avéré et irréfutable. « Les limites sont franchies tous les jours, l'étanchéité entre l'espace féminin et l'espace masculin est remise en cause » note Bekkar (1997, p. 89) à propos de l'Algérie. Dans les rues d'Agadir et des communes environnantes, les femmes sont dans les rues dans le cadre du déroulement normal de leurs activités ordinaires (se rendre au travail, se rendre visite, aller au hammam, etc.) ; elles vont, seules ou en groupe, au souk et dans les boutiques de la ville, lieux où elles prennent le temps de comparer les marchandises et de les marchander ; bien qu'habillées de tabliers blancs qui les désignent comme écolières (alors que les écoliers n'ont pas de vêtements particuliers), des cortèges de petites et de jeunes filles vont quotidiennement à l'école et en reviennent, prenant le temps, comme partout ailleurs, de jouer et de discuter sur le chemin.

L'exclusion des femmes de l'espace public est donc moins objective et matérielle que sociale et symbolique, ce qui explique à mon sens la possibilité et la prégnance des discours sur la prostitution : « si l'on parvenait, du temps qu'on les cachait, à oublier leur existence, [les femmes] s'imposent désormais au regard et l'on ne peut comprendre que tout en se montrant elles demeurent interdites, sans pour autant cesser de voir dans la femme libérée une prostituée » (Bessis & Belhassen, 1992, p. 170). Des soupçons de prostitution et une série de pressions et de contraintes

empêchent ainsi les femmes de trop s'écarter des limites qui leurs sont imposées ou, puisqu'elles obligées, dans la conduite de leurs affaires, de s'écarter de ces normes, les mettent sous une pression constante. Ces soupçons et contraintes touchent évidemment les entrepreneures : les premiers les guettent et les secondes les restreignent dans leurs activités ou les obligent à transgresser des normes de bonne conduite, confirmant ainsi les soupçons disqualifiants.

Mais les propos sur la prostitution s'inscrivent également dans un discours plus général qui condamne la société tout entière. Les propos deviennent alors sociologisants, comme ceux que tient l'informateur qui me présente le contexte existentiel des deux jeunes femmes que nous avons rencontrées au café. Dans ce registre de dénonciation sociale, la prostitution est à la fois condamnée et comprise, voire parfois même excusée. Elle alimente et sert alors un discours sur « la crise » de la société, qui se traduirait par la misère et la décadence sociale.

Un propriétaire de bar m'explique, par exemple : « pour les hommes qui veulent coucher avec une femme, il suffit de faire un numéro de téléphone et de demander par exemple une fille de 19 ans, mince, belle, et elle arrive. Ce ne sont que des femmes qui tiennent ces affaires. Ce sont des affaires de femmes, entre femmes. Il y a des belles filles qui n'ont que leur corps à vendre. Certains disent qu'il faut les écraser, mais si tu invites une de ces filles à boire un café et que tu lui parles, tu te mets tout de suite à pleurer. Elles n'ont pas le choix. Elles doivent aller avec des cons qui ont leur femme enfermée à la maison et qui ne supporteraient pas que leur femme soit touchée par un autre. Il faut développer la femme, l'éduquer. Elles sont belles, sexy, mais illettrées et ne peuvent rien faire d'autre » Et, me désignant une jeune fille qui entre dans le bar, il me dit : « regarde celle-là, par exemple, elle n'a rien dans la tête ! »

Une connaissance qui s'intéressait à mon travail me dit un jour que, pour que j'avance « au sujet des femmes qui ont une affaire, il faut d'abord se demander d'où vient leur fonds de commerce. La plupart des femmes qui ont une affaire sont mariées avec des riches. Quand ils meurent, elles héritent d'une fortune. Beaucoup de ces femmes se sont mariées avec des hommes du Moyen-Orient. Quand elles reviennent, elles investissent ici dans un salon de coiffure ou un bâtiment à louer. Bref, c'est de la prostitution, c'est anormal. Mais quand il n'y a pas de solution, on fait dans l'illégalité. Seule une coiffeuse sur dix est stricte ». Les salons de coiffure

sont très fréquemment associés à la prostitution, car considérés comme des lieux permettant d'organiser des passes et l'arrangement de rendez-vous adultères, notamment en faisant office de centrale de messageries. On ajoute qu'une partie de la clientèle, qui vient s'y faire coiffer parfois jusqu'à tard le soir, est constituée de prostituées.

Il faut relever la figure de l'homme du Moyen-Orient évoqué dans cette histoire ainsi que dans beaucoup d'autres. Cette figure, qui s'affiche le plus souvent comme étant un Saoudien, représente, dans la région d'Agadir, le mauvais musulman par excellence ; il est décrit comme extrêmement riche, sans morale une fois sorti de son pays et il est accusé de venir au Maroc pour profiter de la plus grande liberté sexuelle qui y règne en exploitant la pauvreté marocaine. Ainsi, on accuse les Saoudiens de louer des maisons à des prix fantastiques et de s'assurer les services d'une jeune Marocaine qui devra, en plus de lui préparer ses repas et de lui faire son ménage, se plier à ses désirs sexuels. Dans les discours, les Saoudiens sont accusés de prendre en deuxièmes ou troisièmes noces de jeunes Marocaines qui acceptent le mariage, poussées par le besoin et l'appât du gain. La mise en scène de l'étranger pour jouer le client ou le principal interlocuteur des « prostituées » de toutes sortes dans les histoires marocaines (sans préjuger de leur degré de véracité) montre qu'autant l'apport économique des femmes est invisibilisé en général mais survisibilisé dans la prostitution, autant le client marocain de la prostitution est invisibilisé au profit de la survisibilisation de l'étranger (qui prend deux figures majeures : le Saoudien pour la prostitution hétérosexuelle et le Français pour la prostitution homosexuelle).

Un autre argument souvent avancé qui associe entreprise féminine et prostitution est l'idée qu'avoir son entreprise permettrait l'adultère, soit qu'un mari achète une boutique à sa femme pour qu'« elle le laisse en paix », c'est-à-dire pour qu'elle ne lui reproche pas ses activités adultères à lui, soit qu'elle utilise son travail comme moyen de sortir et de rencontrer des hommes. Ainsi, un propriétaire de boutique d'habits me dit : « les femmes qui font du commerce ne le font pas comme les hommes ; elles ont leur 'mystère' ». À ma question de savoir en quoi consiste ce mystère, il répond, faisant tout à la fois allusion à la corruption et à la prostitution : « elles peuvent faire du commerce sans argent. Ici, comme on dit, ici faut donner des vitamines ».

Les entrepreneures elles-mêmes contribuent à la circulation de ces soupçons en tenant des propos impitoyables et souvent misogynes à l'égard des comportements transgressifs d'autres femmes. Une patronne d'import export déclare par exemple : « le respect, on se l'octroie soi-même. Si un homme pense que vous êtes une femme facile, vous pouvez le remettre à sa place et ensuite travailler avec. Au contraire après, il y a énormément de respect et les choses sont claires. Un homme tente toujours sa chance mais si on se fait respecter, on se fait respecter. Il y a certaines femmes qui cherchent ce genre de problèmes, qui se mettent dans la tête que sans ça elles ne font rien et elles sont des provocatrices. Une de mes employées a eu un rapport avec un client ; elle a eu son licenciement ». Les entrepreneures alimentent donc elles-mêmes ces discours et participent largement à la circulation du soupçon de prostitution en adoptant des comportements très méfiants à l'égard d'autres femmes. Comme elles adhèrent aux discours considérant que certaines valeurs morales de la société se péjoreraient, les entrepreneures ne mettent en question ni le procédé ni la pertinence de soupçonner de prostitution les femmes qui transgressent ou sont censées transgresser certaines normes.

La prégnance de ces commérages exige qu'on les interroge en tant que construction sociale. Il faut se demander ce qui est mis en scène lorsque les femmes se disculpent individuellement des soupçons qui les touchent, continuent leurs activités d'une manière qu'elles jugent morale, et sans remettre en question la vraisemblance de tels soupçons en général. Ce qui est mis en scène, c'est une distinction formelle entre des femmes transgressant des normes, mais qui sont néanmoins des femmes morales, non justifiables de « prostitution », et d'autres femmes (peut-être fantasmées) immorales. Ce commérage permet ainsi un discours sur la norme, énonçant ce qui est possible, juste, moral dans une activité pourtant peu ou pas légitimée, et ce qui ne l'est pas. En ce sens, si le commérage renvoie à des formes de résistance par rapport aux changements sociaux, il participe également à ces derniers. Le commérage revêt donc sur mon terrain, comme ailleurs, un rôle à la fois de contrôle social et d'affirmation de normes des comportements sociaux vis-à-vis d'une réalité émergente. C'est d'ailleurs de telles logiques que relèvent, dans un autre contexte (celui des communautés maghrébines immigrées au sud de la France), Sossie Adezian et Jocelyne Streiff-Fénart : « moyen de contrôle social et instrument pour la réaffirmation des normes établies, le commérage prend pour cible les individus et les

thèmes présentant une signification particulière pour la communauté immigrée ». Puis, plus loin : « les commérages féminins jouent ainsi un rôle déterminant dans l'établissement d'un consensus sur les normes qui doivent régler les comportements familiaux » (Andezian & Streiff-Fénart, 1983, p. 253).

Quand le soupçon de prostitution les touche elles-mêmes, la réponse principale des entrepreneures consiste à tenter de s'en disculper individuellement, adoptant un procédé individualisant qui permet et même qui légitime les soupçons généralement portés sur les femmes. Elles affirment le plus souvent une froide indifférence vis-à-vis des soupçons qui les menacent, cette indifférence étant censée témoigner de leur imperméabilité à l'immoralité. Cette individualisation d'un phénomène social s'explique non seulement par leur générale adhésion aux normes de moralité locales, mais aussi par le fait que les entrepreneures ne s'appréhendent alors pas, ni de manière féministe ni surtout dans une perspective de reconnaissance professionnelle, comme un groupe dont il s'agirait de valoriser et de normaliser l'existence.

Ainsi, les entrepreneures affirment le plus souvent « se ficher » de la rumeur, aller de l'avant coûte que coûte, comptant sur le temps pour que leur moralité soit reconnue. En effet, comme nous le verrons, le développement de leurs affaires est largement tributaire de leur réputation et elles sont donc très attentives à ce que cette dernière soit positive. Et, lorsque, face au *qu'en dira-t-on* ou au *blabla*, comme le disent les Marocains, elles font savoir qu'elles « s'en fichent » ou qu'elles font « comme si de rien n'était », il est très probable qu'elles supportent en silence des vexations subies ou appréhendées. Mais ce faisant elles manifestent de la dureté, une qualité qui, à la différence des attributions familiales au système de genre européen, peut sans problème être féminine et positive ; la dureté est d'ailleurs opposée à la faiblesse (ou encore à la naïveté et à la gentillesse) qui est facilement associée à la prostitution, ainsi que le montrent certains exemples mentionnés ci-dessus. La qualité de la dureté n'est pas spécifique aux entrepreneures et elle n'est donc pas une transgression de genre : une femme qui marchande bien, une femme qui ignore les avances des hommes ou les remet à leur place, une femme qui s'impose et sait ce qu'elle est et ce qu'elle veut est dite « dure » (*sa'iba* ou *wa'ra*) et cela est bien vu. Faire preuve de dureté est donc une qualité primordiale pour être reconnue comme une femme de valeur, et c'est une qualité qui est maintes fois mise en scène et affirmée par les entrepreneures.

Ainsi, une entrepreneure, qui a monté successivement une agence de voyage puis une boutique de produits de beauté traditionnels et d'artisanat, évoque ses débuts dans le travail en tant femme divorcée et mère revenant d'Europe de la manière suivante : « quand je suis revenue au Maroc, j'ai trouvé beaucoup de problèmes avec les hommes. Je voulais être indépendante, faire quelque chose et montrer que la femme est capable de travailler, pas de faire la prostitution. Parce que, comment dirais-je, une femme jolie, jeune et tout ça, tout le monde voudrait coucher avec elle. Et j'ai réfléchi, je me suis dit qu'il faut montrer qu'une femme aussi est capable de vivre et de travailler dur pour nourrir ses enfants et d'y arriver. C'était très difficile pour une jeune femme divorcée avec des enfants. Comme j'ai appris l'allemand, j'ai commencé à travailler dans une agence de voyages, comme secrétaire, et c'est comme ça que j'ai commencé à travailler dans le tourisme. Ensuite j'ai passé mon permis de conduire pour transports en commun. J'ai acheté un ancien minibus et commencé à travailler comme guide chauffeur. Alors là, ça m'a valu des problèmes avec tout le monde. Tous les gens, les hommes, ne m'ont pas aimée du tout. Ils disaient que je suis une prostituée, que je n'étais pas bien, que je couche avec celui-là. Mais moi, ce qu'ils disent ne me regarde pas ».

Les exemples pourraient être multipliés. Une coiffeuse possédant et gérant seule son salon de coiffure compte dans sa clientèle quelques prostituées, qui viennent chez elle notamment parce qu'elles louent des chambres dans une maison appartenant à son frère. Lorsque je lui demande comment elle se débrouille avec le soupçon de prostitution planant sur elle, elle me dit, après un peu de résistance à aborder ce sujet, que les gens parlent beaucoup, mais qu'elle s'en fiche : « je sais ce que je fais et cela me suffit. Je coiffe des prostituées, mais je ne suis pas une prostituée. Les gens voient beaucoup de filles qui sortent la nuit, qui vont dans les salons de coiffure, et ils pensent que si tu parles avec elles, tu deviens comme elles ». Cette coiffeuse met également en scène une attitude ferme et dure, dans l'objectif de susciter le respect.

Autre manifestation de fermeté et de protection à l'égard de la rumeur, une patronne de salon de coiffure, attentive au respect de la morale et à la préservation de sa réputation, m'explique avoir dû licencier par deux fois des coiffeurs qu'elle trouvait pourtant très compétents et qui lui servaient en outre de « protecteurs contre les voyous » car leur présence dans son salon installait de l'ambiguïté. Elle dit également avoir interdit à l'une de ses coiffeuses que son ami l'attende dans la rue, à

la fermeture, car lui aussi installait une mixité qui n'était pas bonne pour la réputation du salon. Enfin, elle déclare refuser de coiffer des clientes qui utilisent son salon pour recevoir des appels téléphoniques d'hommes.

2.2.3. Des entreprises très diverses sur le terrain

Mes recherches m'ont peu à peu permis de découvrir des entreprises extrêmement variées et tenues par des femmes issues de divers milieux sociaux, avançant des motivations et procédant de manières différentes. J'illustre cette diversité en mettant en relief, dans ce chapitre, des profils d'entrepreneures qui me semblent être à la fois représentatifs d'un type de parcours et d'activités et différents les uns des autres. Ce chapitre répond à une visée ethnographique, présentant des parcours tels que je les ai découverts sur le terrain. Ces profils ne sont évidemment pas de strictes descriptions de la réalité mais des reconstructions réalisées dans le but de donner un panorama des possibles, à partir des entretiens que j'ai eus avec les entrepreneures, des propos tenus sur elles par d'autres personnes et de mes observations. Je recours beaucoup au discours indirect et aux citations et je n'entre pas dans le détail des pratiques et des discours des entrepreneures, qui feront l'objet du troisième chapitre et seront, dans une visée cette fois anthropologique, reconfigurés, organisés et objectivés en fonction des arguments de mon analyse.

J'ai rencontré les entrepreneures en général en me rendant directement dans leur lieu de travail, soit seule, soit accompagnée par l'un de mes informateurs lorsqu'elles m'étaient signalées par l'un d'eux. Je présentais clairement ma recherche, disant en général que je menais, pour ma thèse que je réalisais dans une université de Suisse, « une recherche sur les femmes qui, comme vous, ont une affaire » ; je précisais souvent ensuite quels différents types d'affaires m'intéressaient (petite ou grande, dans le commerce, dans l'artisanat, les services, etc.) afin que celles mes interlocutrices auxquelles le mot « affaires » (renvoyant à la catégorie émique « *m'ra a'ndha les affaires* ») semblait *a priori* disproportionné se sentent concernées. Cette explication les convainquait en général suffisamment pour qu'elles acceptent de me parler. Je n'utilisais pas, au début de mon premier séjour, le terme d'« entreprise ». Le vocable ne m'était pas venu en tête : je pensais m'intéresser « aux femmes d'affaires », une catégorie qui a cependant trouvé un écho trop restrictif, par rapport aux entreprises qui m'intéressaient, dans la catégorie émique « *m'ra a'ndha les*

affaires ». Plus tard, j'ai découvert que certaines femmes se reconnaissaient dans le vocable « chefs d'entreprise », que j'ai dès lors utilisée avec celles qui étaient susceptibles d'y adhérer, à savoir les entrepreneures qui attribuaient à leur entreprise une certaine importance et/ou qui étaient associées à l'AFEM.

Lors de ces premières rencontres, j'expliquais que je me demandais comment elles avaient eu l'idée de monter une affaire, comment elles y étaient parvenues et ce qu'elles faisaient concrètement en termes de produits, de clientèle, de fournisseurs ou d'employé·e·s. À quelques exceptions près, mes interlocutrices me répondaient volontiers, soit sur le moment soit en me donnant rendez-vous pour un jour prochain. J'étais moi aussi interrogée par elles, non seulement sur la nature exacte de ma recherche (mes interlocutrices ont souvent voulu vérifier que c'était bien un travail scientifique et non le démarrage d'une affaire que je visais), mais également sur ma vie, sur mes rapports avec le Maroc et, comme je l'ai déjà dit, sur mes premiers résultats. J'ai noué différents types de relations avec ces femmes : certaines se sont estompées après un premier entretien, alors que d'autres ont duré, certaines entrepreneures m'ayant permis ou proposé de les accompagner dans leurs activités professionnelles et/ou invitées chez elles. C'est évidemment sur les entrepreneures qui m'ont le mieux permis de les connaître que je me base pour présenter des profils renvoyant à la grande diversité des entrepreneures que j'ai rencontrées.

Aicha⁴⁹ est une entrepreneure avec laquelle j'ai eu des contacts très suivis, ainsi qu'avec sa famille et deux de ses employées. Aicha a passé du commerce de « porte-à-porte » à l'ouverture d'une boutique de tailleur à Inezgane, l'une des communes qui jouxtent Agadir. Aicha est une femme rurale et illettrée, mais *cherifa* (descendante d'un saint⁵⁰), ce qui lui impose le devoir d'entretenir et de garder le marabout de son village et qui la dote d'une certaine autorité et d'un respect de la part des villageois·e·s.

Je me rendais au souk d'Inezgane, le plus grand souk populaire de la région, avec un informateur, pour rencontrer une commerçante qu'il y avait vue et qu'il m'avait

⁴⁹ Les prénoms sont d'emprunt.

⁵⁰ Les lignages de saints (*chorfa*, pluriel de *cherif*) se disent descendants du Prophète « et sont dit aussi *ahl al baraka*, 'la famille de la bénédiction divine' » (Jamous, 1993 : 105).

signalée⁵¹. Cette commerçante tient un petit stand d'ustensiles de maison, qu'elle va acheter au nord du Maroc. Le stand appartient en fait à son mari. Comme elle est peu encline à parler et ne correspond pas vraiment au type de personnes que je cherche, je lui demande si elle connaît d'autres femmes qui gèrent une affaire leur appartenant en partie ou complètement ; elle me suggère de rencontrer deux jeunes femmes qui tiennent une crèmerie⁵² à quelques pas de là. Ces deux jeunes femmes m'apprennent qu'elles n'en sont pas propriétaires et qu'elles travaillent pour leur père. Elles m'expliquent qu'elles préféreraient avoir une affaire à elles, comme une boutique, mais qu'elles sont contentes de ne pas travailler comme aide domestique, ce que font la plupart de leurs amies. Elles insistent sur le fait que leur travail est essentiel à la survie de leur famille et elles se comparent à leurs frères qui, ne travaillant pas, sont des charges pour tout monde. Selon elles, le manque de sérieux de leurs frères est la raison pour laquelle leur père a préféré donner la gestion de la crèmerie à ses filles : il leur fait davantage confiance qu'à ses fils. Ce sont ces deux sœurs qui me suggèrent de rencontrer Aicha, qui a monté seule son affaire, une boutique de couture dans le *fandaq* (auberge, ancien marché-hôtel de marchands ambulants) qui jouxte le souk. Je me rends à sa boutique.

La boutique d'Aicha est voisine d'autres petites boutiques, toutes tenues par des hommes (un cordonnier, un bijoutier, un autre tailleur) avec lesquels Aicha me dira plus tard entretenir des relations bonnes mais distantes. Aucun habit n'est exposé dans sa boutique, qui est installée comme un atelier de tailleur, avec son espace de travail. Dans la boutique se trouve une toute jeune femme, Amina, qui m'accueille

⁵¹ Les marchands des souks marocains sont très rarement des femmes. Il faut cependant relever que dans le Rif, il existe une institution particulière, le « souk des femmes », ou plus précisément le souk réservé aux « femmes sans hommes », dont les produits vendus « sont des produits manufacturés (des tissus et des produits d'épicerie), des produits agricoles fruits du travail personnel ou des productions artisanales, des poteries et de la vannerie » (Harrajabi, 1996, p. 65). Dans les souks de l'agglomération d'Agadir, quelques très rares femmes tiennent boutique mais, comme celle que j'ai brièvement rencontrée dans le souk d'Inezgane, avec leur époux.

⁵² Petit café à deux ou trois tables où l'on peut manger des pâtisseries, des yogourts, boire des jus de fruits ou d'autres boissons.

très chaleureusement et qui me propose d'attendre la patronne. Elle me dit assez rapidement que sa patronne a deux filles dont l'une tente de monter une coopérative pour les femmes de son *douar* (bourg, par extension village). Par la suite, la fille d'Aïcha se rapprochera beaucoup car elle pense que mon intérêt pour les entrepreneures et mon identité d'occidentale pourra faire avancer son projet de coopérative. Aïcha, ses filles, Amina et moi-même nous sommes vues plusieurs fois à la boutique, chez Aïcha, à Agadir et pour des sorties dans la région.

Voici comment ces trois femmes rendent compte de l'histoire de l'entreprise d'Aïcha. Celle-ci s'est mariée jeune et a eu trois enfants, deux filles et un garçon. Son mari est tombé malade et, pour subvenir aux besoins de sa famille, Aïcha a désiré travailler afin d'acquérir une forme d'indépendance et d'apporter l'argent nécessaire à la famille, mais son mari l'en a empêché. Les disputes dues au manque d'argent dans le couple et à la volonté de travailler d'Aïcha conduisent les époux au divorce. Se retrouvant avec trois enfants à charge et la liberté de faire ce qu'elle entend, Aïcha se met à faire du commerce. Elle achète des kaftans⁵³ au nord du Maroc et à Marrakech, puis les vend dans son entourage en faisant du porte-à-porte. Aïcha raconte qu'à ses débuts dans le commerce, le fait de voyager et de sortir seule la terrorisait : elle avait l'impression que tout le monde la regardait et la jugeait. Mais elle précise que par fierté et par nécessité, elle s'est battue contre elle-même et contre les critiques de l'entourage et de sa famille, notamment de ses frères, pour continuer ses affaires.

Son commerce de porte-à-porte lui donne l'occasion de rencontrer plusieurs femmes dont certaines sont des couturières désirant vendre leur production. Aïcha commence alors à se fournir chez ses anciennes clientes et à devenir une intermédiaire entre productrices à domicile et clientes. Comme son commerce prend de l'ampleur et qu'elle reçoit un héritage, Aïcha achète un pas-de-porte à 300'000 dirhams, avec

⁵³ Robes que les femmes portent pour les fêtes.

location de la boutique à 350 dirhams par mois⁵⁴. Elle cesse dès lors le porte-à-porte, la boutique jouant le rôle d'espace d'échange entre artisanes et clientes passant des commandes. Le fait de posséder une boutique a, selon elle, considérablement augmenté le nombre de ses clientes, puisqu'y viennent aussi des femmes de la région conseillées par d'autres femmes.

Aïcha, qui ne sait pas coudre, engage une couturière, Amina, la jeune fille que j'ai rencontrée dans sa boutique. Amina s'est spontanément présentée à la boutique une fois terminé son apprentissage chez une *m'alma* (une maîtresse couturière). Elle gagne un pourcentage de 40 % sur les habits qu'elle confectionne. Pour confectionner un habit, Amina a recours à d'autres couturières et couturiers à domicile engagés selon leurs spécialités. À l'époque où je la rencontre, Amina se prépare à déménager avec ses parents dans une ville du sud. Décidée à continuer de travailler mais sans moyens, elle projette d'ouvrir sa propre boutique dans la future maison familiale.

Dans la perspective de son départ, Amina forme pour Aïcha une nouvelle couturière, Khadija. Cette dernière est une femme mariée et mère de trois enfants, qui dit vouloir travailler pour aider son mari dans les dépenses quotidiennes. Son mari a émis de grandes réticences à laisser travailler son épouse, mais a finalement accepté, à la condition que la maison ne soit pas délaissée. Elle ne peut donc passer que quelques heures par jour dans la boutique. Pour Aïcha, ses filles, Amina et Khadija, les réticences des maris à laisser travailler leurs épouses sont parfaitement attendues, bien que déplacées. En effet, expliquent-elles, la fierté des maris est entamée lorsqu'il apparaît qu'ils ne parviennent pas à assurer seuls la vie de toute leur famille. Mais, de l'avis des cinq femmes et d'une quantité d'autres personnes que j'ai rencontrées au Maroc, la crise économique contemporaine ne laisse aucune chance de survie à une famille ne bénéficiant que d'un seul revenu. De ce fait, les réticences des maris au travail de leurs femmes leur semblent irrationnelles bien que très ordinaires.

⁵⁴ Le prix des pas-de-porte est donc très élevé. Ici, il s'agit d'une minuscule boutique dans une commune pauvre d'Agadir et pourtant ce prix n'est pas accessible à la majorité. Notons qu'un salaire de SMIG est à environ 1000 dirhams par mois, certain·e·s travailleurs et travailleuses gagnant moins que le SMIG.

Aicha veut encore agrandir son affaire, et elle a tenté de décrocher un prêt bancaire, misant sur ses terres construites comme garanties. Mais le prêt lui a été refusé. Elle et ses filles sont révoltées contre ce refus, qu'elles expliquent par le fait que les banques ne prennent pas au sérieux une femme seule, donc sans appui familial ou marital, et analphabète. Quand je lui demande quel bilan elle fait de son expérience, Aicha affirme qu'elle est fière de sa lutte et de sa réussite car, selon elle, toutes les femmes n'y seraient pas parvenues. Elle est sûre qu'elle n'aurait jamais réalisé son entreprise si elle était restée mariée. Et, à la question de savoir si elle préfère sa vie active de divorcée à sa vie de femme mariée, elle hésite avant de répondre qu'il est préférable d'avoir un homme, mais qu'il ne faudrait pas que le mariage signifie pour les femmes qu'elles ne sachent rien faire, n'osent pas sortir ni parler.

Dans ce dernier constat, Aicha exprime à la fois un constat négatif sur les rapports maritaux tels qu'elle les connaît et un souhait de changement pour l'avenir, dont on peut penser qu'elle le met en œuvre notamment dans la manière dont elle élève ses filles (la cadette fait des études et l'aînée tente de monter une association de villageoises). Quant à l'avenir de son entreprise, il est contrarié par le refus de prêt des banques. La difficulté que rencontrent les femmes rurales et/ou analphabètes à accéder à un emprunt bancaire est d'ailleurs relevée par Fadela Kanouni-Bennis qui note, dans son analyse du statut des femmes rurales marocaines face à la crise : « sans terre, pas de garantie pour obtenir le crédit agricole, donc pas d'amélioration de la productivité, pas d'accès à un habitat décent, etc. Ceci est particulièrement grave pour les femmes seules, abandonnées du père, du frère, du mari – partis chercher un travail en ville ou à l'étranger – qui restent donc seules responsables de familles. Analphabètes, épuisées par leurs tâches quotidiennes, les femmes seules sont de plus rebutées par la préparation de dossiers de crédit et en général n'osent pas affronter l'administration qui reste un espace réservé aux hommes » (1990, p. 319).

La vente au domicile de la cliente, comme l'a fait Aicha à ses débuts et comme nous l'avons vu dans la partie précédente, est une activité assez fréquente. La marchandise est parfois produite par les femmes elles-mêmes, parfois achetée chez des artisanes, et parfois achetée en lots par des femmes qui soit voyagent dans ce but, soit profitent de leurs voyages au Maroc ou à l'étranger pour ramener des produits qu'elles vendent ensuite à leurs familles, à leurs voisines ou à des femmes qu'elles connaissent plus ou moins bien, qui parfois ont passé commande. Parmi ces

commerçantes, certaines définissent leurs activités comme le fait de « rendre service » en rapportant chez elles des produits étrangers à la région et réputés, dont elles savent que leurs connaissances feront l'acquisition. Prétendre rendre service, c'est transformer l'activité lucrative en acte généreux et, ce faisant, se placer dans une position de pouvoir plutôt que de devoir ; mais c'est surtout sous-entendre qu'elles n'agissent pas par besoin financier et inscrire ainsi leur travail comme une activité choisie et facultative.

La vente à domicile peut être ponctuelle et fonction des occasions ou constituer un travail plus ou moins régulier, comme le montrent les exemples qui suivent. Dans l'un des quartiers que j'ai habités par exemple, l'une de mes voisines profite de ses visites chez son fils installé à Paris pour faire commerce, dans son entourage immédiat, de produits de beauté de marques françaises. En rentrant de ses voyages, elle fait le tour des femmes susceptibles d'acheter ces produits, qu'elle leur présente et leur vend à un prix relativement bon marché par rapport aux produits exportés dans des filières plus formelles. Elle vise en particulier les femmes qui gagnent leur vie et qui bénéficient donc de revenus personnels.

Autre milieu, même type de pratique. Certaines villageoises travaillent dans les usines de poissons d'Agadir. L'une de ces ouvrières profite, un jour de semaine, de notre voiture pour remonter dans son village, un village dans lequel vivent surtout des femmes et leurs enfants, les hommes étant partis chercher du travail en ville. Je suis conduite dans ce village par l'aînée des filles d'Aïcha, qui souhaite me montrer le processus de production artisanale d'huile d'argan que réalisent une grande partie femmes du village, dans l'espoir que je parvienne à l'aider à monter une coopérative. L'ouvrière revient régulièrement au village, et elle n'y vient pas les mains vides. À un moment convivial de l'après-midi, lorsque nous prenons le thé dans l'une des maisons, elle ouvre un gros sac d'habits et présente sa marchandise aux villageoises. Elle a acheté ces habits au souk et essaie de gagner un petit profit sur leur revente. Ce jour-là, elle ne vend rien. Ses affaires, dans ce cadre, sont de toute façon modestes car les paysannes ne disposent que de très maigres revenus. Mais certaines femmes font de meilleures affaires en vendant des habits achetés au souk local à la sortie des usines de la région où travaillent des femmes salariées.

Certaines commerçantes et artisanes de milieux populaires utilisent également des espaces publics pour faire du commerce, mais en des lieux et à des moments

particuliers. Nous avons vu que l'espace public est connoté comme masculin et opposé à la maison, et que la rue est dévalorisée - les parents reprochent d'ailleurs à leurs fils d'y aller trop jouer et les hommes que l'on voit dans les cafés⁵⁵, souvent identifiés à des chômeurs, sont critiqués pour y passer là un temps absurde. La rue est bien sûr encore moins légitime pour les femmes et ces dernières évitent généralement d'y demeurer longtemps, et adoptent parfois des stratégies d'évitement, comme se faire accompagner ou utiliser voitures et taxis : « si les femmes ont accès aux activités professionnelles, l'espace public ne leur appartient pas pour autant. La traversée de la rue peut être vécue comme un supplice, du fait de la parole (ou des chuchotements), des gestes et des regards des hommes, parfois porteurs de rejet ou de menace » (1997, p. 90)⁵⁶.

Cependant, les rues et les espaces publics ne portent pas tous le même degré d'illégitimité pour les femmes. Il existe un crescendo vers une illégitimité de plus en plus importante au fur et à mesure que l'on s'éloigne du contexte familial, un crescendo entraînant souvent des protections et des signes de moralité de plus en plus importants. Le rapport aux vêtements des femmes et les relations entre femmes et hommes existant dans les familles que j'ai beaucoup fréquentées, et qui vivaient pour la plupart dans les communes populaires d'Inezgane et d'Ait Melloul, peut illustrer cette mise en scène plus ou moins importante de la pudeur et de la protection. Dans l'intimité de la maison, les femmes et les jeunes filles sont généralement vêtues de robes légères. Entre elles et les hommes de la maison ou ceux qui fréquentent régulièrement la maison, les relations sont physiquement très proches : on mange et on se repose ensemble dans le salon (le salon marocain est quasiment toujours constitué d'un long fauteuil en U qui entoure la pièce) en fonction des normes de

⁵⁵ Les cafés, en tant que lieu de sociabilité masculine, peuvent être des lieux importants pour les affaires des hommes.

⁵⁶ Korosec-Serfaty note que pour manifester sa moralité, « dans la rue elle-même, le regard masculin qui se pose sur vous ne doit pas être retourné. Au contraire, sous le regard de l'homme, la femme doit choisir l'évitement » (1997, p. 116), car « pour assumer sa responsabilité, pour défendre cet honneur, [la femme] n'a que le moyen du silence, du retrait, de la retraite, et, dans le meilleur des cas, de la délégation à un autre acteur des moyens de cette contre-offensive » (1997, p. 118).

proxémie moins distantes que celles dont nous avons l'habitude en Suisse ; la familiarité entre les un·e·s et les autres est également mise en scène par des modes d'adresse directs et sans formalité excessive⁵⁷. Lorsque ces femmes sortent faire une course dans le quartier, elles enfilent une djellaba et se couvrent éventuellement d'un foulard. Avec les commerçants du quartier, les relations se jouent d'ordinaire sur le mode clientéliste et elles sont donc à la fois familières et contrôlées du point de vue de la réciprocité. Mais lorsqu'il s'agit d'une sortie plus lointaine, par exemple à Agadir, alors les femmes se vêtent avec attention, de manière couvrante, utilisent une auto et/ou se font accompagner par un homme ; et, dans un contexte d'anonymat, une retenue exprimant le respect mutuel est moralement exigée entre hommes et femmes : peu de regards, de paroles et de l'évitement physique. Dans ces conditions, comme nous le verrons plus loin, il est évidemment plus difficile pour les femmes que pour les hommes de familiariser des relations anonymes. Cette conception de l'espace en éventail (allant du plus familier au plus étranger) touche également les hommes⁵⁸. Mais, pour les femmes, les espaces familiers sont avant tout constitués des espaces domestiques et environnant alors que les hommes disposent d'une série de relais dispersés dans l'espace public, en particulier les cafés.

Une autre particularité relative à la conception de l'espace sur mon terrain tient au caractère sacré dont bénéficient certains moments et certains lieux. Le sacré permet d'atténuer l'impureté de la rue et favorise la présence des femmes, ce dont profitent certaines commerçantes. Ainsi, toute l'année, à côté des marabouts de certains villages, des femmes exposent sur le sol du matériel pour le travail domestique (serviettes de toilette et de cuisine, seaux, etc.) et se tiennent devant leur

⁵⁷ Sur ce sujet, voir par exemple Martin (1998).

⁵⁸ Comme le relève Granié dans son étude sur le pouvoir relatif de Marocaines de milieu rural, leur légitimité dans l'espace varie également en fonction de l'âge des femmes : « La femme-enfant qui a moins de 10-12 ans peut être en contact avec des garçons et circuler librement dans le douar. [...] La jeunesse de la femme-mère est un handicap pour sa liberté. Jeune mariée, elle est à la fois sous le contrôle du mari et de la belle-famille. Ce ne sera que bien plus tard, au temps de la ménopause, que les femmes vont accéder à un statut privilégié. Elles peuvent alors discuter avec les hommes, voyager (parfois seules) et se rendre à la mosquée le vendredi » (2006, pp. 230-231).

stand une partie de la journée. Ou encore le ramadan est un mois qui donne lieu à une série d'inversions rituelles permettant notamment aux femmes d'investir l'espace public pour y faire du commerce sans que cela soit considéré comme inadéquat. Les souks accueillent alors quotidiennement des femmes qui, sur de tout petits stands, vendent du pain, des galettes et des sucreries qu'elles ont elles-mêmes confectionnés, pour les repas suivant la rupture du jeûne. Ces commerçantes occasionnelles-ci ont un bon rendement, relativement bien sûr à leur toute petite production, car cette dernière, domestique et externalisée, est appréciée des acheteurs et acheteuses.

Quant à la vente à domicile, elle peut également se faire chez soi – c'est-à-dire dans un espace parfaitement légitime pour l'entrepreneure. J'ai déjà donné quelques exemples de femmes qui utilisent leur domicile pour vendre des savoirs ou des objets qu'elles ont réalisés ou acquis. De véritables invitations-vente peuvent d'ailleurs être organisées, comme l'illustre l'exemple de Leila. Cette femme a travaillé plusieurs années dans l'informatique au Maroc et à l'étranger, mais elle cesse son travail lorsqu'elle devient mère. Quand ses enfants entrent à l'école, elle souhaite reprendre une activité lucrative. Leila est une bourgeoise d'Agadir : elle bénéficie d'argent et d'un bon réseau social dans les couches favorisées de la population de la région. Elle voyage beaucoup et très librement. Elle se met donc à acheter, dans les villes réputées pour leur artisanat, des habits traditionnels qu'elle revend ensuite à Agadir. Elle a ainsi un réseau de couturières fassies⁵⁹ qui travaillent à domicile et auxquelles elle achète des vêtements traditionnels qu'elle revend en organisant des « expositions », notamment à des moments de l'année où les femmes sont particulièrement promptes à l'achat.

Un peu avant l'Aid Fidr (la fête qui clôt le ramadan), elle met ainsi sur pied une exposition dans l'une de ses maisons. Il s'agit d'une magnifique maison de trois étages avec terrasse, située dans le centre d'Agadir, meublée sommairement mais de manière à la fois moderne (cuisine agencée) et traditionnelle (céramique, meubles en bois, tapis en laine, etc.), qu'elle cherche par ailleurs à louer et qu'elle me proposera pour un prix bien au dessus de mes moyens. Une vingtaine de femmes de bon milieu (et l'anthropologue) qui sont toutes des connaissances personnelles prennent part en

⁵⁹ « Fassi » est l'adjectif de Fès.

tant qu'invitées à cette exposition. L'exposition propose une collection de kaftans d'excellente qualité, pour la plupart commandés à des artisanes fassies. Mais leila invite également deux autres commerçantes à exposer dans sa maison : une jeune femme qui met en vente des habits modernes fabriqués à Casablanca et destinés à la France, qu'elle a interceptés grâce à un contact dans l'usine ; et une jeune artisane qui réalise des objets de décoration d'intérieur (tableaux, vases, fleurs, etc.), ces objets servant à décorer, avec leur prix négociable⁶⁰, le grand salon où se déroule l'invitation vente.

La rencontre de tout ce monde commence par un riche en-cas, canapés et petits gâteaux, accompagnés de jus d'orange, de thé et de café. Les femmes prennent d'abord des nouvelles les unes des autres puis essayent des kaftans. La sociabilité féminine, la familiarité entre les femmes ainsi que la situation de relative dette à l'égard de l'hôtesse sont propices à la vente. Les femmes essaient des vêtements et les commentent, tandis que Leila converse avec les unes et les autres, mêlant conversation phatique ou plus personnelle, compliments et propositions de facilités de paiement.

De telles ventes sont relativement fréquentes. Lorsque les hôtesse ne disposent pas d'un réseau social aussi important que celui de Leila, elles racolent des femmes, par exemple au hammam de leur quartier. Ainsi, une connaissance d'Agadir me raconte comment l'une de ses voisines, sœur d'une pharmacienne, l'a harcelée jusqu'à ce qu'elle accepte de venir à une invitation-vente de matériel de cuisine acheté en stock à Casablanca. Ma connaissance raconte que cette vente a également commencé par un goûter et que la pharmacienne a profité de sa crédibilité en matière d'hygiène pour faire un exposé vantant les mérites hygiéniques des produits mis en vente. Ma

⁶⁰ Mes données sont limitées mais cette pratique de prix pseudo-fixes mériterait d'être développée. En effet, il semblerait que la fixité des prix garantisse, dans ce milieu aisé, une certaine distinction sociale par rapport à la négociation traditionnelle. Cette distinction de classe se retrouve, par exemple, dans la valorisation que font certaines femmes de bon milieu des supermarchés européens, aux prix évidemment fixes, qui s'implantent dans les zones industrielles d'Agadir : ces femmes contrastent ces supermarchés avec le souk à travers les arguments de l'hygiène, qu'elles prétendent parfois suspecte au souk, et du gain de temps réalisé quand il n'est pas question de marchander.

connaissance, se sentant redevable de l'invitation, a fait un achat qu'elle juge rétrospectivement cher et inutile. Selon elle, à l'exception d'une femme très gênée d'avoir dû avouer ne pas disposer de la permission d'acheter quelque chose, toutes les invitées ont acquis leur lot de matériel de cuisine. Les leçons d'artisanat à domicile et la confection de pâtisserie à domicile que j'ai évoqués dans la première partie sont d'autres manifestations de ce commerce plus ou moins ponctuel.

Mais il existe aussi une série de femmes qui possèdent une boutique à l'extérieur de leur maison. Certaines femmes disposant d'une fortune démarrent leur affaire en achetant une boutique. Il s'agit le plus souvent, à Agadir du moins, de commerces d'habits pour femmes et/ou pour enfants, qui sont achetés dans des usines marocaines ou en France. « Je me fournis en France, comme tout le monde », me dit, par exemple, l'une de ces commerçantes. Au contraire de certaines femmes des milieux populaires, par exemple Aïcha, ses filles et ses employées, ces commerçantes installées dans l'économie formelle insistent souvent sur le fait que leur travail n'est pas motivé par des besoins financiers familiaux. Elles évoquent le besoin « de s'occuper » et l'envie de « bénéficier d'argent sans devoir le demander » à leur mari. Dans de telles déclarations, on reconnaît la logique déjà évoquée voulant que les femmes ne soient pas tenues de subvenir financièrement aux besoins de la famille. Mais il y a aussi l'affirmation d'une distinction sociale par la mise en évidence d'une certaine aisance financière. Et, enfin, ces femmes disent leur volonté d'acquérir ou de faire valoir une indépendance et une autonomie personnelle. Ces dernières caractéristiques semblent d'ailleurs constituer un marqueur social puisque, dans certains milieux, indépendance et autonomie financière sont très fréquemment affirmées comme des nécessités et que le fait de ne pas en bénéficier peut susciter de la honte, comme l'illustre l'exemple précédent. C'est donc, dans ces cas, le milieu social qui crée une pression à l'autonomie. Mais, lorsqu'elles affirment que leur travail professionnel n'est pas nécessaire, ces femmes reconduisent l'idée que le seul vrai travail est celui des hommes. Plusieurs d'entre elles définissent l'affaire qu'elles ont montée comme le simple développement d'une activité qui leur plaît. Elles expriment l'idée d'un libre choix qu'elles auraient réalisé, et elles endossent cependant très volontiers l'identité de patronne, comme si ce statut les distinguait des autres travailleuses.

Ce type d'affaire considérée comme importante pour soi peut être illustré par le cas d'une jeune femme qui, mariée très jeune et très vite mère, dit s'être tout aussi vite rendu compte qu'elle s'ennuyait à la maison. Son père lui a alors offert une boutique dans une galerie marchande du centre d'Agadir. La boutique est petite, assez vide et expose, à des prix très élevés pour le Maroc, une série d'habits qu'on trouve dans les boutiques occidentales pour jeunes femmes mais qu'on ne voit pratiquement jamais portés dans les rues d'Agadir : tops, jupes et robes courtes, chemisiers transparents. Comme beaucoup de femmes de milieux aisés, cette patronne est très mobile ; sa famille est d'ailleurs répartie entre Agadir, Casablanca et Paris, et elle a l'habitude de voyager. C'est sur ce réseau largement réparti qu'elle développe son travail, en achetant des habits qu'elle revend dans sa boutique. Elle vient sporadiquement à la boutique, ayant engagé une jeune vendeuse qui tient régulièrement le magasin pour 900 dirhams par mois. C'est avec cette jeune vendeuse que j'ai d'abord eu contact, en me baladant dans la galerie et posant des questions sur les propriétaires des boutiques. Pour rencontrer la patronne, je reviens à plusieurs reprises dans le magasin, sur les conseils peu informés de la vendeuse avec laquelle je fais dès lors plus ample connaissance. Eu égard au type d'habits vendus dans la boutique, elle affirme que beaucoup de ses clientes sont des prostituées. Elle prend néanmoins soin de me dire que ce sont des personnes très agréables à fréquenter et honnêtes, contrairement à ce que les gens en disent et à ce qu'elle pensait avant de travailler dans cette boutique. Son travail de vendeuse lui donne l'occasion de se créer, parmi la clientèle du magasin, une petite clientèle privée pour exercer sa formation de modéliste à son compte. Elle rêve d'ouvrir sa boutique, mais n'en a pas les moyens. Quant à la patronne, je finis quand même par la rencontrer et, informée par sa vendeuse de ma requête, elle m'accorde un long entretien lors duquel elle s'offusque longuement de la mentalité « arriérée » du Sud du Maroc, puisqu'elle sait que ses activités de femme d'affaires et sa boutique sont plutôt mal vues. Elle contraste cette mentalité avec l'ouverture d'esprit de son père et de son époux, qui encouragent son affaire.

Comme le commerce, l'artisanat peut passer par plusieurs stades allant de l'artisanat à domicile à l'ouverture d'une boutique ou d'un salon de coiffure, en passant par le travail chez des clientes. Chikhaoui (2002) parle, pour les artisans qui parviennent à commercialiser leur production, d'entrepreneurs artisans. Pour ces derniers comme

pour mes interlocutrices, que je nomme par analogie entrepreneures artisanes, il s'agit d'un statut bien plus confortable que celui des artisan·e·s qui ne maîtrisent pas les circuits de commercialisation. Un secteur particulièrement rude à cet égard est celui des produits de l'artisanat destiné au marché touristique ; ces produits sont le plus souvent réalisés et achetés en milieu rural par des intermédiaires, puis revendus plusieurs fois leur prix d'achat chez des bazaristes installées dans les centres touristiques du Maroc ou par des exportateurs (Chikhaoui, 2002).

Dans leur grande majorité, les entrepreneures artisanes qui ont pignon sur rue sont les patronnes coiffeuses⁶¹ qui sont parfois également esthéticiennes. La deuxième catégorie d'artisanes ayant pignon sur rue sont celles qui ont ouvert des boutiques d'habits traditionnels (*beldi*). Ces boutiques sont assez rudimentaires dans des quartiers périphériques et souvent très luxueuses dans le centre d'Agadir. Dans ce second cas, elles sont composées d'une première pièce d'exposition et d'une seconde pièce où se déroule une partie de la confection (la majorité de la confection étant distribuée aux artisanes et artisans à domicile). Elles comportent en outre souvent un coin de type « salon » car la propriétaire, ses employées, qui sont à la fois artisanes et tiennent la boutique en l'absence de la patronne, ainsi que les clientes aiment s'asseoir pour travailler, discuter ou négocier. On trouve en outre quelques rares boutiques ouvertes par des pâtisseries ou par des décoratrices.

Les propriétaires de boutiques de vêtements traditionnels s'affirment artisanes, mais elles ont parfois bénéficié d'une autre formation. Comme les commerçantes, certaines disent avoir ouvert leur boutique par goût pour leur artisanat, d'autres parce qu'elles ne trouvent pas de travail dans leur profession ou encore parce qu'elles souhaitent être leur propre patronne. Comme les commerçantes également, une majorité d'entre elles disent profiter d'une nouvelle clientèle féminine : les femmes seraient enclines à adopter de nouvelles pratiques consuméristes autour de la mode et de l'esthétique mais aussi, selon certaines, de la morale. « Ces barbus qui vendent des sous-vêtements au souk alors qu'ils ne peuvent pas regarder une femme, c'est hypocrite. Les femmes qui doivent acheter leur soutien-gorge devant tout le monde,

⁶¹ Du reste, dans les catégories administratives, les coiffeuses et les coiffeurs relèvent de la Chambre de l'artisanat et non de la Chambre de Commerce et d'Industrie.

ça n'est pas logique. Ici, la femme est tranquille pour choisir ses habits, pour se changer, pour recevoir de bons conseils », m'explique, par exemple, une entrepreneure artisanne qui vend quelques sous-vêtements dans sa boutique. « Les maris n'aiment pas qu'un homme prenne les mesures de sa femme. Les femmes honnêtes non plus, c'est embarrassant un homme qui vous tourne autour, vous voit. Ici nous sommes entre femmes, il n'y a aucun problème », me dit une autre entrepreneure artisanne. Aussi, à côté de la figure de la cliente ou de la patronne prostituées, on trouve la figure de la cliente et de la patronne à la moralité exemplaire, qui préfère à la mixité la décence d'un espace exclusivement féminin.

Quant à l'argument de la mode et de l'esthétique, les artisanes disent, comme les commerçantes, profiter de changements sociaux voulant que les femmes consacrent de nos jours davantage de temps et d'argent à prendre soin d'elles en s'offrant des soins et des habits. Mais plusieurs artisanes ajoutent à cet argument concernant la clientèle celui de leurs compétences professionnelles en tant que femme artisanne. Ainsi en est-il des coiffeuses qui disent répondre aux changements d'habitudes des Marocaines en se tenant au courant des derniers produits et techniques et en participant à des salons. Des couturières déclarent de leur côté que, pendant des décennies, les hommes ont conçu pour les femmes des habits toujours pareils, alors qu'elles-mêmes s'inspirent de différentes traditions, notamment occidentales, pour casser le traditionnel « ton sur ton » en confectionnant des costumes de plusieurs couleurs et en travaillant sur différents types de tissus et de coupes : « la mode maintenant ne fait plus du ton sur ton, mais arrange les couleurs et les matières », affirme une entrepreneure artisanne possédant une boutique de vêtements traditionnels chic d'Agadir, que fréquentent des émigrées de retour à Agadir pour les vacances et des bourgeoises de la ville. L'une de ses employées, qui tient la boutique en son absence et qui confectionne des vêtements, explique à son tour, en montrant un kaftan : « j'ai des idées et je fais en fonction de mes idées, par exemple ces manches transparentes faites à la main ». Les artisanes valorisent ainsi la qualité des produits qu'elles mettent sur le marché, adaptant la tradition aux goûts et aux besoins du jour et/ou créant ces derniers en innovant et en valorisant leurs productions. Certaines d'entre elles disent devenir, en retour, des inspiratrices pour la mode occidentale. Elles ont dans leurs boutiques des journaux de mode et il est souvent arrivé qu'elles

mentionnent et me montrent les modèles de grands couturiers français dans lesquels on reconnaît un style oriental.

Dans ces arguments, moraux et esthétiques, les entrepreneures affirment que c'est leur qualité de femme qui font d'elles des professionnelles adéquates puisque, comme l'ont déclaré plusieurs d'entre elles, « seule la femme connaît la femme »⁶². On retrouve ici une logique de naturalisation qui a été bien mise en évidence par les analyses du travail dans une perspective de genre : « le secteur des services et celui du commerce en particulier, la division entre les sexes reste très marquée. Que l'on songe, par exemple, à la tenue de certaines boutiques, telles que les merceries, fleuristes, mode féminine, etc., qui était et est restée très fréquemment une affaire de femmes » (Fortino, 2000, p. 29)⁶³. Fortino s'intéresse à l'Europe, mais son analyse pourrait s'appliquer aux cas marocains qui nous occupent. Avec leurs arguments moraux et esthétiques renvoyant à une non-mixité, les entrepreneures d'Agadir entretiennent un différentialisme sexuel. Plus encore, elles s'en prévalent lorsque ces arguments sont utilisés comme facteurs de valorisation de leurs entreprises ou quand elles vont jusqu'à prétendre que leur existence est une nécessité morale. Bien sûr, les activités des entrepreneures les mettent souvent en contact avec des hommes, notamment parce qu'elles achètent leur matériel le plus souvent chez des marchands. Dans ces cas, soit la mixité n'est pas présentée comme posant un quelconque problème, soit, par exemple, lorsqu'il s'agit de rencontrer un client ou un fournisseur en tête-à-tête, elle est présentée comme devant être délicatement gérée, comme nous le verrons précisément dans la partie destinée à l'analyse de leurs pratiques. Comme la plupart des principes, celui de la non-mixité s'adapte donc aux situations au point

⁶² A propos des arrangements matrimoniaux faits par les femmes, Camille Lacoste-Dujardin (1992, p. 154) relève dans le même sens cette idée qui semble assez partagée: « et qui peut mieux juger une femme qu'une autre femme alors que la ségrégation empêche hommes et femmes de se fréquenter ».

⁶³ Sabine Fortino (2000, p. 26) décline plus précisément les « travaux des femmes », à savoir « couturière, lingère, infirmière, sage-femme, domestique, nourrice, institutrice, sténodactylo, secrétaire, etc. et les autres activités comme par exemple le maintien de l'ordre, le travail industriel ou encore l'ingénierie, traditionnellement dévolues aux hommes ».

que parfois il n'est plus question de l'appliquer ; lorsqu'il est activé, il n'en revêt pas moins un caractère d'évidence.

Je propose deux exemples pour illustrer le travail des entrepreneures artisanes : celui de Fatima, qui gère une boutique de vêtements, et celui de Nezha, qui a monté une école de coiffure.

Fatima m'est signalée par une artisane pâtissière comme une personne à rencontrer absolument en raison de son ancienneté et de sa réussite dans la branche ainsi que des difficultés qu'elle rencontre toujours avec sa belle-famille. Je me rends donc à l'adresse donnée, une boutique de vêtements traditionnels sur un boulevard passant d'Agadir où l'on trouve plusieurs magasins de luxe. La boutique est composée d'une première pièce au bout de laquelle se trouve un grand comptoir servant également de table à mesurer et découper les tissus. Derrière ce comptoir s'ouvre une autre pièce, un atelier dans lequel travaille une artisane. La personne qui m'accueille se présente comme la sœur de la patronne, qu'elle remplace quand cette dernière est occupée ailleurs. En l'occurrence, la patronne s'occupe de ses petits enfants, avec lesquels elle revient un moment plus tard à la boutique. Sollicitée de toutes parts dès son retour, elle me demande de revenir un autre jour. J'aurais ensuite quelques conversations avec elle. Fatima est une femme d'une cinquantaine d'années et elle se définit comme la première femme entrepreneure de la ville. Elle explique que, mariée avec un riche propriétaire terrien, elle a ouvert, 20 ans plus tôt, la première boutique de *beldi* d'Agadir. Sa belle-famille a fait opposition à son projet en évoquant la honte qu'elle faisait porter à son mari. Mais Fatima a tenu tête à la famille. D'après elle, son affaire marche bien grâce à une clientèle de femmes qui ne peuvent ou ne veulent pas fréquenter un couturier pour des raisons de décence. Fatima, qui cousait de puis l'âge de 15 ans, ne coud plus depuis qu'elle est patronne. En plus du travail dans l'atelier de sa boutique, Fatima distribue des tâches à des couturières et couturiers à domicile. Elle recourt à l'aide de sa sœur qui tient la boutique lorsqu'elle n'est pas là. Elle commande des tissus à l'étranger ou à Casa, où l'on trouve des tissus importés. Elle aime voyager et fréquente les salons de couture, notamment en France. Bien que son affaire soit bien ancrée, lors de mon premier séjour, Fatima a subi d'importantes pressions pour qu'elle ferme boutique de la part de son mari et de sa belle-famille. Mais elle y résiste, notamment en rappelant qu'avec son argent, qu'elle dit par ailleurs gérer comme elle l'entend, elle a aidé son

mari lors d'une grande sécheresse. De plus, elle fait pression sur ce dernier et sur sa belle-famille en rappelant qu'à cette occasion, le principe voulant que seul l'homme subvienne aux besoins de sa famille a lui-même été transgressé.

Nezha m'est signalée par une jeune employée d'une imprimerie qui compte monter une affaire et que connaît un membre, libraire, d'une famille que je fréquente à Agadir. Nezha a fait des études dans le domaine de la coiffure et de l'esthétique en France et elle a ouvert une école dans ce domaine à Agadir. Nezha met en scène son professionnalisme et, par exemple, elle évoque l'étude de marché qu'elle a réalisée avant de s'installer dans un quartier central de la ville, où son école occupe un étage d'un immeuble. L'école accueille des filles qui, selon ses termes, ont raté ailleurs, pour une année de formation au terme de laquelle elles font des stages. Plusieurs types d'avenir s'offrent à ces jeunes diplômées. Parfois, elles trouvent un travail à l'étranger ou dans les hôtels d'Agadir ; d'autres fois, elles se font engager dans un salon de coiffure ; certaines font du porte-à-porte et se constituent une clientèle privée ; et enfin les plus aisées ouvrent leur salon. Comme beaucoup d'autres professionnelles de la coiffure et de l'esthétique, Nezha juge primordial de « rester à la page » pour nourrir la pratique et l'enseignement. Dans cet objectif, elle parcourt les foires et alimente ses contacts avec ses connaissances européennes. Elle attribue le succès de son entreprise d'abord à elle-même : force, persévérance, savoir. Et ensuite aux changements d'habitudes des Marocaines en matière de soins : alors qu'avant les femmes « ne se faisaient belles que pour les fêtes », actuellement elles aiment prendre soin d'elles quotidiennement et sont attirées par les techniques et les produits occidentaux.

Nezha affirme que ses débuts ont été très difficiles et qu'elle a dû « foncer sans se soucier des 'qu'en dira-t-on' », tant son projet a suscité de méfiance, non seulement en raison des pratiques qu'adopte Nezha telles que voyager, aller à l'hôtel et faire des contacts, « ce qui n'est pas facile pour une femme », mais aussi en raison du caractère même de l'entreprise. On se souvient que les coiffeuses en particulier sont facilement soupçonnées de frayer avec la prostitution. Lorsqu'on l'accuse plus ou moins directement dans ce sens, Nezha dit qu'elle répond : « oui, j'ai un bordel, des chambres, venez voir », ne cherchant pas à se défendre autrement qu'en poursuivant son entreprise, souhaitant prouver à sa famille et à la société qu'« une femme peut réussir ». Elle attribue son succès à ses parents qui, « très cultivés », l'ont soutenue

dans son choix et l'ont aidée financièrement. Elle pense également que son éducation et son allure très occidentale sont un avantage pour elle, parce qu'on ne pense pas toujours qu'elle est marocaine.

Elle raconte une anecdote qui la laisse quelque peu amère, mais qui, selon elle, signe sa consécration en tant qu'entrepreneure honnête. Un jour, raconte-t-elle, un homme lui a dit en considérant sa réussite : « je voudrais vous faire un compliment, mais je ne sais pas quoi dire... Ah, voilà ! Je sais ce que je vais vous dire : vous êtes un homme ! ». Il faut noter que ce compliment fait écho, ici sans ironie et positivement, à l'expression arabe « *Aicha rajel* » (« Aicha l'homme ») qui connote négativement celles qu'en français, on appellerait « garçons manqués »⁶⁴. L'expression utilisée par l'interlocuteur de Nezha montre que ce dernier n'a pas trouvé ailleurs que dans une référence au masculin la manière de définir les traits de caractère qu'il admire chez Nezha, non pas dans le sens où il lui nie ses qualités féminines mais plutôt où il lui en ajoute des masculines. Cherifa Bouatta (1992) relève dans le même sens l'utilisation de l'expression « ma fille est un homme » ou « ma fille est comme un homme » par des mères à l'égard de leurs filles professionnellement actives, qui dotent leur famille en biens matériels et symboliques (télévision, meubles, aménagement d'une salle de bain, d'une cuisine, etc.). Par de telles expressions, la mère « exprime sa fierté et propulse sa fille dans un statut socialement respectable. En effet, devant ce genre qui ne respecte plus ses prescriptions, la mère se trouve devant une dimension inhabituelle à laquelle elle ne trouve de solution qu'en se tournant vers le genre masculin. Ce faisant, elle procède à une opération d'ancrage en rendant familier, connu, ce qui dans le registre traditionnel peut paraître comme anémique » (Bouatta, 1992, pp. 180-181). Nezha considère ce « compliment » avec ambiguïté : si elle y voit l'expression d'une reconnaissance, elle constate et regrette aussi l'« étroitesse d'esprit » de son admirateur qui ne peut envisager qu'une femme soit reconnue comme telle dans le monde des affaires.

À l'image de Nezha, quelques coiffeuses ont monté des écoles de coiffure et d'esthétique. Comme les *melmet* (pluriel du *melma* : maîtresse), elles forment des jeunes coiffeuses, mais sur le mode moderne de l'enseignement de type scolaire,

⁶⁴ Voir à ce sujet Malek Chebel (1998) et Cherifa Bouatta (1992).

avec coût des études, examens et diplôme à la clé. Ces femmes-là sont des artisanes qui, comme les couturières, ne produisent plus mais gèrent un réseau d'employé·e·s et une clientèle, finissent par être surtout entrepreneures. Ces modes de faire se retrouvent aussi chez d'autres *melmet* qui ne sont pas artisanes : les institutrices qui, profitant du salariat féminin et d'une baisse de légitimité de l'emploi des bonnes pour la prise en charge de petits enfants⁶⁵, ont ouvert des écoles maternelles, plus ou moins légales, et de prix ainsi que de qualité très diverses. Les écoles maternelles occupent parfois une partie du domicile de la directrice. Enfin, certaines artisanes travaillant toujours au domicile de leurs clientes sont celles qui font du henné lors de fêtes et les *negaffat*, qui sont engagées le temps d'un mariage, pour lequel elles apportent leur matériel, leur savoir, et leurs employés au domicile des client·e·s⁶⁶. La fonction principale des *negaffat* consiste à rendre belle la mariée et à cet effet elles la maquillent et l'habillent (le mariage passe par un rituel de présentation de la mariée dans plusieurs robes). Elles prodiguent également des conseils sur la nuit de noces et sur la contraception.

⁶⁵ Camille Lacoste-Dujardin relève qu'« il semble y avoir au Maroc plus encore que dans les autres pays du Maghreb, une certaine tradition de l'emploi en nombre de jeunes filles rurales, filles de paysans appauvris comme domestiques de la bourgeoisie citadine » (1992, p. 331). Cependant, deux types de discours délégitimant l'emploi des bonnes circulent actuellement au Maroc. Suite à différentes dénonciations et notamment à une campagne contre l'emploi des petites bonnes (voire notamment Guessous (2002)), il n'est plus très bien vu d'employer des petites bonnes et certaines personnes condamnent violemment cette pratique, bien qu'elle ait toujours cours. Un autre discours qui tend à délégitimer l'emploi des bonnes est un discours très élitaire qui condamne le « manque d'éducation » des bonnes et le fait qu'elles ne sauraient pas s'occuper des enfants, qu'il faut plutôt confier à des personnes ayant une formation d'institutrices. Enfin, ce discours s'inscrit plus généralement dans un discours violent et misogyne à l'égard des bonnes dans lequel on argue que leur « manque d'éducation » faciliterait des relations adultères avec le mari ; bien sûr, on retrouve dans ce type de propos la transformation bien connue de la victime en coupable.

⁶⁶ Leur matériel sont les différentes robes dont la mariée est habillée, l'*ammariya* (plateau sur lequel la mariée est portée), les trônes sur lesquels les mariés sont assis. Les employés sont les personnes qui portent ce matériel ; le cas échéant, les *negaffat* font l'intermédiaire avec d'autres personnes engagées, comme les groupes de musique ou les coiffeuses.

Enfin, voici quelques portraits de femmes ayant monté une affaire dans un milieu masculin, que je présente en fonction de trois types de démarrage : celles qui ont monté une affaire dans le domaine dans lequel elles étaient salariées auparavant, celles qui montent une affaire dans un domaine familial, prolongeant ainsi l'entreprise familiale, et souvent après avoir réalisé des études dans le domaine qu'elles investissent, et enfin celles qui héritent d'une affaire.

J'ai rencontré Mbarka grâce à un fonctionnaire de la Chambre du Commerce et de l'Industrie qui me l'a signalée comme la représentante de l'AFEM à Agadir. Mbarka est connue de cette Chambre pour avoir organisé une exposition de meubles mais elle ne se reconnaît pas du tout comme représentante de l'AFEM à Agadir. Mbarka a travaillé plusieurs années dans une affaire étrangère d'import-export de meubles. Elle décide de se mettre à son compte dès que ses derniers enfants entrent à l'école. Elle raconte qu'elle a pris exemple sur l'entreprise dans laquelle elle était employée pour monter une affaire similaire entre l'Europe et l'Afrique. Ses fonds de départ proviennent de ses économies. Ses locaux, où je la rencontre plusieurs fois, sont situés au centre d'Agadir. Elle emploie une secrétaire réceptionniste et quelques manutentionnaires. Mbarka dit n'avoir rencontré aucune difficulté de démarrage en raison du fait qu'elle connaît bien le marché. Elle affirme néanmoins qu'en tant que femme, il faut « être forte » et « savoir se faire respecter », ne pas être timide ou effacée, car ces derniers comportements suscitent des comportements harceleurs de la part des hommes. Elle attribue le succès de son affaire à sa connaissance de la branche et au fait qu'elle noue avec les clients des relations suivies et de confiance. Elle évoque des spécificités morales et féminines relatives aux modes de relations avec la clientèle : par exemple, elle refuse les dîners d'affaires et n'accepte que les déjeuners, même si cette contrainte lui vaut parfois de manquer des affaires. « La place d'une femme le soir est à la maison », déclare-t-elle. Elle affirme tenir moins à son entreprise qu'à sa réputation et à ses enfants, pour lesquelles elle sacrifiera son entreprise en cas de problème. Elle se définit comme une femme moderne. Elle est issue d'une famille qui est dans les affaires et qui l'a soutenue lorsqu'elle a décidé de monter sa propre entreprise.

Fatna m'est signalée par l'une de mes connaissances qui cherche, pour moi, des femmes d'affaires : l'un de ses amis, travaillant dans un local voisin de celui de Fatna, lui parle de cette jeune propriétaire d'une agence de voyage à Agadir. Fatna

m'explique que c'est son père, un hôtelier de la région, qui lui a ouvert cette agence après ses études. Elle décrit son affaire comme demandant beaucoup de temps et marchant plutôt mal. Elle n'entrevoit pas de difficultés particulières pour les femmes, arguant qu'elles sont pareilles à celles que rencontrent les hommes : lenteurs administratives et pots-de-vin qu'il faut donner. Plus encore, Fatna repère plusieurs avantages au fait d'être femme plutôt qu'homme d'affaires et elle donne à cette affirmation un argument tenant au type de comportement qu'adoptent les femmes en général. Si les choses sont plus faciles pour une femme que pour un homme, dit-elle, c'est en raison du fait que quand une femme se lance dans quelque chose, elle le fait avec sérieux, amour et s'arrange pour réussir. Si elle peut y mettre tout son amour c'est, dit-elle, en utilisant l'argument du caractère facultatif de l'emploi féminin, parce que son travail n'est pas une nécessité comme il l'est pour l'homme qui a le devoir de subvenir aux besoins familiaux. Par ailleurs, les femmes ont de meilleurs contacts avec les hommes que les hommes entre eux car les relations entre femmes et hommes sont plus intimes et se transforment facilement en amitié ; les femmes savent mettre les hommes en confiance. Elle illustre ces propos en expliquant que dans ses contacts professionnels avec les hommes, elle prend la peine de leur demander de leurs nouvelles, qu'ils en donnent facilement, se confiant volontiers à elle. De ce fait, les relations professionnelles se transforment en relations amicales, c'est-à-dire en relations de confiance, ce qui, juge-t-elle, est excellent pour les affaires.

Cependant, Fatna mentionne parallèlement toute une série de difficultés d'ordre social qu'affrontent les femmes d'affaires, ces difficultés renvoyant d'après elle à la sévérité du regard qui est porté sur elles. Ainsi, dit-elle, on accuse les entrepreneuses d'être prétentieuses et inaccessibles. De son avis, les hommes préfèrent les femmes effacées, voire idiotes et dans tous les cas inférieures à eux. Il est ainsi difficile pour une femme de se marier sans abandonner son entreprise. Enfin, le domaine du tourisme en particulier est mal vu pour une femme, puisqu'il exige de voyager, de fréquenter des hommes, de participer plusieurs fois par année à des salons pour y rencontrer des fournisseurs et pour se faire une clientèle, ainsi que de rentrer souvent tard. Ces exigences professionnelles font, poursuit-elle, qu'il est nécessaire pour une femme qui se lance dans les affaires d'avoir, comme elle, un milieu familial ouvert et familier du milieu international et touristique.

Face aux soupçons qui pèsent sur la moralité des femmes entrepreneures, Fatna prétend que la seule manière de gagner sa place est de se faire respecter et de se respecter. Elle dit y être parvenue en adoptant des comportements moraux, différents de ceux qui sont ordinairement adoptés par les hommes d'affaires. Par exemple, illustre-t-elle, elle quitte les soirées lorsque les gens commencent à trop boire et, pour sa part, elle ne boit jamais. Et elle s'arrange pour déplacer ses invitations dans des villes plus libérales qu'Agadir et où personne ne la connaît.

Deuxième exemple, très différent, d'entreprise familiale, une affaire de restauration tenue par deux sœurs. Au port d'Agadir, on trouve une rangée des petits restaurants populaires. Ils sont chacun constitués d'une longue table et d'un stand présentant des poissons et crustacés et comportant le matériel de cuisine nécessaire pour les frire. C'est en allant manger au port avec des amis que ces derniers me signalent un stand portant un nom féminin, « Chez Naima », et me disent qu'il doit s'agir d'une patronne. Mais pour des raisons de fidélité, nous sommes tenus de nous asseoir au restaurant que fréquentent d'ordinaire mes amis. Et c'est à ce stand, après le repas, autour d'un thé, que j'aurais une première conversation avec l'une et l'autre des deux sœurs. Le père de ces deux sœurs était pêcheur. Ce pêcheur a ouvert un restaurant pour ses filles et afin de garder, dans le cadre d'un travail familial, la maîtrise de la vente de sa pêche. Introduites à ce monde par leur père et bénéficiant de ses produits lorsqu'il travaillait encore, les sœurs affirment, comme d'autres entrepreneures, qu'elles « travaillent mieux que les hommes ». Elles évoquent différents problèmes de reconnaissance et de légitimité qu'elles rencontrent ainsi que l'entêtement et la force dont elles disent devoir faire preuve pour y résister. Elles racontent par exemple une histoire mettant une fois encore en scène un Saoudien. Alors qu'elle servait un Saoudien, ce dernier a dit à l'une des sœurs : « ne me touche pas, je vais aller faire ma prière »⁶⁷. Très humiliée, elle lui a jeté sa salade sur la table de manière à ce que le contenu se disperse, puis elle s'est mise à pleurer. Le Saoudien a voulu régler l'affaire en lui donnant 200 dirhams, mais elle ne les a pas acceptés. Dans cette histoire et bien qu'elle mette en scène un étranger, ce qui est raconté est que le travail des femmes peut être considéré comme immoral (salissant, impur), qu'une

⁶⁷ Une manière de dire que la jeune femme est impure et qu'un contact avec elle le contaminerait.

femme qui travaille dans un restaurant est considérée comme une prostituée, et qu'une réponse adéquate à ces idées est de garder la tête haute.

Enfin, certaines entrepreneures héritent d'une affaire. Ce type de démarrage est plutôt rare, mais nous verrons qu'il sera une figure emblématique en 2006, lorsque les entreprises féminines acquièrent une visibilité sociale. Keltoum m'est signalée par un ami d'ami, qui tient une affaire similaire. Elle et son mari sont venus de Casablanca à Agadir pour ouvrir un commerce de matériel de bureau, envoyés par la maison-mère 22 ans plus tôt. Keltoum était dactylo pour son mari. Six ans avant que je la rencontre, son mari décède et elle reprend l'affaire à son propre nom. L'entreprise compte une dizaine d'employé·e·s (deux secrétaires, un comptable, des techniciens et des commis). Keltoum a deux enfants, auxquels elle souhaite offrir des études en Europe. Ses enfants sont selon elle la motivation principale de son engagement professionnel : « j'ai repris l'affaire de mon mari sans rien savoir. C'était une obligation car j'avais deux petits enfants, et rien sauf une maison, une petite retraite mais aussi des traites et des dettes dans l'entreprise. Ma vie alors a complètement changé. Avant j'étais arriérée, effacée. J'ai dû tout apprendre : la comptabilité mais surtout à faire des contacts, la vie publique, quoi ». Nous verrons, dans la partie suivante, comment le renvoi à l'amour maternel constitue un argument de légitimation du travail professionnel des femmes – ce qui va à l'encontre de bien des discours, occidentaux notamment, assignant les femmes au travail domestique.

Keltoum évoque des débuts très difficiles : téléphoner, rencontrer des gens, exiger des remboursements, nouer différents contacts professionnels, etc. sont des activités qu'elle dit avoir eu grand peine à réaliser, car elle est « timide ». Elle explique que rien ne la destinait à devenir patronne : elle n'a fait que l'école obligatoire et pensait « se marier et voilà ». Elle provient d'une famille modeste, et raconte à ce sujet : « en allant chercher l'un de mes enfants hier avec ma mère, je lui ai dit que si j'avais su qu'il y avait tant d'écoles, si j'avais été soutenue, j'aurais aimé faire des études. Ma mère m'a répondu qu'elle non plus ne le savait pas ».

Keltoum dit regretter la tranquillité de la vie qu'elle menait avec son mari mais elle est aussi très fière du parcours qu'elle a réalisé. Pour ce qui concerne le travail domestique, elle est quotidiennement aidée par une bonne et par sa mère. Keltoum rend compte d'une vie assez soucieuse : le soir, elle se met devant la télé pour « se vider la tête », tant elle a « de soucis et de maux de tête » car elle « pense tout le

temps à son travail ». Élaborant sur le fait d'être femme et entrepreneure, elle déclare lors de l'un de nos entretiens : « la femme est plus faible que l'homme donc c'est plus difficile pour elle ». Puis elle se reprend et me dit : « mais pourquoi je vous dit ça ? Sans doute parce que c'est l'idée que j'avais en tête quand j'étais mariée. Mais ce n'est pas vrai du tout ! ». Elle précise que « le commerce, c'est facile, mais c'est les gens qui sont difficiles. Certains préfèrent aller en prison que payer, mais comme ici les gens se connaissent, on ne va pas les ennuyer trop en les mettant en poursuite, surtout qu'ils nous aident à d'autres occasions ». Elle conclut qu'en fait, ce qui est difficile pour une femme, c'est « d'avoir des dettes en raison de créances non remboursées. Je ne supporte pas de ne pas être en ordre. D'ailleurs les banques maintenant, depuis la guerre du Golfe, acceptent moins les grands retards. Les hommes s'en fichent davantage de ce genre de choses ». Elle explique aussi que ses scrupules sont critiqués par son banquier, un homme qui l'a beaucoup encouragée, qui lui répète qu'elle est une excellente femme d'affaires et qu'elle ne devrait pas se faire tant de soucis pour ses dettes. De même, sa sœur lui reproche d'être trop douce, alors qu'il faut être dure. Enfin, faisant allusion aux solidarités communautaires, elle déclare qu'elle aimerait savoir le berbère car si c'était le cas, son activité commerçante serait facilitée, notamment parce qu'elle obtiendrait de meilleurs prix. De plus, elle ne comprend pas ce que disent ses employé·e·s, entre eux ou même parfois avec des clients. « Je leur demande 'qu'est-ce qu'il dit ?' Parfois on me répond la vérité, et parfois non ». Par la manière dont elle se présente et évoque l'univers professionnel dans lequel elle œuvre, Keltoum met très bien en scène deux éléments sur lesquels je reviendrai lors de l'analyse ; d'une part, le côté fortuit mais nécessaire de son travail, dû fait que l'homme qui le réalisait a disparu ; d'autre part, les scrupules et l'honnêteté censés caractériser les entrepreneures et le fait que cela présente, de l'avis général (représenté ici par sa sœur et son banquier), à la fois des handicaps et des qualités pour ces entreprises.

2.2.4. Différences et similitudes des entreprises tenues par des femmes en 2002-2003

Occasionnel ou régulier, inscrit dans le secteur formel ou informel, de petite ampleur ou plus important, l'entrepreneuriat féminin s'étale largement sur la hiérarchie

sociale⁶⁸. La position des entrepreneures sur la hiérarchie sociale a d'importantes implications sur la manière dont elles envisagent et réalisent leur travail, tant il est vrai que « le rapport social de genre n'existe jamais à l'état 'pur'. Il est toujours médiatisé par une articulation avec d'autres types de rapports sociaux » (Le Feuvre, 2006a, p. 38). Aussi, dans la synthèse de ce chapitre, j'adopte deux procédés. En reprenant les profils présentés ci-dessus, je résume la variété des entreprises que j'ai découvertes en fonction de quelques dimensions et je montre, à l'intérieur de ces dimensions, la diversité des modes de faire et des justifications données en fonction des différentes positions des entrepreneures sur la hiérarchie sociale.

Il faut d'abord relever que différents moyens ont permis le démarrage de ces entreprises. Certaines entrepreneures recourent à des fonds propres, issus d'un héritage ou d'économies réalisées grâce à leur travail antérieur. D'autres ont obtenu des fonds dans leur famille d'origine, soit par le père, soit par la mère, soit encore par des sœurs ou plus rarement des frères, parfois émigré·e·s à l'étranger. Certaines développent une activité informelle dont le coût est relativement bas ; s'agissant d'artisanat, les matières premières (tissus, fils, certains produits cosmétiques) sont souvent fournies par les clientes, ce qui réduit passablement l'importance du fonds de commerce. Enfin, d'autres font des emprunts à des proches ou aux banques pour se procurer le matériel ou la somme nécessaire au démarrage de leurs activités (machine à coudre ou fonds pour un voyage commercial, par exemple). Une étude menée par Anne Gillet (2004) sur les entrepreneures algériennes met en évidence deux logiques entrepreneuriales féminines allant dans le sens de ce que j'ai constaté à Agadir. D'une part, elle distingue un entrepreneuriat en continuité de l'histoire familiale, se déployant à partir d'un héritage du mari ou du père et grâce à l'aide du réseau familial. Et d'autre part, un entrepreneuriat en rupture avec la trajectoire familiale, qui concerne des femmes, plus âgées que celle de la catégorie précédente, qui ont développé une idée originale.

Les parcours professionnels des femmes que j'ai rencontrées sont eux aussi divers. Leurs activités prises dans leur ensemble suivent un continuum allant de l'affaire

⁶⁸ Dans son étude sur les entrepreneures maures faisant affaires de tissus et de bijoux, Gisèle Simard (1996) relève également une telle variété.

occasionnelle à la gestion d'une affaire d'une certaine ampleur et régulière. Leurs activités intègrent ou débordent plus ou moins du milieu domestique : de la commerçante qui organise une vente chez elle à celle qui possède sa boutique, en passant par celle qui se rend chez des clientes et celle qui occupe des espaces connotés par le sacré, le continuum entre espace domestique et espace public est entièrement couvert. Par ailleurs, le commerce, y compris celui des entrepreneures artisanes, peut couvrir un réseau plus ou moins important, allant d'un commerce très local à un commerce se développant dans un réseau international. Un réseau international ne signifie cependant pas forcément un commerce de grande envergure, certaines femmes faisant commerce de produits entre la France et le Maroc à l'occasion de leurs voyages dans leurs familles émigrées. De même, le recours à des employé·e·s ne suppose pas nécessairement une affaire de grande ampleur ou formelle, puisque certaines femmes œuvrant dans le secteur informel recourent à plusieurs couturières à domicile alors que d'autres, installées dans le secteur formel, travaillent seules ou avec une employée à temps partiel. Certaines entrepreneures qui ont commencé par faire du commerce occasionnellement sont parvenues à s'installer, mais la possession de locaux et la délivrance d'autorisations exige un certain capital économique et social. Celles des entrepreneures qui s'installent directement dans le secteur formel sont donc surtout les femmes bénéficiant d'une position sociale privilégiée. Il en va donc, pour ces dernières, comme des entrepreneurs étudiés par Tangeaoui : « la tradition qui veut que l'entrepreneur soit un homme 'parti de rien' n'est pas de mise ici ; et ce même si les entrepreneurs que nous avons rencontrés se présentent facilement comme des hommes qui ont débuté avec presque rien, et qui ont réussi grâce à la volonté de Dieu et à leur labeur. En réalité, ils ont tous entamé leur ascension à partir de quelque chose : que ce soit une expérience professionnelle ; un capital accumulé dans le commerce, le négoce ou le foncier ; une famille puissante et influente ; une fonction administrative et politique ; un capital immobilier ; un 'nom' qui inspire la confiance et le respect ; ou une formation de haut niveau. Ces éléments constituent donc le substrat principal sur lequel repose l'aventure entrepreneuriale » (1993, p. 34). Si l'on s'en tient, comme cette étude, aux entreprises formelles, on ne peut percevoir et visibiliser les activités des entrepreneures issues de milieux plus modestes qui investissent avant tout le secteur informel. Certaines affaires informelles et occasionnelles partent sinon de rien, du moins de très peu. On retrouve donc ici une particularité du travail féminin qui est sa

polarisation, mise en place au cours du 20^e siècle et divisant entre elles les femmes qui ont pu occuper des emplois plutôt prestigieux et bien rémunérés de celles qui, beaucoup plus nombreuses, ont occupé massivement le secteur informel, comme nous l'avons vu plus haut.

Les manières dont les entrepreneures motivent leur choix d'entreprendre sont également diverses puisque ces motivations vont de l'argument de la nécessité économique à celui d'un besoin personnel d'autonomie ou à un défi personnel, sans oublier que, pour plusieurs d'entre elles, il s'agit aussi de revendications de type féministes (prouver que les femmes peuvent aussi réussir dans les affaires) même si ce terme est peu utilisé. Ces motivations ne sont bien sûr pas exclusives les unes des autres. L'exemple d'Aïcha en témoigne particulièrement bien, puisque son entreprise repose à la fois sur une nécessité économique (mari malade) et sur le constat plus général, fait également par ses collègues, qu'un seul salaire moyen ne suffit pas pour faire vivre une famille, ainsi que sur une protestation contre la dépendance des femmes et leur socialisation à la discrétion. L'argument économique est un fort marqueur social puisqu'il est continuellement évoqué par les femmes de milieu populaire alors que les entrepreneures de statut social élevé l'évoquent certes volontiers, mais pour d'autres, et prennent soin de le révoquer pour elles-mêmes. C'est alors davantage la seule volonté d'autonomie qui est mise en avant, comme l'exprime cette commerçante aisée : « je suis venue ici avec mon mariage, je ne connaissais personne et je ne voulais pas rester à la maison. Quand mes filles ont un peu grandi, j'ai ouvert une boutique avec l'aide de mon frère. Je ne veux pas être dépendante de mon mari, devoir toujours lui demander des choses ; parfois il est de bonne humeur, parfois pas, je ne souhaite ça à aucune femme ».

L'implication des femmes dans la vie économique est donc toujours affirmée comme une nécessité, que les arguments avancés concernent la condition des femmes (mettre en œuvre une formation, ne pas devoir demander à son mari pour chaque dépense, ne pas s'ennuyer à la maison, etc.) ou qu'ils s'inscrivent dans une dénonciation de la conjoncture (pauvreté, revenus trop bas ou, statut de la femme). Seule exception : le cas des commerçantes qui affirment ne pas faire des affaires mais rendre service, ne souhaitant ou ne jugeant pas devoir être catégorisées comme des femmes qui

travaillent professionnellement⁶⁹. Ce type de propos concerne exclusivement les affaires occasionnelles, même si ces affaires répondent également aux deux logiques d'apporter un revenu supplémentaire dans la famille et d'assurer une certaine autonomie financière aux femmes⁷⁰.

Enfin, les manières dont les entrepreneures se situent entre elles et par rapport aux autres femmes ou professionnel·le·s renvoient également à différentes logiques. Il faut d'abord relever que le plus souvent, elles évoquent une solitude professionnelle. Une patronne d'agence de tourisme explique par exemple : « c'est très difficile de monter une affaire. Je vois d'autres femmes lors de congrès internationaux mais je n'ai pas de contact avec d'autres femmes entrepreneures. Mon mari est avocat, mais il n'est pas du tout compréhensif. J'ai vraiment dû me battre contre mon entourage pour monter et faire marcher mon affaire ». Les entrepreneures se situent néanmoins en fonction de différents critères. Elles se réfèrent, par exemple, à leur position dans la hiérarchie sociale : « vous devriez aller voir aussi tout en bas de la société, ce qu'elles font » (négociante). Dans d'autres discours, c'est la modernité et/ou la mode

⁶⁹ De mêmes résultats sont livrés par une étude qualitative conduite dans le cadre de la *Women World Banking* et menée par Elizabeth Lynch (2004). Des entretiens ont été réalisés auprès de Marocaines ayant démarré une entreprise grâce au micro crédit. Il ressort de ces entretiens une série d'arguments évoquant « la peur de l'*ashouma* ou la honte, qui limite le type d'activités économiques qu'une femme peut exercer ». Quant aux hommes interrogés, ils « ont exprimé une plus grande ambivalence que les femmes au sujet des femmes actives, illustrant la rupture entre les exigences de l'économie moderne et les valeurs traditionnelles. Leur raisonnement a fait allusion à la peur que cela mette en avant que le mari ne peut pas subvenir aux besoins » de la famille.

⁷⁰ Mes données correspondent à celles qu'obtient Lotfi Bennour à propos de la création des micro entreprises en Tunisie. Lotfi Bennour relève trois types de motivations : « en optant pour l'installation à son propre compte, on peut distinguer des décisions à caractère volontaire et d'autres à caractère involontaire recouvrant trois formes principales de création de micro entreprises par des femmes : pour les unes, la création d'une entreprise représente un choix personnel ou peut-être par amour pour le travail indépendant ; pour d'autres femmes, il s'agit d'une contrainte de poursuivre une activité familiale ; enfin, pour certaines femmes, la création de micro entreprise constitue un projet d'attente pour un emploi salarié » (2004, p. 256).

qui est utilisée comme critère de distinction (manières d'innover et de profiter des changements sociaux pour produire des biens d'un type nouveau). Enfin, la moralité des entreprises et des entrepreneures, opposée à l'immoralité de la prostitution et plus généralement à toute une tendance pensée comme décadente de la société, est un autre critère de distinction que font valoir les entrepreneures. Ce critère constitue à mon avis le pivot de la construction et de la légitimation des entreprises féminines. Je développerai ce point dans la troisième partie de ce texte.

2.3. 2006 : l'évidence de l'entrepreneuriat féminin

Revenant sur mon terrain trois ans plus tard, j'ai retrouvé les mêmes entrepreneures, qui poursuivaient leurs activités en général avec optimisme, ainsi que de nouvelles entrepreneures que je n'avais pas rencontrées ou qui s'étaient installées entre temps. Lors de cette seconde période, je n'ai pas observé de grand changement concernant les entreprises en elles-mêmes, mais une immense différence par contre dans la manière dont elles étaient socialement appréhendées. En effet, plus personne ne me dit que je ne trouverai pas de femmes d'affaires dans la région ; les discours, sous forme de témoignages et d'histoires parfois médiatisés, rendent cette fois tout à fait compte de l'entrepreneuriat féminin. De plus, l'AFEM Agadir, quelques fois évoquée mais non existante en 2002-2003, tente de se constituer, réunissant, comme l'exprime le langage local, des « femmes chefs d'entreprise ». Les entreprises féminines, inscrites dans des débats touchant à la question plus générale de la révision de la Moudawana, tendent à être fortement visibilisées et normalisées. Leur développement, leur mise en discours et les tentatives de les institutionnaliser (mises en scène par les médias, essais de constitution d'une association, changements juridiques, etc.) participent en effet de cette visibilisation.

2.3.1. Des entrepreneures rendues visibles

En 2006, les entreprises féminines ont si bien gagné en visibilité que plus personne ne s'étonne ni de mon sujet, ni de leur existence. Je fais facilement quelques nouvelles rencontres, dont voici quelques exemples.

En me promenant avec des amis dans un quartier moderne d'Agadir, nous tombons sur une boutique de mariage dont nous soupçonnons qu'elle est tenue par une *negaffa* (puisque les *negaffat* sont toujours des femmes). Nous nous renseignons dans

la boutique, où une employée nous propose d'attendre la patronne pour prendre rendez-vous. Cette patronne rend compte de son initiative comme d'une réalisation assez banale. « C'est un pur hasard. J'ai une licence en économie et j'étais comptable pendant 6 ans à Agadir. Puis je suis partie à Tanger, puis [après son divorce] je suis revenue ici mais il n'y a pas de travail à mon niveau. Alors il y a trois mois, j'ai décidé d'ouvrir une entreprise de mariage modernisée : embellissement de la mariée, maquillages selon la robe, il y a sept robes pour un mariage, coiffure, accessoires. Mais je vise une clientèle de classe. J'engage quatre hommes pour porter l'*ammriya* et deux femmes pour les maquillages, et je surveille de loin. Je vais chercher les robes à Fès, Tanger, Genève ou je commande par internet. Je me suis associée à l'un de mes frères ».

Quelques années plus tôt, j'avais logé dans un hôtel du centre-ville accueillant avant tout des voyageurs et voyageuses marocain·e·s. En vue de mon séjour en 2006, des amis d'Agadir me réservent une chambre dans cet hôtel parce qu'ils ont appris qu'il a été revendu à une femme, une Marocaine émigrée pendant quelques années en Europe et revenue, avec sa famille, investir au Maroc. L'hôtel dans lequel je m'installe est encore en rénovation et en agrandissement ; toutes les chambres ont été refaites et l'immeuble voisin lui a été associé, ainsi que le jardin dans lequel a été construite une piscine ; enfin, la patronne est en train de construire un restaurant dans l'ancienne bâtisse. Durant mon séjour, la patronne, qui loge dans une partie de l'hôtel, s'affaire du matin au soir. Elle s'occupe, à l'extérieur, d'affaires administratives et, à l'intérieur, de gérer le travail de ses employé·e·s, deux femmes de ménage, deux intendants et un réceptionniste, ainsi que du travail des ouvriers qui finissent la construction de certaines parties de l'hôtel. L'hôtel est encore très vide, et la patronne fait particulièrement attention aux personnes qu'elle y accueille, refusant tous les clients susceptibles d'apporter une mauvaise réputation. Ainsi, elle apprécie particulièrement les Occidentaux et les Occidentales, les couples et les familles, mais elle se méfie des jeunes hommes Marocains. Durant mon séjour, elle refuse ainsi d'accueillir certaines personnes et en met une à la porte (en fait, un Occidental qui a fait du tapage nocturne). On retrouve ici l'extrême attention que les entrepreneures prêtent à leur bonne réputation, cette dernière étant aussi fragile que nécessaire

Dernier exemple de nouvelle entreprise, illustrant également le développement des réseaux d'affaires féminins. Au tout début de mon séjour, je suis invitée par l'une des

entrepreneures que je connais déjà à une réunion de femmes cheffes d'entreprise. À cette occasion je rencontre notamment une constructrice en bâtiment qui s'est installée dans le coin quelques mois plus tôt. Venue du Nord, elle loue pour elle un petit appartement dans un quartier résidentiel d'Agadir et a installé ses bureaux dans un quartier plus animé. Elle travaille avec un homme qu'elle appelle son conseiller-stagiaire et qui la suit partout, une secrétaire à temps partiel, et une équipe hiérarchisée d'ouvriers en bâtiment (chef de chantier, ouvriers spécialisés, manœuvres). Cette entrepreneure m'invite à l'accompagner dans son travail et je peux visiter ses chantiers, assister à plusieurs interactions d'affaires et bénéficier des moments de « débriefing » car nous allons régulièrement manger ou boire un verre. Notons que bien que systématiquement accompagnée de son conseiller-stagiaire, elle s'arrête dans des endroits choisis pour pouvoir accueillir des femmes⁷¹.

Quant aux entrepreneures installées depuis 2002 au moins, elles sont pour l'immense majorité toujours en fonction, certaines ont même développé leur affaire. Enfin, mes interlocutrices affirment que l'entrepreneuriat féminin se développe et elles tiennent des discours véhiculant l'idée d'un changement en marche. Ce changement est souvent associé au nouveau roi et à sa politique de promotion des femmes et des droits des femmes. « Les choses ont changé énormément sur tous les plans. Il y a plus d'écoute, on arrive à résoudre plus facilement les choses. Ça, c'est dû à sa Majesté le roi qui compte sur la femme. On se connaissait peu, mais maintenant on a plus de contacts, on discute de ce qui est à faire, on se voit, etc. », déclare par exemple la patronne d'une entreprise de mobilier de bureau.

Les motivations professionnelles dont rendent compte les entrepreneures sont toujours du même ordre (nécessité de deux revenus, revendications d'autonomie et de réalisation personnelle) mais un registre est davantage appuyé : celui des revendications touchant à la condition des femmes. Ainsi, la patronne de l'entreprise de construction fait part de la solidarité qu'elle a éprouvée en rencontrant d'autres entrepreneures africaines : « je suis allée à une rencontre, à la Chambre du commerce

⁷¹ Il s'agit de restaurants chics et touristiques ou alors d'un restaurant dans lequel je suis conduite à d'autres reprises et avec d'autres personnes, qui s'est ouvert dans une station service et qui accueille des familles marocaines.

et de l'industrie, avec des femmes africaines qui cherchaient des contacts avec le Maroc. Elles sont très chaleureuses, très travailleuses, encore plus que nous. Je me suis dit l'Afrique, la pauvre Afrique, il y a des femmes qui bossent quand même ! Elles cherchaient des partenaires et sont allées à la rencontre de l'autre, à des milliers de kilomètres, et je me suis dit si on fait appel à moi, je dois y être, avec des gens qui sont encore plus au sud que moi. Elles sont arrivées avec tous leurs bagages, on a goûté, elles ont parlé des difficultés qu'elles ont, par exemple, elles n'ont pas trouvé d'entreprises pour emballer leurs produits. C'était toutes des femmes, franchement, quand elles parlaient de leur produit, ça leur tenait à cœur. Chacune d'elles a dit ce qu'elle faisait dans son unité de production. Et elles n'ont que des moyens élémentaires, donc si elles trouvent des gens pour développer leur marché, ça va être des seigneurs ! C'est elles qui ont pris les contacts pour trouver des associations de femmes. Elles, elles font déjà partie d'associations de pays différents, avec des produits différents, soit dans l'esthétique, soit l'agroalimentaire. On se dit ouf, franchement, il y a de l'espoir, par rapport aux documentaires et choses négatives, et je me suis dit si on fait appel à moi, je dois être là ». Plus bref, mais tout aussi engagé, le propos d'une entrepreneure artisanne qui dit, à propos des femmes des milieux ruraux : « ce sont des femmes qui avant travaillaient pour les hommes, maintenant elles veulent aussi vivre, maintenant c'est autre chose, elles ont changé ». Enfin, une directrice d'école évoque plusieurs aspects motivant ou permettant l'engagement professionnel des entrepreneures vues jusqu'ici – l'autonomie, la conjoncture, la formation, les réseaux dus aux migrations et l'expérience précédente : « c'est un avis assez personnel, mais ce que ces femmes font aujourd'hui, c'est parce qu'elles ont envie, parce qu'elles en ont marre de la galère, elles en ont marre de dépendre de leur mari, d'attendre le sou pour s'habiller, se changer, se soigner, c'est cette rage de s'en sortir. Et c'est vrai que la chance qu'on a, et j'espère que tout le monde saura la saisir, c'est ce jeune roi quand même qui favorise la femme. Chez nous c'est tout récent, c'est tout jeune, alors du coup tout le monde s'enthousiasme, s'impatiente, veut faire ». Pour elle-même, cette directrice d'école explique : « j'ai fait un DEA en psychologie, et des petits boulots qui ont été très formateurs. Mon père est entrepreneur. Ensuite j'ai fait une formation en commerce et marketing. J'ai monté une agence à Paris en 1995. J'ai organisé une table ronde sur les investissements au Maroc qui m'a donné l'idée de le faire. J'avais une amie suisse

qui était femme au foyer et qui a investi avec moi, mais elle s'est découragée des lenteurs et des problèmes marocains ».

Non seulement les entrepreneures, mais de plus en plus de personnes s'entendent pour reconnaître l'existence d'entreprises montées et gérées par des femmes à Agadir et dans la région. Lorsqu'au début de cette deuxième époque, je demande s'il y a des entrepreneures dans la région, on me répond désormais le plus souvent par la positive, par exemple : « bien sûr il y en a. Elles ne sont pas très nombreuses. Elles sont spécialement dans certains métiers, mais il n'y a pas de repères pour savoir exactement » (homme libraire). L'entrepreneuriat féminin est cette fois inscrit dans un registre de changement social, bien que parfois l'appréciation de ce changement soit nuancée ou hésitante. À ma question de savoir pourquoi les femmes entrent dans les affaires, un patron en informatique m'explique, associant des idées de modernité et de changement avec des idées de tradition et encore une fois celle voulant que le travail professionnel féminin soit facultatif : « on peut comprendre cela sur deux niveaux : les changements internes, l'image du business qui touche tout le territoire et le social, et l'image de la femme qui change, les tabous qui disparaissent. Mais il y a encore l'image de l'homme qui doit s'occuper de tout. Mais elle disparaît puisque les hommes et les femmes font maintenant les mêmes études, ont les mêmes diplômes. Cependant, dans la nature marocaine, ou du grand Maghreb, il y a l'image que l'homme est responsable. La femme est donc libre de travailler, si elle veut. C'est un choix. L'homme n'attend pas que la femme lui donne ce qu'elle gagne. Mais qu'elle travaille minimise quand même les charges pour l'homme ».

Mal perçu, bien perçu ou relativisé, l'entrepreneuriat des femmes prend dans tous les cas l'air d'une évidence : « avant, je ne faisais pas attention si c'était des femmes ou pas mais depuis qu'on en parle, je remarque qu'il existe des femmes d'affaires » explique un jeune homme. Et il poursuit : « c'est parce que les femmes maintenant veulent être libres et indépendantes. Ne pas aller demander au mari pour de l'argent. Et ma mère maintenant me dit 'il y a telle qui vend ceci, cela, et telle qui fait ceci, cela'. Elles commencent par un passe-temps et puis elles voient qu'elles peuvent vendre ». Comme l'illustre l'anecdote par laquelle ce jeune homme clôt son propos, le sérieux de ces affaires est reconnu, et il est souvent contrasté (j'y reviendrai) avec des exigences masculines ridiculisées et considérées comme entravant les initiatives des femmes. Parlant de l'une de ses voisines qui a monté un commerce d'habits, il

relève qu'elle aimerait aller de l'avant en exposant sa marchandise, ce qu'elle pourrait faire, comme beaucoup de ses consœurs, si elle pouvait utiliser le garage de sa maison : « je sais pourquoi elle n'ouvre pas son garage : il y a la voiture de son mari dedans. Il ne la sort presque jamais, c'est un instituteur qui va à l'école à vélo ! C'est la mentalité d'Ait Melloul. Ça dépend des endroits. À Ait Melloul, à Inezgane, les gens trouvent encore bizarre que femmes travaillent, et il faut attendre de voir que les femmes sont capables, et que ça devienne normal. Ça prendra encore cent ans ! »

Nul·le n'éprouve plus de difficulté à me fournir des exemples d'entreprises montées et gérées par des femmes. Plusieurs femmes perçoivent d'ailleurs le fait d'avoir son entreprise comme un travail idéal : « ici les femmes qui ont un projet l'ont soit grâce à leur travail soit grâce à un héritage. Travailler chez un patron, c'est le pire du pire car c'est de l'esclavage. Le patron met une paie sur les papiers pour l'administration, mais ne te donne pas ce montant. Et il paie le commissaire. Vous ne pouvez pas trouver votre droit. Tu n'es pas bête, tu as conscience de ce qui se passe, donc ça fait mal, très mal car tu sens que tu n'es rien, c'est ça le pire » (aide médicale).

Enfin, il est très souvent fait mention d'une Madame Bijdigen, propriétaire d'une usine de poissons au port, qui a repris l'affaire de son mari malade, Monsieur Bouzid⁷². Cette Madame Bijdigen⁷³, dont on se raconte l'histoire, souvent comme si on la connaissait personnellement, a fait l'objet d'une émission de télévision. Son parcours ressemble à celui de Keltoum, la femme qui a repris le commerce d'affaires de bureau suite au décès de son mari. Madame Bijdigen fait figure d'exemple et de pionnière. On évoque le courage de cette femme qui a dû affronter, sans aucune expérience, le monde du port et le mépris des hommes qui le constituent (collègues, concurrents, fournisseurs, employés). La figure de la mère ressort fortement puisque c'est d'abord par nécessité de faire vivre sa famille, en raison de la maladie de son mari, que cette femme aurait repris l'affaire. Et l'on salue son courage et son sens de la responsabilité. On salue également sa révolte contre le machisme auquel elle est

⁷² Il est intéressant de noter qu'en France également, la première femme « pédégère » que repère Bertin-Mourot (1997) est une héritière qui a repris l'entreprise de son frère décédé.

⁷³ Les femmes mariées gardent leur nom de naissance.

confrontée, en racontant : « les clients ne voulaient pas traiter avec une femme »⁷⁴ ; « Les clients arrivaient et demandaient à la secrétaire ‘je veux voir Monsieur Bouzid’ ; la secrétaire disait ‘C’est Madame Bouzid’ et les clients repartaient ». Selon les narrateurs et narratrices, l’humiliation de Madame Bijdigen, qui pour certain·e·s « pleurait tous les soirs », ainsi que son sens du devoir vis-à-vis de sa famille, l’ont poussée en avant et à prouver qu’une femme aussi peut réussir⁷⁵. Autour de cette histoire, une forme de fierté locale et d’exemplarité se sont formés, notamment grâce à l’identification qu’elle permet : comme on ne manque pas de me le signaler, Madame Bijdigen est berbère, donc enfant du pays. « Ma mère a vu le reportage et m’a dit : ‘tu vois, elle y arrive !’ » raconte par exemple un jeune homme berbère.

Autre exemple, issu d’un concours des petits projets réalisé par une chaîne nationale de télévision. Une femme sahraouie, qui y participe pour avoir monté une entreprise à base de viande de chameau, impressionne un bon nombre de téléspectateurs et téléspectatrices en déclarant aux journalistes : « je veux libérer cette terre emprisonnée. Je préfère embrasser ma terre que les bateaux de la mort ». On commente, une fois encore, le courage et la responsabilité de cette femme, sa fidélité à sa terre et à des traditions qu’elle perpétue ou même fait revivre. Et, dans ses propos comme dans ceux qui en rendent compte, on oppose cette activité aux départs, dangereux pour eux mais aussi pour la société, des candidats à la migration clandestine, qui prennent l’air de démissions contraires à l’engagement des femmes.

Le trait commun de ces histoires très médiatisées, c’est qu’il s’agit de femmes qui viennent occuper des places laissées vides par des hommes malades, décédés ou

⁷⁴ Des propos qui font écho à des témoignages que j’ai recueillis chez des entrepreneures. Par exemple, une jeune propriétaire d’une assurance, filiale de celle de son père, patronne de 3 employées bénéficie des réseaux paternels tout en étant néanmoins confrontée au refus de certains clients de traiter avec elle, et demandant à rencontrer son père ou son jeune frère.

⁷⁵ Une autre personnalité médiatisée dont il est souvent question, mais ne vivant pas dans la région, est la patronne d’une morgue, qui elle aussi aurait repris la place de son mari malade. Comme pour Madame Bijdigen, on affirme souvent qu’elle ne serait pas entrée dans cette affaire si elle n’avait pas été poussée par le devoir de remplacer son mari. Mais cela n’ôte rien, au contraire, à l’admiration qu’elle suscite.

émigrés. Cette question de la place vide, concrète et métaphorique, est à mon sens un élément clé de la construction de légitimité pour les entreprises féminines. Je reprendrai ce thème dans la partie suivante.

Comme on l'a vu dans les premières citations de ce chapitre, la révision de la Moudawana est souvent convoquée pour expliquer ces changements. Cette révision est considérée par certain·e·s comme nécessaire et enfin réalisée et, par d'autres, elle est plutôt mal perçue, sans pour autant qu'on n'ose remettre explicitement en question l'égalité à laquelle elle tend. Ainsi, une entrepreneure artisanne explique qu'« il y a des changements dans les droits des femmes grâce à la nouvelle Moudawana, mais ils ont exagéré. Maintenant, les hommes ne veulent plus se marier ». Dans le même registre fantasmatique, un commerçant affirme que « les gens ne se marieront plus car ils se marieront une demi-heure et la femme aura la moitié de la fortune de l'homme ». Apparemment plus nuancé mais culturaliste, un commerçant illustre un autre positionnement, largement partagé : « Je suis pour l'égalité, mais je vais te dire quelque chose, ici, pour les femmes du Sud, c'est trop tôt, elles ne sont pas prêtes, et elles vont mal utiliser ces droits, les utiliser contre les hommes ».

Enfin, à peine reconnu y compris dans ses difficultés, l'entrepreneuriat des femmes subit des tentatives de restrictions et de minimisation. Plusieurs personnes, y compris les femmes, renvoient facilement l'entrepreneuriat féminin, dans une perspective différentialiste, au « monde des femmes ». Une restauratrice affirme ainsi que « la femme avance. Mais le plus facile pour elle, c'est de se lancer dans des domaines de femmes, comme des associations pour enfants, etc. De se mettre en face du monde d'hommes, c'est beaucoup plus difficile ». Un entrepreneur va même jusqu'à dire que « c'est très facile, c'est très facile pour elle [‘la femme’], c'est ce que je constate moi, c'est très facile, alors elle va travailler avec des femmes, donc il n'y pas beaucoup d'arnaqueurs, elle va là, elle va ici, elle va savoir comment travailler avec des femmes ». Un restaurateur pense quant à lui que « la mentalité de la femme musulmane, ça fait qu'elle préfère ne pas travailler avec des hommes. Il y a beaucoup de jalousie entre les femmes, les femmes mariées, par exemple, et le mari préfère que la femme travaille, par exemple, dans une boutique uniquement pour femmes ».

2.3.2. Les tentatives de constitution d'une association de femmes cheffes d'entreprises

On se souvient que lors de mon terrain de 2002-2003, quelques personnes évoquaient l'AFEM de Casablanca et une éventuelle antenne à Agadir à laquelle, pourtant, personne n'était attaché. En 2005, l'antenne de l'AFEM à Agadir s'est constituée officiellement. Le quotidien national *l'Économiste*⁷⁶ rend compte, sur un ton quelque peu condescendant, de l'arrivée inéluctable des entrepreneures sur la scène économique : « la première rencontre des membres de la délégation d'Agadir de l'Association des femmes chefs d'entreprise du Maroc (AFEM) s'est déroulée la semaine dernière dans une ambiance de fête. Chevaux et cavaliers parés de leurs plus beaux atours pour accueillir les participants, un groupe de jeunes pour service d'orchestre de musique, collation et petit cadeau symbolique en fin de réunion... la touche féminine était incontestablement au rendez-vous. Ces femmes, une trentaine pour le moment dans la délégation d'Agadir, récemment constituée, n'en sont pas pour autant [sic] des chefs d'entreprise avisés et à la détermination affichée de suivre le chemin de leurs aînés de l'association qui existe depuis quatre ans à l'échelle nationale. [...] L'objectif est de rapprocher les entreprises membres les unes des autres pour travailler en synergie. [...] Cette étape est importante avant de se positionner en locomotive pour participer au développement économique de la région mais aussi soutenir toute femme, notamment dans son parcours pour constituer son entreprise. Dans cet objectif, l'AFEM Agadir a pour projet, au cours de cette année, de mettre en place une cellule d'Agadir à l'entrepreneuriat féminin en partenariat avec l'Université. Dans la région, on dénombre pour l'instant une centaine de femmes chefs d'entreprise. L'association régionale compte en drainer au moins une quarantaine d'ici le 8 mars. Il est nécessaire en tout cas qu'elles soient plus nombreuses et solidaires pour constituer un véritable lobby en mesure de peser sur les décisions économiques et devenir un interlocuteur incontournables des instances publiques régionales ».

Une année plus tard, ces projets ne sont pas réalisés, la délégation s'étant dissoute. Néanmoins, certaines entrepreneures tentent de se remonter en association, hésitant à

⁷⁶ Alami, Malika. « Agadir : l'antenne de l'AFEM en place ». *L'Économiste*, 14 mars 2005.

s'affilier à l'AFEM ou à une autre association. J'ai été invitée à l'une de ces réunions. La réunion à laquelle je participe se déroule dans le Ryad (un hôtel de luxe) tenu par une femme et réunit une dizaine d'entrepreneures. La raison principale de cette rencontre est d'organiser l'accueil à Agadir d'une femme d'affaires française. Le déroulement de cette réunion illustre bien les difficultés de constitution de l'association, mais aussi et plus généralement les difficultés relatives à l'émergence sociale de l'entrepreneuriat féminin. Ces difficultés se déclinent en fonction de deux dimensions, l'une renvoyant à la nécessité de définir qui entre dans la catégorie des cheffes d'entreprise et l'autre à celle de définir des objectifs communs.

Définir une cheffe d'entreprise

En vue d'obtenir un statut professionnel, les entrepreneures tentent de se définir par la construction de différents « autres ». Elles essaient ainsi différents critères d'inclusion et d'exclusion, suivant en cela une démarche classique des associations. Notons également qu'il n'y a pas de procédure claire d'admission dans le groupe naissant d'Agadir, l'intégration d'une associée se faisant par cooptation⁷⁷.

La grandeur de l'entreprise est l'un des critères utilisées. Ainsi, sur les affaires qui démarrent avec un microcrédit, l'une de mes interlocutrices se met presque en colère, jugeant que ces petites entreprises sont encouragées au détriment des plus importantes ; dans un contexte économique plus général qui, selon elle, encourage plutôt les fusions et les monopoles, elle décrit la succession de problèmes que rencontreront ces petites entreprises : « alors ça, c'est des affaires que je n'arrive pas à comprendre. Comment elles peuvent faire marcher ça ? Je l'ai dit tout haut dans une réunion. On avait une réunion avec le Ministère de l'Intérieur, pour la création de petites et moyennes entreprises qu'il s'agissait de faire passer de 10'000 à 4000 dirhams⁷⁸. Je leur ai dit écoutez, vous n'avez pas réglé le problème de celles qui existent et vous êtes en train d'en créer d'autres avec d'autres problèmes, alors que les gens peuvent travailler dans les entreprises qui existent. Un jeune ne connaît rien

⁷⁷ L'adhésion à l'AFEM de Casablanca par contre se fait sur dossier de candidature et coût 1500 dirhams. Voir <http://www.afem.ma> (consulté le 26.11.2009).

⁷⁸ Mon interlocutrice veut dire que la proposition discutée est d'accepter que des petites entreprises démarrent avec des crédits 4000 de dirhams.

de la vie et se retrouve avec plein de problèmes. Une société doit avoir des attestations de l'administration, répondre à des appels d'offres et déjà là elles n'arrivent pas à solutionner : le crédit de financement s'accumule, puis le casier judiciaire s'ouvre car elles ne peuvent pas payer les traites. Quand quelqu'un veut créer une affaire, il faut d'abord lui montrer les problèmes pour qu'il puisse se préparer. S'il ne se sent pas capable, il faut qu'il arrête ».

Les petites entreprises qui démarrent avec un microcrédit constituent un pôle du continuum des entreprises tandis que de l'autre côté, on trouve d'importantes entreprises appartenant à des femmes dont les familles ont parfois été les bénéficiaires de la privatisation des années 1990. Cette polarisation correspond à la structure sociale du Maroc dont Pierre Vermeren note qu' « il présente des disparités considérables de revenus entre les masses populaires (urbaines et paysannes) et une bourgeoisie aisée qui vit selon un mode de vie occidental ostentatoire » (2001, p. 69). Et si les entrepreneures qui essaient de constituer l'association d'Agadir appartiennent plutôt aux classes aisées, elles marquent quand même leurs différences avec certaines entrepreneures de l'association faîtière, en mettant à nouveau en avant la démesure des moyens qui caractérisent leurs investissements respectifs. Ainsi, une associée de l'AFEM d'Agadir me dit, à propos des membres de l'AFEM casablancaise : « la cotisation annuelle, aujourd'hui au lieu de 1000 dirhams c'est 1500 dirhams, ce n'est pas grave à la rigueur ; mais en plus l'inscription dans l'annuaire des femmes cheffes d'entreprises, c'est des prix extrêmement chers, une demi-page c'est 15'000 dirhams. Alors moi c'est vrai que j'étais gênée, je voulais vraiment, ça m'intéressait parce que c'est vrai qu'en tant que cheffe d'entreprise on a besoin d'une certaine visibilité pour pouvoir être un peu épaulée. J'ai dit je prends, mais j'ai pris le moins cher, à 4600 dirhams, et c'est pas donné quand même. Donc voilà, en fait la patronne, la présidente nationale, c'est une vraie cheffe d'entreprise, elle a une boîte qui cartonne, qui carbure, elle a une boîte en informatique, donc ça fait un chiffre, elle fait un chiffre d'affaires extraordinaire ; sa vice-présidente a hérité des affaires du port de son père, enfin il est dans la pêche, ce sont de grosses boîtes quand même, très importantes, ils ont les moyens, je crois qu'ils ne se soucient pas trop des petits ».

Et ces associées elles-mêmes sont bien entendu l'objet de processus de distinctions tout aussi radicaux de la part d'autres entrepreneures qui n'ont pas été conviées à

participer à l'association. Ainsi, une négociante dit : « je ne sais pas comment celles d'ici pensent mais à Casa, en tout cas d'après ce que j'ai constaté et analysé, il y a un petit réseau et tout le reste des femmes sont là juste pour payer sans profiter ».

Mais ces processus de distinction ne se font pas sans questionnements, comme l'illustre, par exemple, une directrice d'école qui réfléchit au rapport entre son travail et celui des femmes qui montent des entreprises informelles ou qui utilisent un micro-crédit, en soupesant ce qui les distingue et ce qui les rapproche : « est-ce qu'elles sont femmes entrepreneurs ? Parce que des femmes entrepreneurs, bon je ne sais pas, c'est vrai que ça doit se passer un peu comme nous, mais pas forcément pareil, peut-être que c'est moins important parce qu'elles n'ont pas le personnel à gérer, parce qu'elles n'ont pas... Moi je crois qu'on peut être entrepreneur quand on a toute une équipe à gérer. J'ai un chef de personnel, à tous les niveaux quoi, il faut ça pour être chef d'entreprise. Il n'y a pas longtemps, j'ai vu un reportage sur une femme rurale qui faisait du petit-lait, puis le vendait. C'est vrai que ça reste toujours plus ou moins la même chose, la même démarche. Donc cette femme elle doit faire une recette de peut-être 100 dirhams, 200 dirhams par jour. Elle saura que ça partira là, là et là. Nous, on peut faire peut-être une recette par exemple de 10'000 dirhams par mois, nous, c'est réparti mais, ce n'est pas pareil, c'est pas pareil, parce que... nos rapports aux différentes administrations ne sont pas les mêmes. Une femme rurale qui fait du couscous ne va pas avoir du personnel à déclarer au niveau de la sécurité sociale, à prendre une mutuelle, à avoir des droits, des impôts vis-à-vis de plein de choses, vous voyez ». Entre ces petites entreprises et l'école de cette informatrice, des similitudes et des différences sont relevées et différents critères de distinction soutiennent cet exercice de comparaison.

Un autre processus de distinction souvent utilisé procède selon le critère de la moralité, qui renvoie à l'importance du regard social sur les activités professionnelles des femmes. Ainsi, à ma question de savoir quels sont les critères qui permettent d'accueillir une femme entrepreneure dans l'association en constitution, l'une des associées affirme d'office : « il y a un certain nombre de critères et on n'accepte pas tout le monde car il y a la réputation de l'association qui est en jeu. Si une femme a créé son fonds par des moyens qui ne sont pas corrects, elle ne sera pas acceptée. On a eu une personne comme ça et moi j'étais catégoriquement contre. Et on était une vingtaine, si elle rentrait, on partait. Pour une femme, la réputation compte

énormément, c'est essentiel ; pas pour l'homme. 70 % du travail est fait quand on a bonne réputation ».

Il faut enfin relever qu'aucune de ces entrepreneures, qui se réunissent pourtant de manière non mixte, ne prétend qu'une distinction doit être établie avec les hommes entrepreneurs. À la question de savoir si les difficultés des femmes sont spécifiques par rapport à celles des hommes, on me répond d'ailleurs presque toujours par la négative, même si des différences sont évoquées, souvent à d'autres propos ou de manière à valoriser les qualités féminines : « entre femmes et hommes, il n'y a pas de grandes différences. On a les mêmes problèmes : les lenteurs de l'administration... Mais la femme est plus minutieuse, plus observatrice, plus sérieuse », explique par exemple une patronne d'hôtel. Dans un même procédé de négation de différences sur le plan professionnel et d'affirmation de différences en termes d'identité et de rôle sociaux de sexe, une entrepreneure artisanale déclare que « pour ouvrir et gérer une entreprise, une femme rencontre les mêmes problèmes qu'un homme. Ça demande beaucoup d'efforts et de caractère car si la femme n'est pas forte, elle risque de flancher. Car c'est quand même dur de travailler au bureau et à la maison ». Ces personnes insinuent en fait que les femmes possèdent davantage de qualités que les hommes. Sous-jacente à ces propos, il y a peut-être l'idée que ce surplus de qualités permet aux femmes de supporter des conditions plus rudes pour elles que pour les hommes (« travailler au bureau et à la maison », par exemple), mais elle n'est pas explicitée. Quelques voix, beaucoup plus rares, évoquent des conditions différentes et inégales entre hommes et femmes entrepreneur·e·s, comme cette directrice d'école qui s'exclame : « elles rencontrent énormément de difficultés ! Ici les hommes sont machistes, sauf quelques-uns de ma génération. C'est culturel, c'est une mentalité. Il faut encore toute une génération pour que cela change ». La posture que tient une partie importante des entrepreneures paraît donc ambiguë. D'un côté, elles expriment très clairement leurs revendications féministes alors que d'un autre, elles semblent ne pas vouloir se visibiliser en tant que groupe de sexe ou autour de revendications tenant à leur condition de femmes.

En résumé, plusieurs critères d'exclusion et d'inclusion qui permettraient de définir la catégorie des cheffes d'entreprises sont essayés, mais aucun ne paraît complètement convaincant ni faire consensus : le sérieux, la somme de départ, la familiarité avec le monde des affaires, la moralité, l'absence ou la présence de

personnel, l'aspect formel ou informel de l'entreprise, le chiffre d'affaires, etc. N'empêche, ces entrepreneures ne se considèrent plus comme des atomes, isolées dans un monde masculin ; désormais, elles se pensent et s'identifient en fonction d'autres femmes d'affaires et dans le cadre d'une réalité diverse.

Des objectifs incompatibles

La dissolution du premier groupe officiel de femmes cheffes d'entreprises à Agadir est expliquée par une désapprobation d'une pratique consistant à « faire du social ». « Faire du social », c'est en l'occurrence se réunir pour socialiser, à l'occasion d'invitations privées. Il me semble reconnaître dans ce procédé une tentative de créer un équivalent aux pratiques masculines de réseautage, les femmes se réunissant cependant dans l'espace privé tandis que les hommes ont investi différents espaces publics. Toujours est-il que les entrepreneures récusent cette manière de faire, n'y reconnaissant aucun intérêt professionnel : « une des réunions a fait un peu déborder le vase. C'était une réunion chez une femme qui a suscité le mécontentement de la plupart des membres du bureau. Cette femme était plus orientée social et les femmes se sont trouvées à un moment donné en train de se dire, finalement on se réunit pour les petits goûters, les petits trucs, bavarder de tout et de rien, sauf de l'essentiel, quoi, on parle de tout sauf de l'essentiel, les soucis d'accompagnement de la cheffe d'entreprise, parce qu'on est vraiment en majorité toutes jeunes entrepreneures et on n'a jamais pu se dire bon alors aujourd'hui on s'assoit, bon moi j'ai des soucis avec la banque, comment on peut aider à les résoudre, j'ai des soucis avec l'administration, comment on peut aider à résoudre. Ce sont des sujets qui ne sont jamais, mais alors jamais abordés, jamais discutés, alors ras le bol, il y avait démission sur démission, très rapidement, le bureau s'est dissous, aussi très rapidement, on s'est réunies pour se dire finalement voilà les raisons pour lesquelles on dissout, et puis plus rien » (directrice d'école). Autre témoignage du même type : « on était une quinzaine de femmes pour dire je veux bien qu'on se retrouve autour d'un déjeuner, c'était très sympathique dans sa résidence au bord de la mer, c'était vraiment un très bon repas princier, donc on s'est vues, c'était qu'est-ce que tu fais, qu'est-ce que tu deviens, très aimablement, voilà, mais on n'est pas entrées dans les détails » (patronne de bureau d'étude). Ou encore : « on m'a parlé de l'association et je me suis dit pourquoi pas, mais la première fois, j'ai été choquée car elles parlaient de leur mari, de leurs achats et je me suis dit je vais perdre tout mon après-midi alors

qu'il y a des choses qui m'attendent. Je ne suis pas allée à la deuxième réunion mais à la troisième » (constructrice en bâtiment). Lorsqu'elles tiennent ce genre de discours, les entrepreneures tiennent à se distinguer de ce qu'elles pensent être des futilités ; elles affirment le sérieux de leur travail et la nécessité d'un important investissement personnel, se présentant comme des professionnelles à part entière (et non comme des femmes qui font à l'occasion et de manière facultative un travail professionnel). En critiquant ce mode de sociabilité marocain à tonalité clientéliste, les entrepreneures font plus que mettre en scène leur emploi du temps chargé et leur sérieux au travail ; elles affirment également une différence avec les pratiques de réseautage masculines.

Se distanciant, en partie au moins⁷⁹, des contextes de forte sociabilité féminine, les entrepreneures rencontrent des difficultés à œuvrer pour leurs affaires entre elles car elles nourrissent des objectifs incompatibles. L'association est à cet égard paradigmatique. Rien ne s'y stabilise qui permette de faire exister l'association, comme le constatent les associées elles-mêmes à l'occasion de la préparation de la visite de la femme d'affaires française. « D'ici juin, il faut qu'on ait des réunions entre nous, pour qu'on la voie [la femme d'affaires française] pendant la semaine où elle sera là ». « Il faudrait qu'on ait une association un petit peu préparée ». « Quand elle sera là, il faudrait qu'on puisse se réunir et avoir un semblant de programme parce que se réunir d'accord, mais pour faire quoi ? ». « Un programme d'accord, un minimum de programme, avec quelques actions derrière, des petites feuilles qu'on pourrait distribuer je ne sais pas moi, qui présente nos réunions ». « Des PV de nos réunions. Pourquoi on se réunit et avec quoi on va sortir ». Aucun programme, aucune action mais non plus aucun projet n'ont été clairement définis. C'est que, comme je vais le démontrer ci-dessous, d'un côté les associées souhaitent pouvoir s'aider en se confiant leurs difficultés afin de trouver des solutions ; mais, d'un autre, elles aspirent à faire des affaires entre elles, ce qui suppose de donner de soi une image de solidité et d'assurance. Dans ces conditions, difficile en effet de mettre en place des objectifs.

⁷⁹ En partie puisque, dans le cadre de leurs relations avec la clientèle, certaines entrepreneures utilisent justement l'argument de la non mixité et/ou profitent de la sociabilité féminine pour faire des affaires.

Les associées souhaitent très clairement promouvoir l'entrepreneuriat féminin en offrant des structures qui permettent de s'aider à affronter et à résoudre les différents problèmes qu'elles rencontrent, et aider celles qui démarrent. Cette visée, très explicite et mise en avant publiquement, est mentionnée par l'article de *L'Économiste*. Déclinée par mes interlocutrices, cette entraide consiste, par exemple, à « se mettre à jour » sur les règlements, parce qu'« il n'y a pas beaucoup de femmes chefs d'entreprise qui ont suivi des études, donc elles ne rencontrent que des problèmes et on est obligée de les soutenir » (patronne d'un bureau d'études). Une autre explique que les entrepreneures « ne sont pas très au courant de ce qui est administratif, de certaines choses, et c'est là où on est là pour les aider auprès des administrations. Le problème c'est qu'elles ne savent pas où aller. Or il y a des services instaurés pour ça mais elles ne sont pas très au courant » (entrepreneure artisanne). Comme le montrent ces citations, elles évitent souvent de se mettre en scène en tant qu'entrepreneures vivant personnellement des difficultés – elles évoquent cependant ces difficultés dans d'autres contextes discursifs.

Cette pudeur à avouer ses propres problèmes est un fait qui est relevé par les entrepreneures elles-mêmes : « peut-être que c'est une faiblesse de la femme qu'elle veuille tout garder pour elle. Il y a des femmes qui sont méfiantes et qui ne parlent pas facilement. Les problèmes sont toujours constructifs. Ça fait passer un cap. Mais quand on a un problème et qu'on n'en parle pas, on reste bloqué, ce n'est pas bon. Dans une association, on pourrait parler, dire voilà j'ai rencontré ce problème, soit de financement, soit avec les employés. Peut-être que des autres pourraient donner des pistes. Mais moi je ne sais pas, mes contacts avec les femmes sont très limités » (constructrice en bâtiment). Ou encore : « on est obligé dans toute relation de faire des concessions, moi à la rigueur si ces femmes peuvent quand même se montrer mûres et matures, à la hauteur des responsabilités, conscientes des difficultés qu'on peut rencontrer et qu'on sente aussi que l'union fait la force, quoi, donc on se réunit. Je crois qu'il y a de plus en plus cette prise de conscience qu'ensemble on peut faire beaucoup de choses et que toute seule chacune dans son coin c'est très difficile. Mais chacune se bat plus pour ses propres intérêts » (directrice d'école). Ou encore : « pour aller de l'avant, il faut connaître les problèmes, mais elles ne les disent pas. On n'est pas seule dans le marché, on travaille en groupe qu'on le veuille ou non. Si

tout marchait aussi bien, on trouverait un Maroc qui n'est pas ce Maroc » (entrepreneure artisanne).

Cette impossibilité d'avouer ses difficultés et faiblesses tient en grande partie à la deuxième visée que nourrissent les associées : faire des affaires les unes avec les autres. Comme l'explique une patronne de matériel de bureau, « le but, c'est de favoriser la progression de chacune. S'enrichir d'abord entre nous puis avec l'extérieur. On est en train d'essayer de monter un projet où celles qui travaillent dans le tourisme peuvent travailler dans le tourisme, moi je pourrais apporter le matériel, etc. On a demandé un terrain et on aimerait construire un projet touristique. C'est ça le but, faire ensemble ». Cet objectif est donc clairement inscrit dans une logique de marché qui veut que, comme l'explique l'une des associées, « il n'est pas impossible, et ça j'en suis parfaitement persuadée, qu'on défende chacune ses propres intérêts ; c'est vrai qu'il y a union, mais chacune vraiment se bat plus pour ses propres intérêts... C'est humain (*rires*) c'est humain ! » (patronne d'hôtel). Se battre pour ses propres intérêts, c'est en l'occurrence gagner un marché : « Pour aller de l'avant, qu'est-ce qu'il faut faire ? C'est ce que je suis en train de découvrir. Il ne faut pas se dire pourquoi celle-ci est invitée et pas celle-là, mais se dire il n'y a pas que moi qui existe. Celles qui font de l'artisanat, je peux leur créer un local, Atifah en tant que bureau d'études peut les aider aussi, et une autre qui est dans l'hôtellerie aussi » (constructrice en bâtiment).

Or, pour décrocher un marché, il faut donner l'impression de solidité et confiance, ce qui implique qu'on n'avoue en tout cas pas qu'on est confrontée à des problèmes. Au contraire, il s'agit de montrer ou de faire croire à la bonne marche de ses affaires. Cette dimension de mise en scène d'énergie et de solidité est fort bien illustrée par les propos tenus en séance sur l'association dissoute : « c'était une association caritative et pas de cheffes d'entreprise ». « Caritative ça veut dire quoi ? ». « Social ». « Quoi social, moi je n'ai pas de problème ! ». Tout aveu de faiblesse consiste donc au mieux à louper des affaires et, au pire, comme le dit dans un autre contexte une patronne de restaurant, à se mettre à la merci de ses détracteurs : « c'est de dire ce qui ne va pas qui fait qu'on va vous casser ».

De plus, dans le contexte clientéliste qui, comme je l'ai montré dans ma première partie, prévaut au Maroc, les relations d'affaires se font par l'échange de (pseudo-)privileges, engagent les protagonistes sur le long terme et instrumentalisent

des valeurs de fidélité et de confiance. Or les entrepreneures ont de la peine à construire entre elles des modes relationnels propices au développement de leurs affaires parce qu'elles ne se connaissent pas bien encore et qu'elles n'ont pas mis en place des modes de faire, clientéliste ou non, sur lesquels s'appuyer. Cela s'exprime bien chez les associées, pour lesquelles l'absence d'habitudes sur lesquelles s'appuyer s'accompagne d'une absence de mesure des échanges qui rend ces derniers difficiles : on ne sait pas comment ni avec qui établir un échange. De plus, la visée d'entraide qu'elles partagent vient faire craindre à certaines que cela serve en fait de bradage : « moi j'espère bien qu'on va s'échanger les marchés entre nous, se faire connaître et faire un bon travail, mais pas se dire je te connais, je te fais un prix. On va se payer correctement. Une a fait appel à moi. J'ai fait des photos, aménagé sa boutique sur ordinateur, fait un devis. Elle a trouvé un peu cher, j'ai dit on peut discuter sur les matériaux, pour entrer dans le budget. Donc la balle est dans son camp maintenant » (constructrice en bâtiment).

La difficulté à établir des relations d'affaires dans un contexte clientéliste qui joue sur la méfiance et la loyauté peut s'illustrer avec l'exemple suivant. À cette constructrice en bâtiment, j'ai proposé une rencontre avec la patronne de mon hôtel, qui m'avait dit vouloir encore réaliser quelques travaux pour lesquels elle avait besoin de conseils. J'ai donc agi comme intermédiaire entre les deux entrepreneures, ma crédibilité en tant que telle reposant sur ma recherche. La rencontre commence par la mise en scène d'une absence de réel intérêt respectif, comme c'est quasiment toujours le cas lors des premières rencontres pour affaires : la constructrice en bâtiment arrive avec 2 ou 3 heures de retard et la patronne de l'hôtel prétend ne plus savoir exactement quels travaux elle souhaite faire ni ce qu'elle m'a dit. Lors du tour du propriétaire qui suit, elle s'enquiert, avec insistance, de la manière dont travaille la constructrice en bâtiment : sous-traite-t-elle ou non ? Cette dernière affirme par deux fois qu'elle a ses propres ouvriers, tout en proposant une série d'améliorations (chauffer la piscine, faire un plafond en plexiglass amovible dans le *wast dâr*⁸⁰, décorer les murs, etc.). La patronne de l'hôtel approuve la pertinence de ces propositions tout en précisant que son budget est déjà dépassé mais, surtout, elle

⁸⁰ Le *patio* ou la pièce centrale d'une maison. En l'occurrence, comme l'hôtel était un ancien *fandaq* (hôtel pour marchands), il s'agissait d'une véritable cour intérieure.

précise qu'elle « a déjà quelqu'un » pour réaliser les travaux. La rencontre se termine poliment sur la proposition de la constructrice en bâtiment de venir faire un devis à l'occasion. Dans cet exemple, la patronne de l'hôtel est plutôt bien disposée à l'égard de la constructrice car, en lui faisant visiter l'hôtel et en la laissant proposer des travaux, elle se réserve la possibilité de négocier ceux qui l'intéressent et, en particulier, en ne les définissant pas *a priori*, d'avoir un bon prix pour ceux auxquels elle tient. Mais elle est liée par une loyauté envers des ouvriers avec lesquels une relation est déjà en place et auxquels elle est par conséquent tenue de donner la réalisation des travaux de son hôtel. Cette loyauté, qui la contraint en l'occurrence, est bien entendu généralement à son avantage puisqu'assurer du travail à ses ouvriers, c'est s'assurer leur propre loyauté et la qualité de leur travail. Comme elle l'exprime, c'est donc une expertise et une direction des travaux qu'elle aimerait acheter à la constructrice, mais pas la réalisation des travaux eux-mêmes, qu'elle souhaite pouvoir faire sous-traiter à ses propres ouvriers. Une sous-traitance n'intéresse cependant pas la constructrice, qui s'engage avec son équipe dans des chantiers importants, et l'affaire ne se conclut donc pas. Si une sous-traitance avait été possible, non seulement la patronne de l'hôtel aurait honoré son contrat de loyauté envers ses ouvriers, mais en plus – et ce faisant elle aurait manifestement gagné en pouvoir et renforcé leur loyauté à son égard – elle leur aurait ouvert des débouchés pour des engagements ultérieurs auprès de la constructrice. De son côté, la constructrice est également, et pour de mêmes raisons, liée par une loyauté à l'égard de ses propres ouvriers. Elle aurait peut-être pu se permettre une sous-traitance si elle avait eu trop de travail pour son équipe, mais ce n'était alors pas le cas.

Développer un réseau de personnes mobilisables autour de son entreprise est donc un travail nécessaire et délicat à réaliser. Il est d'autant plus difficile lorsqu'il s'agit de mettre sur pied, *ex nihilo*, des relations d'affaires entre femmes qui n'ont en commun qu'un statut encore peu certain. Aussi, les relations d'affaires entre entrepreneures et l'association peinent à exister. De plus et malgré son nom, l'association n'est pas explicitement assumée comme concernant spécifiquement les femmes puisque la manière par laquelle les associées tentent de se faire reconnaître ne passe pas par des revendications féministes. Il n'y a pas de combat commun, sauf dans l'idée, constituant l'objectif officiel de l'association, que la jeunesse des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat justifierait la mise sur pied de mesures

d'accompagnement ; mais dans ce cas, pourquoi faire une association non mixte ? De plus, aucune de ces femmes ne semble très motivée par des tendances altruistes, et les intentions d'entraide exprimées ne se transforment pas en actes. On peut d'ailleurs bien comprendre cette absence d'initiative puisque, de leur point de vue, elles doivent avant tout développer leur propre affaire dans un esprit de concurrence.

On a vu comment, dans les années 1990, la catégorie d'entrepreneur·e commence à émerger dans les discours publics et officiels et comment elle prend forme en fonction d'enjeux politiques et économiques. J'ai décrit dans cette deuxième partie la constitution au féminin de cette catégorie dans la région d'Agadir, une dizaine d'années plus tard. Cette constitution recouvre plusieurs aspects. Une mise en visibilité des entrepreneures par le biais de discours et d'actions politiques, juridiques, médiatiques, par des contacts interpersonnels et par les entrepreneures elles-mêmes qui entament un processus d'identification et de représentation de leur statut. Dans la partie suivante, je m'attache à décrire et à analyser différentes stratégies que les entrepreneures utilisent pour promouvoir et pour inventer leurs activités dans le contexte particulier du patriarcat marocain. Je m'intéresse donc aux contraintes sociales qui entravent leurs activités, mais également aux manières dont il est possible de bricoler malgré et avec ces contraintes.

3. L'analyse : rendre légitime la place occupée

Dans cette troisième partie, je reprends dans une perspective plus synthétique et analytique les éléments de terrain amenés précédemment.

Dans un premier chapitre (3.1) qui répond à la thématique de la prostitution, je mets en relation et en perspective les discours que j'appelle de moralisation des activités professionnelles des entrepreneures, ainsi que ceux portant sur ce qui est considéré comme des problèmes sociaux et culturels. Je propose de comprendre ces deux discours comme constituant ensemble des éléments légitimant l'entrepreneuriat féminin. Je commence donc par comparer deux figures idéales typiques et ressortant des propos des gens de manière redondante, celle de la femme exemplaire et celle de l'homme démissionnaire. À l'instar du discours sur la prostitution, les figures de la femme exemplaire et de l'homme démissionnaire sont très redondantes et évoquées, ou tout au moins connues, sur toute la hiérarchie sociale, même si les acteurs et les actrices sociales y recourent plus ou moins, et avec plus ou moins de conviction. Ces deux figures constituent en fait deux autres faces de la figure de la prostituée : face négative de la femme quand la femme exemplaire en est la face positive, la prostituée est également le pôle féminin de la figure de l'homme corrompu par une société en crise (3.1.1). Ensuite, je montre comment ces figures, quoique nouvelles et accompagnant la reconnaissance de l'entrepreneuriat féminin, sont conformes à des stéréotypes sociaux de sexe et à une certaine idée de la tradition et de l'ordre social (3.1.2). Cependant, instrumentalisées et mises en relation d'opposition dans un contexte perçu comme décadent (3.1.3), elles permettent l'initiation d'un changement (3.1.4).

Dans un second chapitre (3.2.), je montre, à travers trois illustrations, comment ces constructions légitimantes sont également handicapantes puisque le renvoi au registre d'une exemplarité des femmes et d'une féminité « authentique » ou « morale » pose différents problèmes concrets aux entrepreneures. Ces problèmes se posent notamment en regard du système clientéliste dont certains aspects sont associés à de la corruption et réprouvés. En regard de leur prétention à la moralité, les femmes disent alors se distancier de ces pratiques. Or, le contexte clientéliste oblige tous les patrons et toutes les patronnes à entretenir avec leur entourage des formes de dons et de contre-dons. Ainsi, pour la partie de leurs relations clientélistes

qui sont localement associées à de la corruption (pots de vin ou octroi de marchés en raison de relations privilégiées notamment), les entrepreneures n'ont comme solution que de nier et de masquer leurs pratiques ; en cela, elles n'agissent pas différemment des hommes mais, revendiquant des pratiques honnêtes et étant reconnues pour cette supposée honnêteté, elles sont bien moins qu'eux légitimées à corrompre. Et pour une autre partie, relative à leurs relations avec leurs employé·e·s et avec leurs client·e·s, elles résolvent leur nécessaire recours au clientélisme en le transformant en action répondant à leur sens de la responsabilité et à une forme de maternage, alors qu'il s'agit de patronage. Leur revendication et leur mise en œuvre de compétences présentées comme maternelles et féminines pourrait conduire à faire une analogie avec le travail de *care* qu'ont mis en évidence les sociologues du travail dans une perspective de genre. Or, le recours à des qualités apparemment semblables ne renvoient pas du tout aux mêmes logiques. À cet égard et dans une dernière partie de ce chapitre, je reviens sur ces théories et y réfléchis en fonction de mon terrain. Lorsqu'elles agissent conformément au système clientéliste, les entrepreneures se trouvent confrontées à deux autres difficultés. D'une part, le fait qu'elles doivent manifester tant des qualités d'attention pour les autres que de l'indifférence ou de la dureté (3.2.1). D'autre part, le fait que, par leurs pratiques se voulant morales ou alors très cachées, elles accentuent leur exclusion des réseaux d'affaires masculins (3.2.2). Enfin, en troisième lieu, je m'intéresse à leurs pratiques redistributives, tant dans le cadre du patronage qu'elles réalisent que dans celui de leur implication à l'économie domestique ; ces pratiques redistributives sont passablement invisibilisées alors que, dans un contexte politique d'absence d'aides étatiques, elles sont extrêmement importantes (3.2.3). Par ces trois démonstrations, j'espère mettre en évidence combien est délicat l'équilibre entre nécessités du paraître et modes d'actions.

3.1. Projeter la tradition

Nous avons vu que dès les années 1990, dans une conjoncture de libéralisation et de privatisation de l'économie, la figure de l'entrepreneur tel que l'analyse Catusse (2001) a été construite par opposition avec celle du bourgeois corrompu et représente un nouvel héros du développement du pays. La dichotomie entre le bourgeois corrompu et l'entrepreneur se construit dans un contexte idéologique reposant sur

des références morales. Les entrepreneures que j'ai rencontrées tentent également de faire valoir pour elles une figure de moralité : force, droiture, honnêteté, persévérance, souci de l'autre, etc. sont des qualités qu'elles mettent fortement en avant et qu'elles définissent comme féminines. Ces qualités sont reconnues et véhiculées par les discours ordinaires, qui se saisissent peu à peu de cette nouvelle figure féminine et en font une démonstration d'exemplarité. Cette figure est elle aussi opposée, d'une part, au prétendu contexte social immoral (corruption, homme démissionnaire et irresponsable), c'est-à-dire au contexte par rapport auquel l'entrepreneur est lui aussi contrasté, et, d'autre part, à la figure négative de femme associée à ce contexte qu'est la prostituée. En tant que femmes subversives, renvoyant au désordre, les prostituées auxquelles il est tant fait référence constituent en effet l'image opposée de celle que veulent donner d'elles les entrepreneures⁸¹.

3.1.1. La figure de la femme exemplaire

Lors de mon premier séjour de terrain, lorsque les entrepreneures se positionnent par rapport à un groupe, elles s'identifient le plus souvent à celui des « femmes ». En tant que telles, elles prétendent posséder une force de caractère qui leur a permis non seulement de se lancer mais surtout de poursuivre leurs affaires malgré les difficultés administratives, familiales ou sociales, en particulier la mauvaise réputation, qu'elles ont rencontrées : « les femmes essaient de faire les choses très minutieusement, contrairement aux hommes. C'est naturel d'après moi, c'est naturel. C'est naturel qu'une femme a envie de donner le maximum d'elle-même » (négociante). Ou encore : « c'est très dur au début, surtout les gens qui parlent, qui essaient de descendre les personnes par les mots. Mais il faut tenir bon, et après ils voient que la personne fait du bien, et on est reconnue » (entrepreneure artisanne). Une patronne d'agence de tourisme et directrice d'école maternelle déclare que « toutes les femmes marocaines sont courageuses, se battent. Elles doivent être mieux que les hommes car elles doivent gérer l'éducation des enfants. Celles qui travaillent ont tout à double ».

⁸¹ S'intéressant à l'Algérie en période de libération, Teraud met bien en évidence cette opposition entre les prostituées et « les femmes [qui] sont globalement considérées comme des 'conservatoires de la nationalité vaincue' » (2008, p. 166).

Ces femmes mettent donc en avant une personnalité exemplaire et un parcours sans faute. Dans une enquête qu'il mène sur les femmes médecins en Algérie, Mohamed Merzouk (2004, p. 225) relève des propos qui renvoient à une même mise en scène de courage et de persévérance, dans un contexte discriminant les femmes : « pour lutter contre la discrimination professionnelle qu'elle subit, cette même neurochirurgienne confesse éviter scrupuleusement l'évocation de 'ses tracasseries familiales' et prendre soin de ne jamais trahir sa fatigue ». Cette chirurgienne, ainsi que les entrepreneures algériennes étudiées par Anne Gillet sont, en effet, confrontées à différents obstacles liés à l'articulation entre leur vie professionnelle et familiale et aux rôles traditionnels tels que leur manque de formation et le peu de confiance dont elles sont créditées dans le monde des affaires : « face au crédit accordé *a priori* aux hommes, les femmes ont à imposer leur place et à faire sans cesse leurs 'preuves féminines'. Ceci peut être envisagé comme un élément moteur dans la mesure où elles se considèrent comme 'n'ayant pas droit à l'erreur' et déploient alors d'importantes compétences professionnelles » (Gillet, 2004, p. 274).

Rien *a priori* de très exotique dans ces constats, qui sont également faits en Occident. Cependant, dans le cas des entrepreneures marocaines, il me semble qu'il faut comprendre de tels propos, au-delà des difficultés concrètes auxquelles ils renvoient, comme des manières de construire et de faire valoir une figure de femme entrepreneure forte et valeureuse, tant dans la manière dont elle assume ses rôles domestiques que dans son investissement dans les affaires ; sur ces deux plans, elles prétendent répondre aux différentes tâches dans lesquelles elles sont engagées avec vaillance et force morale. La mise en scène d'une exemplarité morale des entrepreneures se retrouve d'ailleurs sur le site de l'AFEM qui pose l'affirmation suivante : « Nous visons l'instauration des valeurs : intégrité et loyauté, respect, solidarité, détermination » (AFEM, 2009). Cette figure féminine valeureuse, ancrée à la fois dans les tâches de la reproduction et dans celles de la production, est constamment mise en scène et demande d'être attentivement étudiée.

Lorsqu'elles rendent compte de leurs qualités personnelles, les entrepreneures évoquent souvent une forme de hasard ou de chance qui accompagne le démarrage de leurs activités entrepreneuriales. Ainsi, plusieurs d'entre elles racontent des événements qui les ont lancées et qu'elles expliquent par la volonté de Dieu. Cette volonté divine vient en général signer un acte moral qu'elles ont accompli. Ainsi,

l'une dit avoir gagné son premier gros marché sur un concurrent corrompu grâce à une erreur d'envoi d'adresse – l' « erreur » étant implicitement attribuée à une action divine venant récompenser l'honnêteté de l'entrepreneure. Autre récit sur le même thème, concernant cette fois deux entrepreneures ayant interagi de manière moralement irréprochable. Ce récit est tenu par une patronne d'agence en consulting, à partir d'une question que je posais sur la manière de nouer des relations commerciales. « Je suis allée un jour chez une pharmacienne loin de chez moi car j'étais en route et je me suis souvenue que je devais acheter du lait pour mon bébé. Mais il me manquait quelques dirhams pour payer le lait. La pharmacienne m'a dit que c'était le lait qui était important, que je le prenne et que je reviendrai payer un autre jour. J'étais très contente car j'étais pressée. Et je suis toujours retournée chez elle. Lorsque j'ai assuré mes employés à la Mutuelle, j'ai convoqué la pharmacienne dans mon bureau pour lui faire signer un accord de crédit avec mon entreprise et depuis elle a beaucoup plus de clients. Chez nous, on appelle ça le *rzaq* ». Dans ces histoires, les relations apparemment nouées par hasard sont en fait dues à la volonté de Dieu, qui semble donner son accord ou aider les personnes qui ont un comportement conforme au bien (être généreux, honnête, loyal) ; c'est bien le sens du mot *rzaq*.

Inscrire leur réussite dans une forme de destin divin relève à mon sens de deux logiques. D'une part, l'évocation de l'aide divine s'explique par la légitimité du cadre de référence religieux. Ces femmes utilisent une forme d'expression très ordinaire qui leur permet de réinterpréter et de présenter leur histoire comme légitime car accompagnée et soutenue par la volonté divine⁸². D'autre part, la référence à la religion renvoie à la morale sociale de la *hachouma* voulant que les individus restent

⁸² Peu d'entrepreneures rencontrées ont évoqué Fatima, femme du prophète et commerçante, comme figure légitimante les autorisant à exercer leurs activités, alors que je m'attendais à ce que cette référence religieuse soit utilisée. Deux hypothèses, non exclusives l'une de l'autre sont possibles : soit la référence à Fatima n'était pas très prégnante dans les discours en général, soit alors mon statut d'Occidentale supposée chrétienne a freiné l'évocation de la figure de Fatima comme argument légitimant.

modestes et ne se distinguent pas les uns des autres⁸³. La morale veut qu'on ne se mette pas en avant, qu'on évite au maximum de se distinguer des autres. Bien sûr, cette morale n'est pas mise en œuvre dans tous les contextes puisque certaines situations exigent au contraire de se mettre en avant, par exemple lorsque les associées de l'AFEM non seulement refusent d'évoquer les difficultés qu'elles rencontrent mais encore tiennent des propos qui surenchérisent leurs qualités et la bonne santé de leur affaire. N'empêche que la morale de pudeur est largement véhiculée, un proverbe marocain disant par exemple : « *dir rassk bin ryous ô goul ya khtaâ ryousses* » ; ce qui signifie : « mets ta tête entre les têtes et dis : ô, coupeur de têtes », dans l'idée que seules les têtes qui dépassent seront fauchées. Or, lorsque mes interlocutrices mettent en avant les qualités personnelles grâce auxquelles elles sont parvenues à faire fructifier leurs affaires, non seulement elles s'attribuent une valeur estimable, mais en plus elles se distinguent explicitement des autres femmes qui n'ont pas essayé de sortir du lot ou qui n'y sont pas parvenues. En conclusion, la référence à l'aide divine leur permet d'attribuer leur réussite à une volonté supérieure et de relativiser leurs discours d'autocélébration, en adoptant une posture plus modeste. En s'en remettant à la volonté de Dieu, qui aurait donné un coup de main à leur entreprise et par là approuvé leur action, elles se déresponsabilisent et évitent de manifester tant une attitude prétentieuse que revendicatrice. Cette manière d'attribuer leur présence dans le monde des affaires à des facteurs externes et partiellement indépendants de leur volonté se répète dans d'autres situations, notamment lorsqu'elles évoquent la crise sociale et culturelle et la démission des hommes ; comme nous le verrons, cette forme de dédouanement est un mode de légitimation.

Toujours sur le thème des difficultés qu'elles rencontrent et des qualités qui leur ont permis d'y faire face, les entrepreneures évoquent parfois la résistance que des hommes leur ont d'abord opposé. Les entrepreneures convoquent différentes figures d'hommes opposants. Dans les milieux populaires, ce sont le plus souvent les maris ou les fiancés qui, en raison de leur rôle de pourvoyeurs de biens, manifestent des oppositions. Cela s'explique sans doute par le fait que les soucis financiers, ou plutôt les manques financiers, qui touchent ces milieux, impliquent une remise en question

⁸³ Camille Lacoste-Dujardin (1992, p. 102) note à ce propos que « l'islam professe la méfiance envers les aspirations individuelles, contraires à l'idéologie patrilignagère ».

des hommes dans leur rôle de pourvoyeurs de biens. Ce problème de reconnaissance de l'un des éléments de l'identité masculine ne concerne pas les hommes des milieux aisés qui, suffisamment à l'aise financièrement et bénéficiant de différents attributs de pouvoir (par exemple par leur statut professionnel ou leur provenance sociale), ne sont pas remis en question dans leurs rôles sociaux et notamment dans ceux de mari ou de père lorsque leurs épouses travaillent professionnellement. C'est bien ce que s'attachent à expliquer celles des entrepreneures bourgeoises qui insistent sur le fait qu'elles ne travaillent pas par « besoin financier », leur mari gagnant suffisamment pour les entretenir si elles le souhaitent. Mais, conformément à l'idéal de réalisation de soi des milieux bourgeois, elles ne souhaitent généralement pas « être entretenues », et certaines prennent également soin d'expliquer que leurs maris les encouragent dans leurs affaires. Les hommes qu'elles mentionnent comme s'étant opposés à leur entreprise professionnelle sont alors soit des concurrents sur le marché qui les ont mobbées, soit des hommes qui les ont méjugées ou maltraitées (par exemple prises pour des prostituées). Et, dans un procédé de distinction sociale (aux accents évolutionnistes), elles expliquent ces oppositions par le « traditionalisme » ambiant ou, comme elles l'expriment le plus souvent, par le fait que le Maroc serait « arriéré ». Or, malgré ces propos élitaires et « évolués », force est de constater que celles des bourgeoises qui prennent soin de garantir le rôle de pourvoyeur de biens de leur époux en définissant leur travail comme facultatif reproduisent davantage la division du travail que les entrepreneures qui, moins favorisées socialement, pourvoient, explicitement et nécessairement, avec ou à la place de leur époux, aux biens de la famille et que les entrepreneures privilégiées qui, quoiqu'affirmant ne pas travailler par besoin financier, mettent en avant l'importance de leur contribution aux dépenses familiales.

Quelles que soient les formes d'oppositions auxquelles elles se disent avoir été confrontées, les entrepreneures insistent sur la souffrance qu'elles ont traversée et relèvent leur fierté d'avoir surmonté les difficultés rencontrées. Ces récits de débuts difficiles tendent parfois à renforcer le discours sur les différences entre hommes et femmes, en transformant certains problèmes auxquels sont confrontées les entrepreneures en une force particulièrement remarquable (par exemple, de se confronter seule à un groupe solidaire) ou en exigences morales élevées. En d'autres termes, le surcroît de difficultés que rencontrent les entrepreneures n'est pas compris

comme une manifestation de discriminations sociales mais comme des manifestations de leur solidité et de leur moralité. Pour elles, la reconnaissance de leurs qualités de force et de morale ne va pas de soi ; au contraire, elles comprennent voire reconduisent entre elles les soupçons qui planent sur leurs semblables, conformément à l'idée qu'elles vivent dans un contexte immoral. Et elles acceptent d'être d'abord suspectées et souvent maltraitées, attendant le moment où une reconnaissance sociale viendra signer leur probité (« pour une femme [...], 70 % du travail est fait quand on a bonne réputation »). Sans entrer en matière sur ces dimensions-là, Anne Gillet constate aussi l'existence d'une reconnaissance sociale basée sur des qualités d'ordre moral dans son étude sur les entrepreneures algériennes : « une fois installées, ces femmes chefs d'entreprises sont souvent reconnues pour leur professionnalisme exemplaire. Des qualités morales de conscience professionnelle, de sérieux, d'honnêteté, de droiture, accompagnent leur implication forte dans le travail » (Gillet, 2004, p. 275).

Le courage, la persévérance et la moralité présentées dans les récits des entrepreneures sont présentés comme des qualités féminines et maternelles. Comme l'illustrent les citations, les références à « la femme » impliquent souvent tout en la sous-entendant « la mère », comme si toutes les femmes, étant nécessairement des mères potentielles, en possédaient en conséquence les qualités. Sur le terrain, cette référence à « la femme » (-mère) n'était d'ailleurs ni absente ni atténuée dans les cas où les entrepreneures n'étaient pas elles-mêmes mères. Ainsi, une jeune cadre qui occupe un haut poste dans une entreprise automobile raconte ses débuts singulièrement difficiles : tentatives d'intimidation de la part des ouvriers, drague ostentatoire, paroles méprisantes, etc. Cependant, affirme-t-elle, les hommes qui travaillent sous ses ordres se sont mis à l'apprécier et même à vanter la qualité de son travail « parce qu'au moins la femme est là quand il y a un problème, et non pas au café du coin, elle les écoute et trouve des solutions ». Dans l'idée, déjà rencontrée et que nous rencontrerons encore, que la preuve des compétences des entrepreneures doit passer par l'expérience, elle déclare que si certains hommes apparemment acquis au fait que les femmes gèrent une affaire sont peut-être hypocrites, ceux qui ont vraiment fait l'expérience de travailler sous les ordres d'une femme sont sincères car convaincus. Et elle élabore un discours comparatif sur les qualités respectives des hommes et des femmes au travail : alors que les femmes sont responsables,

attentives, compétentes et ne lâchent pas leur affaire lorsqu'un problème se présente, les hommes sont démissionnaires, ne respectent plus les valeurs qui les guidaient auparavant parce qu'ils ont perdu leur sens de la responsabilité, sont devenus corruptibles, préfèrent être au café qu'au bureau et ne veulent en général plus travailler, bien qu'ils revendiquent toujours de l'argent et des bons postes.

Ces grandes compétences féminines sont présentes dans d'autres discours d'entrepreneures : « je n'engage que des femmes ; elles sont plus méticuleuses et plus patientes. C'est nécessaire dans ce travail », affirme la patronne d'un laboratoire médical. « La femme acquiert plus rapidement l'expérience que l'homme. Car nous les femmes, vous ne nous retrouvez pas dans un café en train de papoter. On a autre chose à faire », explique la patronne d'une assurance. La patronne d'une agence de voyage déclare : « la femme, elle n'a pas besoin de travailler, c'est un choix, et si elle ouvre une affaire, elle va y mettre tout son cœur, elle va tout faire pour que ça marche. Tandis qu'un homme, si ça ne marche pas il se décourage, il fait plusieurs choses à la fois ». La référence à des qualités féminines prend même des accents d'universalité : « je travaille beaucoup avec des fournisseurs qui sont des femmes et, finalement, je trouve à peu près les mêmes critères, la même manière de gérer les choses : les femmes essaient de faire les choses très minutieusement, contrairement aux hommes » (patronne d'une entreprise de mobilier de bureau). Ou encore : « bien sûr, les femmes elles sont, moi je crois, au niveau des affaires très correctes, plus que les hommes, c'est leur nature. Pour la plupart des femmes, c'est leur nature » (patronne de restaurant). « La femme est plus morale, elle n'aime pas corrompre » (entrepreneure artisanne).

C'est encore l'argument de la moralité qui est avancé lorsque, comme nous l'avons vu, certaines commerçantes et artisanes évoquent la non mixité que permet leur présence sur la scène économique ; dans ce cas, la clientèle féminine forme en soi un argument moral. Ou encore lorsque certaines d'entre elles insistent sur leurs comportements irréprochables lors de congrès ou d'exposition, ainsi que sur le respect d'horaires décents, notamment en raison de leurs rôles d'épouses et surtout de mères. Celles qui ont des enfants affirment le plus souvent que leur rôle de mère passe avant leur rôle d'entrepreneure : « je ne tiens pas à mon commerce plus qu'à ma réputation et à mes enfants. Donc pour les horaires, je me débrouille pour être à la maison à midi et après l'école pour faire les devoirs avec les enfants. Je ne pense

pas que la place d'une femme soit ailleurs qu'à la maison le soir. Et je sais que si mes enfants rencontraient des problèmes qui demandent que j'arrête mon travail, je n'hésiterais pas une seconde, je fermerais boutique » (patronne d'une entreprise de mobilier de bureau).

La nécessité de la conciliation

Mes interlocutrices et plus généralement, en Europe notamment, les partisans·es de la « conciliation » voient des dimensions libératrices dans la possibilité, pour les femmes, de concilier travail domestique et travail professionnel. L'analyse critique de cette idéologie de la conciliation met en évidence que ce qui paraît plutôt comme un « devoir de conciliation » pour les femmes reconduit voire même souvent aggrave l'exploitation des femmes : la conciliation ne concerne généralement qu'elles, ce qui sous-entend que les problèmes posés par le fait de travailler hors du foyer ne concernent pas les hommes et qu'en conséquence, c'est à elles qu'incombe, en plus du travail professionnel, le travail domestique⁸⁴. Si cette analyse renvoie bien, comme je vais le montrer, à des conditions objectives d'exploitation des femmes dues au fait qu'elles sont seules responsables du travail domestique en plus qu'elles travaillent professionnellement, l'analyse des discours sur la conciliation tenus sur mon terrain conduit à d'autres constats, un peu plus heureux, que celui de l'exploitation.

Il faut tout d'abord préciser que les grandes disparités entre riches et pauvres sur mon terrain facilite grandement la vie des entrepreneures aisées qui, non seulement, ne

⁸⁴ La notion de « conciliation » est donc propre aux contextes de forte séparation des espaces privés et publics, dont nous avons vu qu'ils étaient socialement et historiquement situés. Comme le note Le Feuvre, « les difficultés de 'conciliation' des différents temps sociaux – qui, remarquons-le au passage, se conjuguent exclusivement au féminin dans la plupart des recherches [...] – existent principalement dans les configurations sociales marquées par un 'contrat de genre' où l'homme a été pensé prioritairement comme un travailleur, partageant son temps entre son activité professionnelle et son 'temps libre' et miraculeusement et invisiblement 'déchargé' des autres impératifs temporels de la vie quotidienne, alors que la femme a été pensée prioritairement comme une 'inactive' assignée aux activités non-rémunérées de *care* et dépendante des revenus d'un 'pourvoyeur principal' pour survivre au jour le jour » (2006a, p. 34). Voir également Le Feuvre et Lapeyre (2005) et Delphy (2003).

doivent pas compter sur leur revenu pour survivre mais qui, de plus, engagent des bonnes pour réaliser une partie du travail domestique. Ces entrepreneures présentent souvent l'entrepreneuriat comme un travail qui leur permet de maîtriser leur emploi du temps et elles semblent très contentes de leur organisation : « les femmes choisissent d'être patronnes parce qu'elles peuvent allier maison et travail. Elles n'ont pas des horaires fixes comme en France, c'est plus souple ici. Moi j'aime dormir et je serais virée après un mois si je travaillais avec des horaires fixes. J'aime être un peu cool, même si en fait je cours pas mal pour amener les enfants à l'école, etc. comme je n'ai pas de bonne » (pharmacienne). « Mon temps est assez libre, je suis patronne. J'ai refusé d'ouvrir 24 heures sur 24 car j'ai fait le choix d'être un peu cool » (patronne de laboratoire médical). Tel n'est évidemment pas le cas des entrepreneures de milieux plus modestes, et souvent moins soutenues par leur entourage, qui mettent davantage en avant leur ardeur à affronter les deux types d'activités. Une entrepreneure artisanale, propriétaire d'une petite boutique d'habits traditionnels, à qui je rapportais ce type de propos s'est du reste exclamée que l'argument de la liberté des horaires était aberrant puisque si l'on fermait boutique pour s'occuper des tâches domestiques, on ne gagnait rien et qu'on faisait faillite. Mais, quelle que soit la position (privilegiée ou non) des entrepreneures par rapport à ce devoir de « conciliation », très fort sur mon terrain en raison de l'assignation exclusive des femmes au travail domestique, ce devoir de conciliation est instrumentalisé dans un discours visibilisant et valorisant le travail tant domestique que professionnel des entrepreneures.

La nécessité de conciliation se retrouve dans une grande partie de la littérature sur le travail des femmes, en Europe ou au Maghreb. Guilbert et Jamati ont montré que les ouvrières acceptent les mauvaises conditions de l'emploi à domicile parce qu'il leur permet d'assurer en même temps le travail domestique : « si tant d'ouvrières à domicile acceptent de travailler dans des conditions aussi mauvaises, c'est [...] parce que, pour un grand nombre d'entre elles et pour leur entourage, ces conditions de travail sont compensées par la possibilité de remplir en même temps une fonction considérée comme essentielle, celle de gardienne du foyer » (1956, p. 210) ; Madeleine Guilbert évoque à ce propos l'idéologie de la gardienne du foyer. Dans les années 1990, et alors que les femmes ont largement investi le travail salarié y compris dans des professions valorisées, ce sont toujours des stratégies de

conciliation que relève Rosemary Crompton dans une étude comparant les parcours professionnels de pharmaciennes et de cadres dans la finance en Angleterre et en France⁸⁵. L'auteure dégage deux modes de travailler correspondant aux deux professions (des modes qui se déclinent ensuite avec d'importantes variations en fonction des politiques sociales des deux pays). Les cadres ont « calqué leurs pratiques professionnelles sur le modèle masculin » (1995, pp. 67-68), travaillant à temps plein dans une carrière linéaire ; elles n'accèdent pas aux postes élevés et évoquent de grandes difficultés pour mener conjointement vie professionnelle et vie privée. Les pharmaciennes par contre ont « adapté leur activité professionnelle aux stéréotypes correspondant à une norme féminine organisant leur vie professionnelle en fonction de leurs obligations familiales », et présentent des modalités d'emploi « axées sur la famille et les femmes aspirent à concilier vie professionnelle vie familiale » (1995, pp. 67-68) ; elles sont plus beaucoup souvent employées que les hommes et occupent fréquemment un temps partiel. Anne Boigeol (1997) rend compte de mêmes visées de conciliation chez les magistrates françaises, qui décrivent leur profession comme permettant d'associer activités professionnelles et domestiques, cette caractéristique étant un critère (parmi d'autres, par exemple, le goût du pouvoir) déterminant dans leur choix professionnel. Ou encore des femmes au Conseil d'État étudiées par Olivia Bui-Xan, qui évoquent la possibilité de concilier vie familiale et vie professionnelle comme un avantage majeur de leur profession : « l'absence d'horaire, les vacances judiciaires, la possibilité de travailler chez soi sont autant d'arguments qui rendent le métier au Conseil d'État parfaitement conciliable avec une vie familiale épanouie » (2001, p. 112).

L'assignation des femmes aux tâches domestiques dans les sociétés maghrébines, y compris lorsqu'elles travaillent professionnellement, a également fait l'objet de nombreuses études, depuis plusieurs années. Malika Zamiti-Horchani (1983), dans son étude tunisienne menée par questionnaire (400 personnes adultes des deux sexes)

⁸⁵ La comparaison internationale lui permet de montrer à la fois l'impact du type de politique sociale propre à chaque pays (figure de la mère avant tout en Angleterre et figure de la femme mère et salariée en France) sur les trajectoires des femmes et les logiques similaires distinguant les professions selon des stéréotypes correspondant à une norme féminine pour les pharmaciennes et à une norme masculine pour le personnel de la finance.

dans les années 1980, fait des constats semblables à ceux que j'ai faits moi-même en 2002-2003 et 2006 au Maroc. L'auteure montre que les travaux domestiques sont considérés comme « une activité facultative⁸⁶ et exceptionnelle pour les hommes » en rapportant notamment des propos que j'ai souvent entendus. « Le stéréotype des 'tâches féminines' est si fort que parmi les femmes jugeant la participation de l'homme obligatoire, la plupart n'acceptent pas qu'il fasse la lessive ou nettoie le carrelage et ne lui confient que des tâches secondaires : 'il pourrait mettre le couvert ou débarrasser la table pendant que je fais la vaisselle, affirme l'une d'entre elles. 'Un homme penché sur une serpillière, non ce n'est pas beau, mais il pourrait faire le lit ou s'occuper des enfants', ajoute une autre. Il importe de souligner que toutes ces femmes se recrutent dans un milieu jeune et cultivé. Ainsi, même dans ce milieu le mieux disposé envers l'égalité des deux sexes, on note une persistance du modèle traditionnel qui accorde une place privilégiée à l'homme et réserve à la femme les travaux domestiques routiniers » (Zamiti-Horchani, 1983, p. 187). En fonction de cette idéologie, femmes et hommes considèrent en général que si elles travaillent professionnellement, les femmes n'ont qu'à se débrouiller pour gérer tout ce qui concerne le travail domestique : « 'son foyer et ses enfants passent avant tout... elle n'a qu'à se débrouiller' – 'Si elle est bien organisée, elle n'a pas besoin de l'aide de son mari...' – 'Elle peut demander à sa mère ou à sa sœur de l'aider' – 'Si elle gagne suffisamment, le problème ne se pose pas, elle pourra payer quelqu'un, sinon elle n'a qu'à rester à la maison' » (Zamiti-Horchani, 1983, p. 187). Même conclusion tenue 20 ans plus tard par Mohamed Merzouk, qui a étudié des femmes médecins en Algérie : « si les enquêtées ont réussi à négocier leur capital scolaire sur le marché du travail, elles n'ont pu établir en revanche, dans leur vie de couple, avec le même succès, un nouveau partage des pouvoirs entre elles et le conjoint. L'enquête révèle en effet que l'exécution des tâches domestiques quotidiennes et l'organisation des enfants restent soumises pour l'essentiel à la logique traditionnelle de la division sexuelle des rôles familiaux, le mari n'y prenant qu'une part infime » (Merzouk, 2004, p. 224). De plus, l'adhésion à leurs rôles domestiques dont font preuve les entrepreneures que j'ai rencontrées se retrouve dans la posture des médecins

⁸⁶ De manière cohérente, on retrouve ici, à propos des hommes et du travail domestique, l'aspect optionnel attribué au travail professionnel des femmes.

algériennes étudiées par Merzouk : « aucune d'entre elles n'avoue être prête à sacrifier sa vie familiale au profit de la réussite professionnelle, à l'image de cette anesthésiste-réanimatrice qui juge que 'les femmes ont deux vies, l'une professionnelle, l'autre familiale et les deux sont importantes'. S'il y a bien une attitude commune aux femmes médecins enquêtées, c'est leur attachement à l'ordre familial traditionnel » (2004, p. 223). Enfin, la conciliation est un argument qui ressort également des propos des entrepreneures maures à propos desquelles Gisèle Simard affirme, sans toutefois développer de posture critique sur la division sexuelle du travail, que le commerce « est une occasion pour les femmes de se créer un emploi avec des horaires flexibles, leur permettant de concilier l'activité économique et le travail domestique » (1996, p. 167).

L'assignation des femmes aux tâches domestiques n'est donc généralement pas dénoncée par les entrepreneures comme une discrimination sociale de sexe. Bien au contraire, elles prennent très au sérieux leurs rôles domestiques de mères et d'épouses, qu'elles ont tendance à valoriser. Et, fait particulier au terrain, elles les visibilisent en évaluant la qualité mais aussi la quantité. Dans le cadre de nos rencontres par exemple, elles procèdent volontiers à une comparaison en leur faveur avec les Européennes, qu'elles savent assignées aux mêmes tâches. Le travail domestique est moins lourd pour elles que pour les Occidentales puisque celles qui ont des moyens engagent des bonnes mais aussi parce que la majorité des entrepreneures, y compris celles dont les moyens financiers sont limités, peuvent généralement compter sur les femmes de leur famille. « Ici au Maroc, ce n'est pas comme chez vous, on a des liens avec toute sa famille et on peut compter sur elle, il y a toujours quelqu'un qui peut aider » (entrepreneure artisanne). « Ici il n'y a pas de problème, dès qu'on est un peu aisée, on peut engager une bonne » (pharmacienne). « C'est beaucoup plus facile de travailler ici pour une femme qu'en Europe parce que dès qu'on a un petit peu de moyens, on peut engager une bonne. Moi j'ai une gouvernante qui fait tout et qui est merveilleuse. Je me demande comment font les femmes en Europe » (directrice d'école). Les bonnes sont généralement célibataires et habitent dans la maison de leur patronne. D'autres sont mariées et rentrent chez elles le soir. Elles sont généralement payées entre 500 et un peu plus de 1000 dirhams par mois. Si, à un degré plus important sans doute qu'en Europe et dans un éventail social plus large, les Marocaines parviennent à se libérer d'une partie de la

réalisation des tâches domestiques grâce au travail d'autres femmes (un travail gratuit réalisé par d'autres femmes de la famille ou un travail (mal) rétribué réalisé par des bonnes), elles ne se libèrent cependant pas de la gestion de ces tâches puisqu'elles restent seules responsables de leur foyer. Dans tous les cas, il n'est pratiquement jamais question d'impliquer le mari, qu'il s'agisse de ménage ou des soins à prodiguer aux enfants. Certaines entrepreneures regrettent le non investissement de leur mari dans les tâches domestiques mais, faisant écho aux études citées plus haut, elles n'attendent généralement pas davantage qu'une aide, et encore faut-il que cette aide ne soit pas dégradante pour un homme.

La diversité des lieux à partir desquels des femmes justifient leur choix professionnel par la possibilité de « concilier » vie privée et professionnelle (entrepreneures marocaines, pharmaciennes et cadres françaises et anglaises, magistrates et conseillères d'État françaises, etc.) et le fait que les hommes, pour de mêmes professions, n'évoquent pratiquement jamais cet argument de la « conciliation » montrent bien que cette nécessité renvoie moins à de strictes caractéristiques professionnelles qu'aux rôles sociaux liés à la maternité et à la conjugalité féminine. Pour ce qui est des entrepreneures marocaines, comme d'ailleurs des autres travailleuses, l'exigence de « conciliation » repose donc sur des contraintes objectives. Mais, dans le cas des entrepreneures marocaines, l'affirmation de la priorité ou du moins de la très grande importance accordée aux enfants et à la famille sert elle-même d'argument moral permettant de mettre en avant leur exemplarité, en particulier leur sens de la responsabilité, leur amour maternel et leur adhésion et conformité aux exigences morales et sociales. Plus encore, elles transfèrent leurs compétences liées à leurs responsabilités familiales à leur pratique professionnelle, au point que sphère productive et reproductive viennent se confondre dans les discours : « toutes les femmes sont des cheffes d'entreprise ! Elles sont responsables de leur foyer, elles sont compétentes pour gérer les biens et les personnes » (patronne d'une agence de voyage) ; « toutes les femmes sont entrepreneures car elles ont leur famille à faire vivre et donc elles trouvent des trucs pour cela. Ici, on compte plus sur la mère que sur le père » (restaurateur).

La référence aux tâches domestiques n'est donc pas nécessairement liée à une dévalorisation du travail productif des femmes. Dans le cas qui nous occupe, les entrepreneures instrumentalisent leurs habitudes et compétences domestiques et les

déplacent dans l'espace professionnel. Elles jouent ainsi avec des assignations et des stéréotypes contraignants dans l'objectif d'étendre leur sphère d'action⁸⁷.

La figure de la mère

Dans la plupart des sociétés, la pression à la reproduction est assurée par le fait que la reconnaissance de la féminité dépend de la maternité des femmes. C'est d'ailleurs l'une des caractéristiques des sociétés patriarcales que d'ériger la mère en figure suprême de la féminité. Cette figure, et surtout son caractère extrêmement valorisé, est très prégnante au Maroc (ou plus généralement au Maghreb), bien davantage qu'en Europe où l'accomplissement d'un « destin » (social) de mère ne suffit pas pour qu'une femme soit considérée comme détentrice d'autorité et respectée. Une hypothèse quant à cette différence réside peut-être dans les manières chaque fois singulières dont s'est imposée l'économie libérale, drainant avec elle l'idéologie du travail comme valeur sociale centrale. Comme nous l'avons vu, au Maroc, l'économie libérale et le salariat sont imposés de l'extérieur, provoquant très rapidement du chômage et ne sont pas accompagnés des mesures sociales normalisantes et pacifiantes. Dans ce contexte, l'idéologie du travail professionnel comme valeur sociale et identitaire centrale ne s'est peut-être pas imposée avec autant de force qu'en Europe, laissant la place à d'autres dimensions très fortement valorisées socialement, potentiellement fondatrices d'identité et socialement valorisées. La maternité⁸⁸ est peut-être l'une de ces dimensions, d'autant que la

⁸⁷ La référence que font les entrepreneures au travail domestique et à certaines compétences qui le qualifient est également relevée par Denieuil dans son étude sur les entrepreneures tunisiennes, sans pour autant qu'il analyse plus avant cette analogie : « C'est alors que ce 'projet' devenu entreprise va être protégé et géré comme une famille. Les femmes entrepreneurs interrogées, toutes catégories d'entreprises confondues, insistent beaucoup sur la prise en charge des ressources humaines de l'entreprise : la gestion de la sécurité et de la paix sociale, le suivi des employés dans les événements importants, les relations établies entre le vie de famille (les enfants) et le vie de travail, etc. » (2005, p. 114).

⁸⁸ On peut penser encore à l'âge (patriache, matriache) ou à des valeurs liées à la religion (*cherif* et *cherifa*).

parenté occupe une place importante dans l'organisation sociale des sociétés maghrébines⁸⁹.

La valeur très fortement positive du statut de mère au Maghreb est du reste relevée dans la littérature, par exemple lorsque Adezian et Streiff-Fénart écrivent : « c'est avec l'accouchement qu'une jeune fille meurt définitivement au profit de la mère aux pieds de laquelle les musulmans parlent de paradis » (1983, p. 283). Sur mon terrain, la femme responsable de son foyer, attachée à ses enfants, bénéficiant d'une expérience de gestion des ressources humaines et matérielles renvoie à la figure de la mère, c'est-à-dire à une figure de femme accomplie. La mère est la figure féminine qui bénéficie d'un statut reconnu, de légitimité, d'autorité et de reconnaissance et qui, de plus, est associée à la perpétuation du groupe et de la culture. Lacoste-Dujardin note au sujet de cette cheffe de la maisonnée, mère et souvent belle-mère : « avec les femmes au sein de la maisonnée, la mère-maîtresse de maison entretient des rapports d'autorité directe, elle commande, exerce un pouvoir indiscuté, pouvoir de droit qui lui est reconnu par les hommes dominants » (1992, p. 167). Lacoste-Dujardin décrit l'étendue de ce pouvoir, mais elle montre également comment il serait limité à la maisonnée : « au sein des foyers patrilignagiers, les tâches domestiques se trouvent partagées entre toutes les femmes mais réparties inégalement selon les rapports hiérarchiques dépendants de l'âge. À la mère la plus âgée revient le rôle d'organisatrice du travail et de répartitrice des tâches et des moyens nécessaires entre les autres femmes : belles-filles et jeunes filles, fillettes non encore mariées placées sous son autorité. [...] Cette autorité peut aussi s'étendre à ses fils, jeunes gens ou hommes mariés, voire à son mari » (1992, p. 121). Ces particularités du rôle maternel renvoient bien sûr à un mode de production reposant sur l'économie familiale dans lequel tous les membres de la maisonnée s'investissent, avec des fonctions différentes. Dans une analyse comparée des contes pour enfants circulant dans les régions méditerranéennes, Lacoste-Dujardin montre du reste qu'« au Maghreb, l'adulte menaçant est la mère » (1992, p. 219). Comme l'illustre un jeune homme rencontré sur le terrain, les qualités de la mère et son rôle dans la famille sont extrêmement valorisés : « le rôle naturel de la femme est d'être

⁸⁹ Ainsi que dans différentes autres sociétés où les rapports de parenté sont centraux, structurant et informant différents langages sociaux (politique, économique, religieux, etc.).

mère. Le monde domestique n'existe que par l'autorité des mères qui commandent tout. L'autorité des pères est superficielle. Tout est décidé par la mère ».

La fidélité à leurs rôles domestiques et plus particulièrement au rôle maternel dont les entrepreneures font part correspond en partie, et en partie seulement, à l'analyse de Lacoste-Dujardin. Cette dernière relève en effet que « ce rôle maternel qui a fait leur gloire, leur pouvoir, et demeure encore le seul rôle valorisé qui leur reste et leur vaut considération, pouvoir encore dans la famille et influence accrue sur leurs fils dans un contexte perturbé. Elles ne sont pas prêtes à y renoncer » (1992, p. 238) même si, d'après l'auteure, ce pouvoir « paraît exclusif entre les murs de la maison, dans cet espace domestique où il se trouve étroitement limité » (1992, p. 219). Plus récemment, Anne-Marie Granié remarque également, dans un article concernant les prises de décisions de Marocaines vivant en milieu rural, que « les représentations sociales partagées par les hommes et les femmes valorisent les qualités de 'reproductrices' des femmes, 'semences du pays'. La femme-mère est respectée surtout si elle a donné naissance à des garçons » (2006, p. 223). L'auteure relève en outre que les mères ont la responsabilité quasi totale de l'éducation des enfants (Granié, 2006). Mais, comme le résume Le Feuvre, « à travers l'acte éducatif, dont elle détient la responsabilité effective et symbolique, la mère se transforme en 'agent de la reproduction' d'un système social qui l'exclut (elle-même et toutes les femmes) » (2006b, p. 192) de l'avoir et du pouvoir monopolisés par les hommes.

Que les Marocaines, et en particulier les mères marocaines, bénéficient d'une position de force dans la maisonnée et en tant que mères et éducatrices ne signifie donc évidemment pas que la domination masculine qui structure la société doive être relativisée et encore moins qu'il faille trouver une complémentarité dans la division des tâches et des espaces. Cette position de force a cependant la particularité d'être socialement reconnue, cette reconnaissance, quel que soit le degré d'idéologie qui la constitue, en permettant l'instrumentalisation. En effet, mon étude montre précisément que les entrepreneures (en tout cas) instrumentalisent et déplacent ce pouvoir de manière à valoriser et à faire reconnaître leurs activités productives. C'est justement parce qu'elles déplacent ce relatif pouvoir que ces femmes ne sont pas seulement, à l'image des mères évoquées par Lacoste-Dujardin (1992) ou des femmes étudiées par Granié (2006), agentes de la reproduction du pouvoir masculin. Tout en gardant la symbolique et la valorisation du rôle, elles en font en effet autre

chose : la position de force socialement reconnue dont elles peuvent se prévaloir en tant que mère ou mère potentielle dépasse « les murs de la maison » pour atteindre la sphère de l'économie marchande et plus généralement l'espace public⁹⁰.

L'attribution très affirmée et explicite, et très consensuelle sur mon terrain, des tâches domestiques aux seules femmes a pour conséquence qu'une critique qui menace les entrepreneures et qu'elles évoquent très souvent est l'accusation, par leur famille, de délaissier leurs tâches domestiques ou de mal gérer le personnel auquel elles les délèguent. La réaction qu'elles adoptent alors consiste à remettre de l'ordre dans l'organisation de la maison, réaffirmant (et reconduisant) ainsi leur autorité en tant que gestionnaire des affaires domestiques. Celles qui en ont la possibilité procèdent en outre à diverses pressions sur leur entourage, en rappelant l'importance de leur contribution financière passée et présente aux demandes des uns et des autres et aux besoins de la famille. Dans ce cas, les femmes appartenant à des milieux peu aisés, ainsi que, parmi les entrepreneures plus aisées, celles qui font valoir l'importance de leur contribution aux finances familiales, bénéficient d'un argument supplémentaire par rapport à celles qui affirment choisir de travailler mais n'en avoir nullement « besoin » et sur les gains desquelles personne ne semble devoir sérieusement compter (ce qui ne signifie pas que personne n'en profite). Les entrepreneures ne se défendent donc pas en remettant en question leur rôle domestique mais se justifient en montrant comment leurs affaires n'empiètent pas sur ceux-ci. Et les moins privilégiées d'entre elles montrent que leur apport est important autant comme gestionnaire de l'espace domestique que comme femme d'affaires ou, en d'autres termes, qu'elles sont nécessaires à l'une et à l'autre des places qu'elles occupent.

Ainsi, c'est davantage leur capacité à cumuler les tâches qu'une négation de leurs compétences professionnelles qui menace la légitimité des entrepreneures dans leurs activités professionnelles. En tant qu'entrepreneures, elles sont en effet soupçonnées de désinvestir leur rôle domestique, un soupçon qui fait écho à l'accusation faite aux

⁹⁰ Les entrepreneures marocaines que j'ai étudiées offrent ainsi une illustration du postulat de Le Feuvre qui propose de chercher à « saisir, les micro-phénomènes de 'résistance' au genre et les déplacements dans 'l'ordre du genre' ou dans tel ou tel 'régime de genre', autant que les phénomènes de 'reproduction du genre' » (2006a, p. 40).

hommes de délaissent leur rôle de pourvoyeur des biens pour la famille. C'est donc essentiellement autour des places occupées par les unes et par les autres, et ceci dans un souci de préserver une « tradition », que se joue le débat sur l'entrepreneuriat féminin, et plus généralement sur le travail professionnel des hommes et des femmes. On a donc ici une situation dans laquelle les femmes mettent en avant leurs compétences domestiques et les transfèrent dans le milieu professionnel, montrant qu'elles sont socialement nécessaires tant dans l'espace privé (en tant que mère et/ou pourvoyeuses de biens) que dans l'espace public (en tant que professionnelles rappelant des valeurs morales et traditionnelles). Lorsqu'une telle démonstration est admise et reconduite par une multitude d'actrices et d'acteurs sociaux, c'est que cette conversion de compétences est au moins en partie réussie.

3.1.2. La figure de l'homme démissionnaire et la valorisation des compétences féminines

Les discours qui prônent la conformité des rôles masculins et féminins à la tradition n'empêchent pas la circulation d'autres discours véhiculant l'idée de changement social, positivement connoté, dont les femmes seraient les principales actrices. Ainsi, en 2006, plusieurs personnes affirment que « la femme avance » (directrice d'école) ou, dans une argumentation plus naturalisante, que « la femme est plus apte, elle en a toujours fait la preuve. Mais peut-être qu'elle dépend de l'idée que l'extérieur se fait d'elle et qu'elle doit prouver que c'est faux » (entrepreneure artisanne), ce que notamment les entrepreneures se seraient mises à faire en investissant le monde des affaires. Si ces deux types de discours (fidélité aux rôles traditionnels et changement) ne sont pas contradictoires, c'est que l'« avancement » des femmes est mis en relief et en comparaison avec un autre changement, à l'origine plus ancienne qui, lui, irait dans le sens d'une péjoration de la société et qui est à la fois associé aux hommes et pensé comme général. Un jeune entrepreneur affirme par exemple, ne parlant que des hommes, que « la jeune génération subit l'influence des anciennes générations mais aussi de plein d'autres choses. Ça fait un paradoxe. On ne peut pas attendre grand-chose de cette génération. Il y a des anomalies, pas d'équilibre. Les jeunes sont dans le vide, dans une vague. Il faudrait retourner à l'origine, à la nature ». Autre illustration de cet avis négatif sur le Maroc : lorsque je valorisais certaines caractéristiques marocaines comme la nourriture, la diversité du climat ou de la

géographie, une réponse convenue était de déclarer quelque chose comme « ah, au Maroc il y a tout, mais c'est mal organisé ». Ces propos renvoient à l'idée largement partagée que la société marocaine serait « en crise ». Cette crise est expliquée tantôt par l'hégémonie occidentale, tantôt par la colonisation, tantôt par la détention du pouvoir économique et politique par une petite partie de la population, et tantôt ces arguments sont avancés ensemble. Mais dans chacune de ces explications, les hommes, en tant que seuls acteurs politiques et économiques légitimes et reconnus jusque-là, sont accusés de porter une lourde part de responsabilité en ayant activement ou passivement participé ou contribué à la « crise » et à ses supposées conséquences en termes de perte de valeurs.

On se trouve ici dans une configuration des statuts de genre que le *Black feminism*⁹¹ a mise en évidence lorsqu'a été étudiée l'intersectionnalité entre genre et « race ». J'ai donné, dans mon introduction aux *postcolonial studies*, un exemple concernant la minorisation du pouvoir des hommes colonisés ou esclaves par les structures d'oppression de la société blanche dominante⁹². Dans certains cas, les femmes doublement dominées par le genre et la « race » ont vu la domination de genre atténuée en raison du fait qu'elles étaient traitées comme les hommes et/ou en captant certains bénéfices traditionnellement attribués aux hommes. Concernant le Maroc, Mernissi relevait en 1991, dans son ouvrage présentant différents portraits de travailleuses marocaines, qu'« on ne rencontre pas un seul cas où le discours féminin présente l'homme comme un être fort, protecteur, et la femme comme un être faible attendant de l'homme protection et largesse » (1991, p. 24), propos que je nuancerai néanmoins au vu du fait que certaines femmes issues de classes aisées qualifient ainsi moins les hommes de leur famille (père, époux, frères, fils), qu'elles prennent

⁹¹ L'un des mouvements des approches féministes postcoloniales, mais que l'on peut définir de manière extensive comme suit : « Par *Black feminism*, il ne faut pas entendre les féministes 'noires', mais un courant de pensée politique qui, au sein du féminisme, a défini la domination de genre sans jamais l'isoler des autres rapports de pouvoir, à commencer par le racisme ou le rapport de classe, et qui pouvait comprendre, dans les années soixante-dix, des féministes '*chicanas*', '*natives américaines*', '*sino-américaines*' ou du '*Tiers-monde*' » (Dorlin, 2008, p. 21).

⁹² Carby (2008).

parfois soin de valoriser, que les hommes en général. Toujours est-il que les entrepreneures marocaines profitent d'une situation dans laquelle des hommes ne bénéficiant pas nécessairement des ressources nécessaires à l'exercice de leur domination subissent une minorisation de leur pouvoir. Mais la captation de bénéfices traditionnellement attribués aux hommes n'est pas immédiate : pour faire valoir leurs qualités et leurs compétences afin de les mesurer à celles des hommes et de légitimer leur rôle d'entrepreneure, mes interlocutrices passent par et puisent dans le registre précis de la maternité. D'une part, ce rôle est déjà légitimité et il comporte des qualités associables à l'autorité, à l'organisation et à la reproduction de valeurs culturelles. D'autre part, il est perçu comme préservé, renvoyé au privé et aux origines. Comme le note Aline Tauzin « la femme [...] est avant tout considérée, de par ses facultés procréatrices, comme un instrument de la reproduction des groupes, dans le cadre d'une patrilinéarité affirmée à la fois dans la transmission du nom, du statut, mais aussi des biens, dans les règles qui président à l'alliance, à la résidence » (1995, p. 242). Plus encore, Lacoste-Dujardin perçoit un « pôle des valeurs qui se confondent avec elle [la mère] au point de se voir qualifiées de maternelles : la culture et la langue » (Lacoste-Dujardin, 1992, p. 177). L'instrumentalisation du rôle maternel est donc d'autant plus intéressante, dans un contexte de crise, qu'elle permet de rappeler des valeurs identitaires.

Dans le répertoire restreint des rôles destinés aux femmes, les entrepreneures se servent donc d'un rôle déjà valorisé qui leur confère autorité, pouvoir et qui les positionnent comme garantes de valeurs sociales. Pour comprendre les discours apparemment stéréotypés, voire réactionnaires, que tiennent les entrepreneures, il faut donc tenir compte de la spécificité de la figure de la mère à laquelle elles se réfèrent et de son potentiel de force et de persuasion. La figure de la mère est éminemment stratégique : peu discutable, bénéficiant d'un fort quotient d'autorité et de reconnaissance, elle peut être mise en avant, permettre aux femmes d'articuler de nouvelles revendications, tout en restant fidèles à une idée de la tradition et à des valeurs dominantes.

Ce processus de transfert de caractéristiques dites féminines des rôles liés à aux fonctions des femmes dans la famille à leurs fonctions dans le monde du travail professionnel s'observe également en Occident, mais il prend alors une tonalité différente. Différentes études menées en Europe ont montré que, dans l'univers du

travail professionnel, une culture masculine dominante crée et reproduit des divisions selon la ligne du genre et structure l'organisation du travail. Comme le note Wajcman, « le processus de sexuation est à l'œuvre dans l'institution sur divers plans, de façon ouverte et explicite ou sous des formes plus discrètes dans la prise de décision, y compris lorsque celles-ci peuvent paraître n'avoir rien à faire avec le genre. Les hommes influencent les règles et les procédures, la définition des tâches, les fonctions comme les interactions de la vie quotidienne » (2003, pp. 156-157). En effet, suite aux premières études de Guilbert (1966 ; 1956), d'autres recherches portant sur l'association entre travail productif des femmes et qualités féminines dites « naturelles »⁹³ ont débusqué un processus de dévalorisation et de déqualification du travail des femmes. Par exemple, différentes recherches menées dans les domaines des soins et des services (dans lesquels la qualité de la prestation est étroitement liée aux qualités personnelles et aux compétences sociales des prestataires) ont mis en évidence que les compétences professionnelles sont naturalisées, et donc niées en tant que telles, lorsqu'elles sont exigées des femmes et réalisées par elles (Hochschild, 1983 ; Molinier, 2000 ; Soares, 2001). Dans d'autres domaines, ce sont des modes de faire différents qui sont exigés de la part des hommes et des femmes, qui de nouveau donnent lieu à une valorisation différenciée. Michel Gollac et Serge Volkoff (2002) montrent ainsi comment, dans l'industrie, on assiste à une qualification des travaux masculins et à déqualification des travaux féminins, les femmes étant très généralement assignées aux travaux contraignants, répétitifs et réalisés dans l'isolement. Mais on retrouve également ces logiques dans des milieux très différents, par exemple celui du journalisme (Neveu, 2001) ou encore, comme le montre Joan Cassel (2001), celui de la chirurgie. Cassel observe en effet que les chirurgiennes sont sanctionnées de telle manière qu'elles ne peuvent pas exercer correctement leur travail lorsqu'elles adoptent les habitus professionnels des chirurgiens et qu'elles doivent dès lors inventer pour elles de nouveaux modes d'exercer la profession, des modes qui correspondent aux stéréotypes de sexe.

⁹³ « Si le sexe constitue en soi un marquage qualitatif tendant à qualifier ou déqualifier une activité, c'est notamment en raison d'une tendance à assimiler les compétences féminines à des qualités naturelles » (Guionnet & Neveu, 2005, p. 134).

Dans tous ces exemples, on constate une naturalisation systématique des activités professionnelles des femmes qui entraîne une dévalorisation de ces dernières. Cela me conduit à deux constats au moins. D'une part, au constat que, dans les contextes européens étudiés, le processus de naturalisation du travail des femmes est toujours défavorable aux femmes, y compris, comme nous les verrons plus loin à propos du *new management*, lorsque des qualités et des compétences dites féminines sont valorisées. D'autre part au constat que les logiques de genre traversent et informent l'ensemble du social, y compris bien sûr la sphère de l'emploi (alors que, pour la plupart des professions, les hommes et les femmes ont suivi la même formation *a priori* non sexuée) ; dans l'analyse du travail, il convient donc de s'intéresser « aux processus sociaux qui interv[ie]nnent dans la sexualisation du travail lui-même et à la façon dont s'institutionnalis[ent] les discriminations à l'encontre des femmes sur le marché du travail » (Wajcman, 2003, p. 151).

Particularités de mon terrain

Or, l'application de ce dernier principe à mon terrain tend à faire un constat quelque peu différent de ceux qui ressortent des études européennes, en particulier sur les conséquences de l'association entre travail domestique et travail professionnel. Dans les différents discours des actrices et des acteurs sociaux que j'ai rencontré·e·s, l'association entre travail domestique et travail professionnel permet le transfert d'une sphère à l'autre de qualités maternelles comme le pouvoir et la responsabilité, et la valorisation des femmes en tant qu'entrepreneures. De plus, cette valorisation de la figure de la mère est comparée et contrastée, tant dans les sphères privée que publique, avec une figure de l'homme extrêmement négative puisque dans ces deux mêmes sphères il aurait généralement perdu son sens de la responsabilité, et exercerait donc un pouvoir peu légitimé.

Dans sa recherche sur la construction sociale de la masculinité à Mexico, Reysoo remarque, dans un registre assez proche de celui de mon terrain, qu'un des critères de masculinité que s'attribuent les jeunes hommes est la « responsabilité », entendue comme le fait d'être « capable de prendre matériellement soin d'une famille, avoir un travail rémunéré et être un bon père, généreux et protecteur » (2002, p. 65), mais ceci dans des conditions matérielles et culturelles rendant presque impossible la mise œuvre de cette norme. Au Maroc, la crise sociale et économique sert également d'explication au fait que les hommes ne parviendraient plus à subvenir aux besoins

de leur famille (conformément à la Moudawana avant sa révision et aux rôles sociaux de sexe traditionnels). Mais on ajoute souvent qu'ils en viennent ainsi à renoncer à fonder une famille ou à abandonner celle qu'ils ont fondée, laissant leurs épouses et leurs enfants dans des conditions parfois dramatiques. Et, pour marquer l'idée qu'il s'agirait d'un phénomène nouveau, plusieurs de mes interlocutrices comparent leurs pères et leurs grands-pères qui, disent-elles, parvenaient à faire vivre un ménage parfois polygynique, avec les hommes actuels, qui ne réussiraient même plus à assumer un seul mariage. La fille d'une patronne artisanne raconte ainsi que « le père de ma mère avait quatre femmes. Selon le Coran, c'est possible mais seulement si l'homme traite ses femmes de manière égale. C'est difficile. Mais c'était beaucoup plus facile avant que maintenant. Maintenant les hommes ont changé, surtout dans cette génération. Les hommes ne prennent pas leurs responsabilités ». Les discours associant crise et changements dans les rapports sociaux de sexe renvoient notamment à une insécurité générée par la révision (et précédemment par les débats concernant la révision) de la Moudawana. Par ailleurs, cette révision, ainsi que les propos valorisant le sérieux et la responsabilité des femmes, sont peut-être eux-mêmes des réponses à la « crise » au sens où ils permettent la mise au travail des femmes.

La figure valorisée de la mère prend donc plus de relief encore en étant comparée à celle d'un certain homme contemporain, l'homme absent ou démissionnaire, présente dans les histoires médiatisées racontées sur les entreprises féminines. Cette figure apparaît en outre fréquemment dans les propos de mes interlocutrices et interlocuteurs, qui opposent une femme exemplaire engagée dans les affaires à un homme fainéant, profiteur et cupide. En 2006, cette opposition est illustrée par une série de discours qui n'étaient pas présents en 2002-2003. Par exemple, un patron d'entreprise pense qu'« au niveau des affaires, les femmes sont très correctes. Plus que les hommes. C'est leur nature. La plupart des femmes c'est leur nature ». Même type de propos de la part d'entrepreneures : « pour un mot, les hommes en disent dix. Ils sont tricheurs, c'est leur plus grand défaut. Les femmes font beaucoup mieux »⁹⁴ (restauratrice). « Les femmes font tout : travail et maison. Elles avancent et les

⁹⁴ Des termes comparatifs qui apparaissent également dans les propos des entrepreneures maures : « 'les hommes sont des voleurs, les femmes, non' » (Simard, 1996, p. 171).

hommes ne font rien » (employée). Les restauratrices du port d'Agadir évoquent leurs frères comme exemples prototypiques de la paresse et du manque de sérieux des jeunes hommes marocains. Comme les gérantes d'une crèmerie déjà évoquées, ces restauratrices justifient le choix paternel de les installer comme propriétaires du restaurant en raison de leur ardeur au travail et du sérieux qu'elles mettent à la tâche. Ces qualités seraient, selon elles, inversement proportionnelles à l'oisiveté et à l'irresponsabilité de leurs frères. Elles accusent ces derniers de profiter non seulement du travail domestique des femmes de leur famille mais également des revenus de leurs parents et de leurs sœurs. En présence d'un jeune homme qui m'accompagne et qui approuve fortement son propos, et tout en s'excusant auprès de lui, l'une des restauratrices affirme non seulement pouvoir faire tout exactement comme les hommes mais elle évalue en plus que « les femmes travaillent beaucoup mieux que les hommes ». Elle décrète pour conclure que « les hommes commandent, mais c'est tout ».

D'autres histoires mettent en scène un fiancé ou mari cupide et malhonnête. Ces histoires sont parfois racontées comme étant arrivées à des proches ou à soi-même, ou alors elles sont racontées comme illustration de tendances contemporaines. Par exemple, on raconte que tel fiancé ou époux a exigé de sa fiancée ou épouse qu'elle cesse son travail, tout en entrant parallèlement dans un marchandage qui le conduit à acheter le travail de sa (future) femme : l'autorisation donnée sa fiancée ou son épouse de poursuivre son entreprise (ou son travail) contre une partie de ses gains. Ce genre d'histoires dit que les hommes marocains n'aiment pas que les femmes travaillent, mais qu'ils s'en accommodent si cela leur rapporte quelque chose. Dans ce rôle, les Marocains sont présentés sous un jour peu glorieux puisque même leur prétention l'honneur ne résiste pas devant le profit ; dès lors, cette prétention prend l'aspect d'un caprice, voire d'un prétexte, et elle ne correspond plus du tout au respect de valeurs et de qualités masculines.

Enfin, il m'a été dit d'innombrables fois que les hommes « veulent de l'argent, mais pas travailler » et qu'ils « sont au café » où « ils préfèrent jouer aux cartes que travailler ». Bref, dans ce type d'exemples, les hommes contemporains sont renvoyés à une certaine veulerie, à la paresse, à la cupidité, à un manque de sérieux, de sens de la responsabilité et de constance. Bessis et Belhassen rapportent des propos similaires à ceux dont on m'a fait part, tenus par une Tunisienne vivant dans

un village où seules les femmes, engagées dans une usine de textile, bénéficient d'un travail stable : « les hommes ici travaillent au moment de la cueillette des olives ou vont s'employer de temps en temps comme maçon en Libye ou dans les villes de la région. Mais aucun d'eux n'a un vrai travail comme nous. Leur travail aux hommes, c'est s'asseoir au café » (1992, p. 168).

Si la crise évoquée entraîne une certaine compréhension des difficultés que rencontreraient une majorité d'hommes à assumer leur rôle, leur « démission », comme l'expriment des personnes rencontrées, n'est cependant pas excusée. D'autant plus que, dans le même contexte, les femmes sont décrites comme courageuses et combatives. Et pourquoi donc ? Parce qu'elles sont mères, argue-t-on le plus souvent : « Les femmes deviennent exigeantes quand elles ont des enfants. C'est normal car elles leur veulent du bien » (patronne artisane). « Moi j'ai toujours su que je pouvais compter sur ma mère beaucoup plus que sur mon père » (homme fonctionnaire).

Cette configuration qui sépare et oppose hommes et femmes circule de manière très consensuelle. De leur côté, les hommes adhèrent assez bien à l'idée que les hommes ont changé et à celle que leur expérience de mère, et surtout leur amour pour leurs enfants, donne aux femmes des qualités de force, de combativité, de sérieux, de responsabilité et de moralité. Comme l'illustrent les propos contrastés sur les hommes et les femmes dont je rends compte ci-dessus, c'est donc dans un corpus de stéréotypes de sexe largement partagé qu'hommes et femmes puisent pour se décrire, les unes et les autres déplorant assez généralement la disparition des valeurs de l'honneur masculin, ou ce que Bourdieu (1972) appelle l'ethos de l'honneur.

Voyons d'un peu plus près comment s'organisent les relations entre femmes et hommes autour de cet ethos de l'honneur. Ce dernier est inscrit dans une série de dichotomies associant les hommes au travail, à l'extérieur, au public, au pouvoir, à l'expression, à la responsabilité sociale ; il reconduit la séparation des espaces, la division du travail et, *in fine*, la domination masculine. Il semble donc, et c'est ce que relèvent plusieurs auteur·e·s, que cet ethos est un frein majeur à l'autonomie des femmes. Ainsi, Abrous note à propos de l'Algérie que « les rapports entre les hommes et les femmes sont, encore actuellement en Algérie, structurés par la logique de l'honneur. L'honneur, c'est la *horma*, ce qui peut être outragé, souillé, perdu, le sacré qu'il faut protéger, mettre à l'abri de toute atteinte [...] ; c'est aussi le *nif*, le

défi, la riposte, le point d'honneur qui protège la *horma*, la restaure au besoin dans son intégrité. Le *nif*, qualité essentielle de l'homme » (1988, p. 49). Sans honneur, note encore Abrous « on est dans le désordre absolu, il n'y a plus de différence entre les sexes, plus de société » (1988, p. 64).

L'honneur des hommes est essentiellement dépendant du comportement des femmes, en particulier de la *fitna*, à la fois séduction et désordre, qui renvoie à la sexualité féminine. En raison de ces qualités dangereuses, les femmes sont contrôlées par les hommes et en particulier, comme le note Raymond Jamous, par « les chefs de famille qui exercent une autorité sur des domaines dits du *haram* ou de l'interdit, la terre, la femme et la maison » (1993, p. 104)⁹⁵. Dans ce même registre, Aline Tauzin écrit que « la femme doit être gardée des offenses extérieures, elle constitue aussi, et en elle-même, en étant posée comme dangereuse et sans limite, une menace à la fois pour le groupe, et pour l'homme en tant que sujet » (1995, p. 242).

La logique de l'honneur et de la *fitna* est souvent expliquée comme étant le pilier de la structuration des rapports de sexe, de la prédominance des hommes sur les femmes et du renvoi de celles-ci à la protection des hommes. En d'autres termes et ainsi que l'explique Ferchiou, la sexualité des femmes est une préoccupation sociale importante, qui est contrôlée par les hommes en raison du fait qu'ils sont « définis par le Coran (sourate IV, verset 34) comme supérieurs à elles moralement, intellectuellement et physiquement. C'est ce qui explique la logique de la morale de l'honneur fondée sur l'opposition entre le masculin et le féminin : l'honneur au masculin, *essaraf*, est essentiellement défini par sa dimension sociale, il est lié à l'orgueil, à la dignité, tandis que l'honneur des femmes, *el card*, est défini par rapport à la honte, à la souillure et à la culpabilité » (1989, p. 84). Dans ce contexte, l'apologie faite par un grand nombre de femmes rencontrées sur mon terrain en 2002-2003 et en 2006 de la figure de l'homme fier et responsable d'antan, ainsi que des principes moraux et des identités de sexe sur lesquels ces derniers reposent pourrait sembler paradoxale, ou du moins contre-indiquée de la part de celles qui revendiquaient autonomie, libre arbitre, ainsi qu'une place reconnue et du pouvoir dans la sphère productive. L'idée d'une incompatibilité entre l'ethos de l'honneur et

⁹⁵ Voir aussi Raymond Jamous (1981).

une certaine émancipation des femmes est d'ailleurs relevée par plusieurs auteur·e·s. Pourtant, de mon point de vue, la valorisation de l'ethos de l'honneur est loin, dans le contexte qui m'intéresse, de traduire une simple reproduction des rapports de genre. Au contraire, la référence constante à cet ethos et le regret répété de sa disparition constituent une manière légitime, pour les femmes, de venir occuper une place qui ne leur est pas destinée. Elles font ainsi la preuve de leur attachement à un passé glorieux porteur de valeurs morales considérées comme fondamentales, montrant que leur but est de les sauvegarder, et non de transformer la société.

En s'associant à la figure de la mère, les entrepreneures désérotisent leur présence dans l'espace public et économique et elles se placent dans une relation de rivalité avec les hommes en utilisant en leur faveur la conception selon laquelle « l'amour maternel est inépuisable ; mais des épouses, tout est à redouter » (1992, p. 165). La référence à la figure de la mère joue sans doute le même rôle que la référence à la figure de la sœur constatée par Abrous dans son analyse des étudiantes : « il nous semble, en effet, que les études situent (au regard des hommes) les jeunes filles en dehors du strict rapport homme/femme : elles renvoient les jeunes filles et femmes au rang de *sœurs* donc de femmes intouchables, inviolables, parce qu'interdites au désir » (1988, p. 56). Et Abrous note un peu plus loin que « tout se passe en réalité comme si les hommes distinguaient deux catégories de femmes inaccessibles, à l'abri de la souillure : les mères et les sœurs qui tombent sous l'interdit de l'inceste et les jeunes filles qui font des études : celles-ci sont pour elles un bouclier » (1988, p. 57)⁹⁶. En faisant référence à une catégorie autoritaire et légitime, sacrée et tabou,

⁹⁶ La déssexualisation ou la désérotisation des femmes passe par d'autres procédés dont le plus connu est sans doute le voile. Nadine Weibel relève par exemple que le voile « est l'agent d'une forme de déssexualisation ou plutôt de désérotisation de la société, plus particulièrement des espaces où sont susceptibles de se croiser femmes et hommes. [...] cette 'désérotisation' de la société permet aux femmes et aux hommes de se côtoyer de facto et de relativiser la dichotomie entre le dedans et le dehors, le privé et le public, le féminin et le masculin » (1992, pp. 222-223). Sur le voile, on se référera également à El Guindi (1999) qui déculturalise et dés-exotise la notion de voile en montrant comment il appartient d'une part à différentes traditions, y compris bien sûr la tradition chrétienne et comment, d'autre part, le voile véhicule différents messages socioculturels (vision de la féminité et de la piété, moyen de résistance des sociétés islamiques, centre de débat sur le genre dans l'Orient islamique,

les entrepreneures que j'ai rencontrées répondent en outre au soupçon d'immoralité qui les menace, en jouant sur le couple très universel de la Mère ou de la Prostituée⁹⁷.

Ce n'est donc pas en rompant avec mais en reproduisant un certain nombre de valeurs traditionnelles que procèdent les entrepreneures pour légitimer leur activité. Le transfert de qualités féminines liées à leurs rôles familiaux dans le monde de la production marchande peut être compris comme une manière de légitimer le fait qu'elles s'y investissent. Que ce transfert, qui permet à des femmes d'occuper dans le marché des places qui ne leur sont pas destinées, passe par une référence à la tradition et à la nécessité de la conserver est un autre élément important de mon terrain, et un argument central de ma thèse. Ce procédé engendre cependant également des adaptations délicates à gérer, voire handicapantes pour les affaires, comme nous le verrons plus loin.

3.1.3. La fonction des entrepreneures en temps de crise

Lorsqu'elle convoque la modernité occidentale, l'idée de crise renvoie à la construction d'un rapport à l'autre en termes dichotomiques. Abrous explique que la référence à l'étranger oppose des « mondes incompatibles » notamment en incriminant les « pays capitalistes occidentaux [...] pour leurs valeurs subversives et destructrices » (1988, p. 52). Elle rend compte de discours tenus par des Algérien·ne·s sur un contexte perçu comme engendrant un changement de mœurs, où les idées récurrentes sont celles de « catastrophe [qui se] généralise, insécurité, mélange, désordre, perte, situation difficile » et où « les hommes de tous âges sont nostalgiques. [...] Plusieurs (souvent très jeunes), peut-être parce que leur pouvoir est plus fragile, n'hésitent pas à parler de 'fin du monde', d' 'Apocalypse', de désordre, de mélange (c'est-à-dire d'impureté), de perte. Il y a là l'expression d'une insécurité fondamentale, devant un monde qui va à la dérive, 'emporté par le oued', disent-ils, et sur lequel ils n'ont pas prise » (1988, p. 51).

etc.). Sur l'utilisation du voile au Maghreb plus particulièrement et également dans une perspective envisageant le port du voile dans différents contextes de pratiques et revêtant différents sens, voir Rabia Bekkar (1994).

⁹⁷ Voir Tabet (1998).

Cette construction dichotomique du rapport à l'Occident, relevée par plusieurs auteur·e·s, semble resurgir dans différents contextes et à différentes époques historiques⁹⁸. Mernissi (1992) renvoie au registre de la « théorie du complot » la vision catastrophiste du devenir de la culture et l'attribution à la modernité (occidentale) de la « perversion » des sociétés arabes. On peut aussi se référer à Bouzid (1997) pour qui ce « mythe du complot et de l'ennemi » sert à rejeter la violence à l'extérieur, alimentant ainsi un imaginaire unioniste, les espérances messianiques et un rêve des pays musulmans. Husseini (1998) inscrit quant à lui ce rejet de l'Occident dans une lente prise de conscience par l'Orient musulman de l'« Occident de la modernisation » ayant passé par plusieurs étapes virant entre idéalisation et rejet.

Catusse (2005) explique l'émergence du discours marocain actuel sur la crise en montrant qu'il est concomitant au développement du travail informel, qui comme on l'a vu est majoritairement féminin. L'idée de crise traduit donc des changements structurels liés à l'économie. Selon l'auteure, les discours sur « la crise » accompagnent la paupérisation d'une grande partie de la société et cette paupérisation, qui a suivi l'Indépendance, s'est traduite par l'augmentation de la flexibilisation des relations au travail, par la désalarisation et par la précarisation du travail (via l'extension du travail non déclaré et la promotion du travail fragmenté). Dans ce contexte émerge l'idée de problèmes sociaux relatifs à l'intégration et à la protection sociales par le travail, alors que le Maroc est de toute façon « caractérisé par une faible protection, par un monde rural et un secteur informel peu concernés par les discussions politiques et sociales » (Catusse, 2005, p. 223). L'idée de crise répond, en outre, à plusieurs autres registres d'inquiétudes amalgamés ou de fantasmes collectifs : l'émigration massive des jeunes Marocains, la mobilisation politique en faveur du Parti de la justice et du développement, y compris les élections législatives de 2002 et les attentats de Casablanca en 2003 qui ont été liés à la misère et l'exclusion. « Dans ce contexte, l'idée d'une 'question sociale' unique [...] n'est pas réellement évoquée, sinon, et de plus en plus fréquemment, sur le répertoire de la 'mise en péril' de la société voire de son régime » (Catusse, 2005, p. 223). Lorsque

⁹⁸ Sur les regards arabes portés sur l'Occident, se référer à Marie-Claude Burgat (1991).

« la crise » est évoquée, il s'agit donc tant d'une crise morale que d'une crise économique.

Dans cette conjoncture, certaines femmes semblent surgir comme si elles avaient été jusque-là exclues du déroulement des choses, en se présentant et en étant souvent présentées comme détentrices de qualités et de valeurs authentiques et salvatrices. Dans les discours ordinaires, les problèmes sociaux qui définiraient le Maroc contemporain sont en effet liés à des actions et à des comportements masculins. Les femmes, considérées comme non-productrices (mais en fait invisibilisées) et absentes des scènes économique et politique, n'auraient donc pas à assumer la responsabilité de « la crise » ; au contraire, elles sont associées à une forme d'atemporalité et d'intériorité opposées à la sphère publique. Elles peuvent donc sortir de cette insignifiance sociale et prendre la figure de sauveuses. Une directrice d'école affirme par exemple sur ce thème : « ça fait plus de 10 ans que j'entends dire, aussi bien en France qu'ici, que le monde arabe ne changera qu'avec les femmes, n'avancera qu'avec les femmes, inch'Allah ! Ah bien sûr, moi je crois à ça, et je crois aussi au fait qu'avec certains hommes on peut avancer au Maroc et dans le monde arabe, avec certains... ».

Nous avons vu que la valorisation du courage, du sens de la responsabilité et du sérieux considérées de manière très consensuelles comme des qualités et compétences féminines renvoient tant aux femmes en tant que reproductrices d'être humains qu'en tant que garantes de la reproduction des normes et des valeurs sociales, y compris bien sûr les valeurs liées à l'honneur. Bettahar note dans ce même sens, à propos de l'évolution des modèles familiaux en Algérie, que « l'honneur reste intimement lié aux femmes, dépositaires et gardiennes des traditions. Garantes de la logique patriarcale, elles ont la responsabilité de l'éducation familiale » (2004, p. 103). Les entrepreneures d'Agadir s'inscrivent exactement dans ce rôle de « dépositaires et de gardiennes des traditions », ce qui ne les empêche nullement de réprocher, pour les unes, l'« arriération » du Maroc, d'affirmer, pour d'autres, qu'il est impossible de vivre comme les générations précédentes (par exemple avec un seul salaire ou en ménage polygynique), et généralement de vouloir faire « avancer le Maroc ». Elles revendiquent leur fidélité au passé pour légitimer leur position et la qualité de leurs apports actuels. En d'autres termes, alors que les hommes et la société sont associés à une idée de discontinuité

ou de rupture péjorant la société (rupture avec leurs devoirs d'hommes, ruptures successives dans leurs affaires, rupture avec leur identité traditionnelle, rupture avec un certain ordre social), les femmes figurent la continuité, la moralité, la tradition, la constance.

Que des qualités féminines puissent restaurer la société est un discours qu'on rencontre également en Occident. Voyons de quelles manières afin de revenir ensuite aux entrepreneures marocaines. Irène Jonas et Djaouiada Séhili l'illustrent notamment en analysant des ouvrages « psy » arguant que les femmes « seraient porteuses d'un projet de vie apte à enrayer l'épidémie des divorces et des séparations » (2008, p. 41). Elles seraient en effet « appelées à mettre en place un couple performant en devenant le fer de lance d'une transformation salvatrice de l'homme. Parce que la tâche nourricière ancestrale des femmes les pousse à s'ouvrir, parce que leurs différences tant anatomiques que psychologiques les préparent à être accommodantes, réceptives et capables de compassion, parce qu'elles sont perçues comme étant celles qui dans la famille étudient les sentiments et comprennent les situations, elles posséderaient les qualités requises pour diriger le sauvetage de l'homme paralysé dans le domaine émotif » (2008, p. 41).

De pseudo « qualités féminines » sont également convoquées dans les discours promouvant le néo-management qui se déploie dans le contexte de ce que Boltanski et Chiapello (1999) ont appelé le « nouvel esprit du capitalisme ». Pour Boltanski et Chiapello, la force du capitalisme réside dans sa capacité à intégrer les critiques de ses opposants et à gagner ainsi en hégémonie. Actuellement, le capitalisme se construit pour partie sur une critique de la hiérarchie en proposant un modèle alternatif au modèle de l'entreprise paternaliste, fortement hiérarchisée, et s'assurant l'adhésion de ses cadres par la garantie de sécurité. Il s'agit d'un modèle d'entreprise davantage organisée en réseau, avec des liens entre les points de réseaux qui ne sont pas fixes mais au contraire facilement ajustables. Dans ce contexte, ce sont la flexibilité et l'innovation qui sont valorisés, dans une idée d'adaptation et de réactivité à adopter face à la concurrence. Flexibilité, savoir relationnel, mode de direction participatif et consensuel sont des qualités considérées comme féminines, complémentaires aux valeurs dites masculines comme la compétition, l'autonomie, des modes de direction autoritaire et paternaliste, etc. Dans le cadre des nouveaux types de management, ces deux prétendues « tendances » sont valorisées, voire mises

en concurrence, les valeurs considérées comme féminines étant supposées donner lieu à une nouvelle forme de leadership féminin (Jonas & Séhili, 2008). Par effet de boomerang, elles servent bien sûr également à normaliser leur double travail (productif et reproductif) et le fait qu'elles sont les principales agentes du travail fragmenté.

Ces prétendues tendances ne sont pas pour autant égales. Comme le note Wajcman (1998) dans son étude de femmes managers, la reconnaissance voire même la valorisation de certaines qualités pensées comme féminines dans le domaine du management ne change rien aux inégalités sociales de sexe, et ceci pour plusieurs raisons. D'une part, ces valeurs reconduisent les logiques de genre : « these new arguments about feminine values in management simply invert and thereby leave intact gender-stereotypes dichotomies » (Wajcman, 1998, p. 159). Du reste, si ces nouvelles caractéristiques du management sont considérées comme des compétences lorsqu'elles sont réalisées par des hommes, elles sont ravalées au rang de qualités naturelles lorsque ce sont des femmes qui les mettent en œuvre⁹⁹. Par ailleurs, ces caractéristiques peuvent bien constituer de nouveaux idéaux, ce ne sont toutefois pas celles qui sont exigées pour les postes de direction. De plus, il n'est pas certain que dans le contexte de concurrence actuel, ces valeurs-ci s'imposent comme dominantes.

De leur côté, Yvonne Due Billing et Mats Alvesson (2000) sont également critiques quant à l'usage et à la promotion de l'idée de « valeurs féminines » de leadership, mais elles envisagent quelques effets positifs possibles. Ainsi, elles affirment que les valeurs attribuées aux femmes managers - « communication and cooperation, affiliation and attachment, power, intimacy and nurture » (2000, p. 147) - sont davantage imaginées qu'observées et qu'elles renforcent les stéréotypes de genre et la naturalisation de compétences acquises : « this appears rather speculative and relies on a static view of female nature just waiting for a chance to be authentically

⁹⁹ De plus, la symétrie ne se vérifie pas, ni sur le plan des contraintes pratiques ni, comme l'a montré Cassel (2001) dans son étude déjà citée sur les chirurgiennes, sur le plan du jugement social. Sur le plan des contraintes pratiques, l'assignation des femmes au travail domestique (double journée) ne leur permet pas d'investir leur travail de manager comme des hommes.

expressed » (Billing & Alvesson, 2000, p. 154). De surcroît, relèvent ces mêmes auteures, ces valeurs imposent une manière d'être aux femmes managers et permettent l'utilisation de leur travail émotionnel. Cependant, ces valeurs peuvent avoir l'avantage de donner confiance aux femmes qui s'engagent dans le monde des affaires et elles pourraient faciliter de la sorte le changement social. De plus, elles constituent une critique à l'égard des valeurs masculines dominantes : « this could call for viewing feminine leadership as a critical concept offering a counterpoint to dominant ways of conceptualizing leadership. Feminine leadership would then contribute to a de-masculinization of leadership, not necessarily meaning a feminization of it, but loosening up management being culturally connected to men and, in particular, masculine men and given a masculine meaning. As a critique, feminine leadership would support a move away from conventional ideas on management, not so much a move for celebrating a feminine model intimately coupled to stereotypical, idealized and essentialistic view on talents and orientations contingent upon the female sex » (Billing & Alvesson, 2000, p. 155).

Ces « valeurs féminines » sont en effet instrumentalisées par les femmes elles-mêmes dans différents contextes manageriaux. C'est, par exemple, en fonction d'une logique différentialiste que les femmes au Conseil d'État étudiées par Olivia Bui-Xan (2001, p. 165) peuvent évoquer « l'existence d'une approche féminine complémentaire à celle des hommes. Selon elles, ce point de vue féminin est indispensable à une institution telle que le Conseil d'État qui est sans cesse confrontée à des problèmes de société. Il semble qu'elles apportent par ailleurs une manière de raisonner plus concrète, plus proche de la réalité ».

La complémentarité n'est pas un argument utilisé dans le cadre de l'entrepreneuriat féminin à Agadir, puisque les entrepreneures jouent la carte de la rivalité avec les hommes. En revanche le processus de transfert de certaines compétences dites féminines par un renvoi à la maternité est similaire à ce que décrit également Bui-Xan à propos des conseillères d'État : « ainsi, beaucoup de femmes interrogées qui ne croient pas en l'existence de qualités spécifiquement féminines (comme l'esprit de coopération, la solidarité...) affirment que les femmes enrichissent les débats par leur sens du concret qu'elles tirent de leur qualité de mère de famille et de ménagère. Curieusement, c'est le seul élément qui est fréquemment mentionné » (Bui-Xan, 2001, p. 170).

Dans le cas des entrepreneures marocaines, ce transfert de qualités d'un espace à un autre reconduit et alimente bien sûr le différentialisme sexuel. Mais peut-être est-il aussi susceptible de mettre en évidence les dimensions situées, voire même de montrer le caractère acquis de certaines qualités dites féminines. Un homme m'explique par exemple que « les femmes sont plus sérieuses que les hommes. Elles magouillent moins que les hommes car elles ont leur foyer sous leur responsabilité et elles ont peur pour leurs enfants ». C'est donc bien ici les rôles domestiques des femmes et non pas (seulement) leur nature qui sont à la base de leurs modes d'être et de faire. La référence à l'expérience domestique pourrait donc conduire à une forme de reconnaissance du fait que le travail qui y est réalisé est appris et qu'il génère un certain nombre de connaissances et de compétences, relativement plastiques. Dans les études menées en Occident, il apparaît que l'intégration des femmes dans les carrières masculines se fait la plupart du temps « au prix d'un effacement de leur féminité et surtout de leur maternité, celles-ci intériorisant les valeurs et les représentations des membres du sexe masculin » (Bui-Xan, 2001, p. 233). Au contraire, les entrepreneures d'Agadir revendiquent leur identité et leur éventuelle expérience de mère et de gestionnaire du foyer, en tant que cette identité est porteuse de sens de la responsabilité et d'un usage positif du pouvoir qu'elle leur confère. Elles prétendent que cette identité permet d'apporter, ou de rapporter, dans le monde de la production, quelque chose d'autre et de mieux que ce qu'y apportent les hommes. De plus, cette association entre travail domestique et professionnel questionne la distinction idéologique entre sphères productive et reproductive qu'a apportée au Maroc l'économie de marché, de manière bien sûr plus ou moins réussie selon les milieux.

Nous avons vu plus haut que, dans une étude où elles analysent le rôle des femmes dans les communautés maghrébines immigrées en France, Adezian et Streiff-Fénart (1983) observent que les femmes regrettent ouvertement des changements qui péjorent les manières d'être un homme. Parce qu'ils sont immigrés, expliquent les auteures, les hommes ont perdu du pouvoir dans l'espace public. Les femmes les accusent dès lors de ne plus être ce qu'ils étaient (au pays) et elles prennent la responsabilité de rappeler et de faire respecter les normes, notamment par le biais du commérage. Adezian et Streiff-Fénart notent que « l'immigration [qui produit] des hommes qui ne sont plus conformes au modèle idéal ne peut manquer de produire,

du même coup, la remise en question des principes sur lesquels s'établit la suprématie masculine » (1983, p. 251). En effet, « toutes les conversations féminines sur les rôles masculins s'articulent autour de deux thèmes : d'une part la référence au rôle idéal du mari (celui qui ne boit pas, qui assume ses responsabilités vis-à-vis de ses enfants, qui prend en charge les affaires de la maison, qui respecte les préceptes religieux) et l'altération de ce modèle en situation d'immigration ('dis-toi bien que les hommes de France [les hommes maghrébins vivant en France] changent complètement, ils sont tous pareils : dès qu'ils commencent à boire c'est fini, ils ne connaissent plus ni femme ni religion') » (Adezian & Streiff-Fénart, 1983, p. 251).

Entre cet exemple d'immigration en France et mon terrain à Agadir, la similitude des situations est flagrante : ici et là les hommes sont associés à des changements d'ordre structurels compris comme péjoratifs et ils sont critiqués pour cela, tandis que les femmes sont associées à la défense du modèle originel. Les conversations dont rendent compte Adezian et Streiff-Fénart ressemblent d'ailleurs énormément à celles dont j'ai été témoin à Agadir, à ceci près qu'il n'est pas fait référence à l'immigration mais à l'actualité du Maroc. Ces conversations convoquent en effet une image de « la femme » garante et même restauratrice de morale et de tradition et une image de « l'homme » dont le rôle est altéré ; et, pour illustrer ce dernier point, il est très souvent fait mention des comportements masculins immoraux renvoyant à un contexte perversi auquel les hommes se seraient laissés aller.

Par la mise en évidence de changements qu'elles disent regretter, les entrepreneures s'associent après coup aux problèmes liés à « la crise », prétendant reprendre en main ce que les hommes ont abandonné et remettre de l'ordre dans ce qui a été corrompu. Le tour de force qui est réalisé dans cette manière de présenter les choses consiste à mettre en évidence la reproduction et non le changement. On peut dire ainsi que, soutenues par un stéréotype assez fort pour susciter l'adhésion de la plupart, les entrepreneures déplacent leurs prérogatives d'un espace à un autre, utilisant leur apparente exclusion du monde de la production : cette exclusion leur garantit une certaine forme de pureté, d'authenticité, de traditionalisme qui leur permet de se dédouaner d'une supposée décadence sociale et culturelle, attribuée aux seuls hommes.

Lorsqu'elles évoquent l'obligation de travailler en raison de la péjoration des conditions de vie marocaines, les entrepreneures se définissent comme des agentes

réparatrices ou salvatrices. Lorsqu'elles expliquent leur investissement professionnel par une volonté d'émancipation ou en revendiquant une certaine autonomie et une relative indépendance vis-à-vis de leur mari, elles font souvent référence à un pouvoir exercé de manière arbitraire ou capricieuse par les hommes. Comme on l'a vu, ce pouvoir tel qu'il est exercé peut être opposé à l'impartialité de l'époux polygynique du passé, qui aurait su traiter équitablement ses épouses, répondant ainsi aux exigences religieuses. Comparés aux hommes justes d'antan, les hommes contemporains semblent donc beaucoup moins justifiables de l'autorité dont ils sont traditionnellement pourvus. Bref, les entrepreneures, même en avançant des arguments personnels ou sociaux expliquant leur engagement professionnel, ne se présentent pas et ne sont pas présentées comme initiatrices d'un changement social, mais comme réagissant à un changement initié par les hommes. En effet, lorsqu'elles disent assumer une partie, financière et/ou morale, de ce que les hommes n'assument plus, les entrepreneures reconduisent l'idée très consensuelle voulant que la société demande à être sauvée et elles se positionnent justement comme des actrices qui pourraient réinsuffler des valeurs fondamentales à un ordre social en phase de s'effondrer.

Quant au renvoi au registre féminin de la maternité, il sert à valoriser et à légitimer une position d'autorité et de pouvoir. La référence à la figure de la mère ne renvoie pas uniquement, dans le contexte marocain, à une nature dont « la » femme aurait de la peine à s'extraire mais à faire valoir une figure autoritaire et considérée comme socialement nécessaire. Aussi, il me semble que s'il s'agit, pour le dire rapidement, pour les travailleuses occidentales, de transformer des qualités naturalisées en compétences professionnelles, il s'agit plutôt, pour les femmes que j'ai étudiées, de faire valoir le déplacement de compétences d'un espace où elles s'exercent légitimement (l'espace de la famille) à un espace auquel elles ne sont pas destinées (l'espace de la production). Cet usage projectif de la tradition n'a rien de surprenant si l'on considère, de manière anthropologique, que l'une des fonctions de la tradition est de permettre d'aménager le présent. Hobsbawm (1995, p. 175) le montre très clairement avec l'exemple des rituels politiques : « dans les sociétés traditionnelles, la 'coutume' a la double fonction du moteur et du volant. Elle n'exclut pas, jusqu'à un certain point, l'innovation et le changement, quoique de toute évidence l'exigence

d'un changement qui soit en apparence compatible avec ce qui le précède, voire identique à lui, lui impose des limites substantielles »¹⁰⁰.

3.1.4. La nécessité de suppléer aux hommes

Quoique posant une forte opposition entre femmes et hommes, les discours des hommes et des femmes sur leurs caractéristiques respectives ne présentent pas d'antagonismes fondamentaux. Ils présentent une figure de la femme associée à des qualités morales telles que responsabilité, sérieux, attention, continuité, dureté mais aussi à la honte, la timidité et la peur, des attributs qui lui seraient généralement nuisibles dans le cadre de l'entrepreneuriat (on se souvient par exemple des propos arguant qu'une femme trop timide doit s'attendre à être harcelée, voire provoque les hommes, ou qu'une femme qui a peur de prendre des risques ne peut pas prétendre faire des affaires). Et une figure de l'homme, qui répond parfaitement, en creux, à celle de la femme, est celle d'un être assez inconstant, intéressé et corrompible, démissionnaire au sens où, lorsqu'il est confronté à des difficultés économiques, il se décourage et désinvestit les responsabilités qui sont traditionnellement de son ressort et, lorsqu'il est plutôt aisé et bénéficie d'un certain pouvoir, il a acquis son statut de manière immorale et profite de sa position en reconduisant les structures perverses du Maroc. Dans tous les cas, les hommes sont soupçonnés de pouvoir se montrer exigeants et parfois capricieux ainsi que d'exercer leur pouvoir, notamment vis-à-vis de leurs épouses, de manière arbitraire, par exemple lorsqu'elles dépendent d'eux financièrement ou pourraient bénéficier de leur aide dans le cadre de leur affaire. Ils bénéficient cependant de l'indulgence apparente des femmes qui leur reconnaissent un rôle dominant.

Dans cette configuration, les hommes sont surtout critiqués, directement et indirectement, pour ne plus remplir, et de manière intègre, leurs rôles sociaux de travailleurs et de chefs de famille justes, qu'il s'agisse d'hommes de milieux

¹⁰⁰ Dans cette idée de retour au passé pourtant inscrite dans des enjeux et en fonction de visées contemporains, on reconnaît un phénomène beaucoup plus connu lorsqu'il s'agit des mouvements religieux, et notamment ceux des mouvements musulmans qui visent un retour à « un idéal du pouvoir islamique juste, 'respectueux à la fois des principes religieux et des intérêts de la communauté' » (Filali-Ansary, 2002, p. 37).

populaires découragés devant les difficultés économiques ou d'hommes de milieux privilégiés corrompus. Ce qui leur est reproché, ce n'est donc pas tant d'avoir du pouvoir que de ne plus en être dignes. En d'autres termes, dans tous ces discours, les hommes apparaissent comme bénéficiaires de la distribution sociale des rôles qui leur attribue une autorité théorique, que certains d'entre eux seraient pourtant bien loin d'honorer concrètement. La légitimité de cette attribution elle-même n'est pas remise en question ; ce sont ses conditions ou l'inadéquation entre le principe (la domination masculine) et son application (que les hommes utilisent correctement ce pouvoir) qui est dénoncée.

Cette inadéquation entre le principe et son application est exprimée dans la figure de l'homme-porte ou de l'homme-apparence, qui revient souvent dans les discours. « L'homme est une porte derrière laquelle il y a une femme, même s'il ne sert à rien », me dit par exemple... une réceptionniste. Cette primauté masculine aux allures bouffonnes renvoie aux qualités stéréotypées et contrastées des hommes et des femmes voulant que l'une, influente et sage, respecte néanmoins une position discrète et modeste, tandis que l'autre, apparemment investi de savoirs et manifestant sa présence, n'est parfois qu'une apparence, mais socialement nécessaire : « pour faire une société, il faut toujours des hommes », déclare un entrepreneur qui poursuit : « la femme, elle va avoir un bon gérant, qu'elle paie bien, mais elle reste par exemple propriétaire, elle donne des ordres par exemple, elle fait des suggestions » ; autrement dit, elle reste en arrière, elle demeure protégée, du moins dans l'image qu'elle donne d'elle. Comme le relève un patron d'agence, « l'homme protège la femme, pour le respect. Même si la femme garde la caisse, lui est le patron d'apparence ». Ces propos ne sont de loin pas toujours traduits dans les pratiques, les entrepreneures faisant généralement preuve d'autorité et de dureté. Néanmoins, dans certaines situations délicates ou moralement tangentes, les entrepreneures adoptent en effet des modes de faire qui leur garantissent de la discrétion en utilisant un homme comme bouclier.

Ainsi en est-il par exemple des femmes qui occupent un poste à responsabilité et disent devoir ruser pour imposer leur volonté aux hommes dont elles sont les supérieures, en transformant ce qui pour elles sont des ordres en conseils, afin que les hommes ne les prennent pas mal et répondent à leur volonté. Une salariée résume ce type d'attitudes en relevant que « la politique de la femme au Maroc, c'est de laisser

l'homme devant elle et de lui donner l'autorité, même s'il n'en a pas ». En tenant ces propos, cette femme illustre et nuance tout à la fois le pouvoir masculin, en laissant entendre qu'elle n'en est pas dupe. Cette modalité comportementale s'applique à différentes autres situations où une femme s'efface devant un homme, qui prend dès lors la figure d'une porte ou d'un paravent, et auquel une femme laisse jouer son rôle d'autorité et de protection.

Un autre exemple est très illustratif à cet égard. Il concerne une patronne de bar, un travail perçu comme inadéquat pour une femme. Cette patronne utilise donc beaucoup la stratégie de mettre un homme devant elle. La manière dont je l'ai rencontrée est déjà illustrative de sa manière de demeurer en arrière-plan : un intermédiaire m'a conduit non à elle mais à l'un des serveurs du restaurant qui a joué le rôle de « portier » en m'arrangeant un rendez-vous avec elle. Dans le cadre de nos échanges, cette patronne m'explique que si elle était un homme, son affaire ne serait pas la même car elle n'aurait pas besoin d'un directeur administratif « qui coûte une fortune » et qu'elle doit « mettre devant elle ». À un autre moment, elle illustre à la fois le rôle de paravent de son directeur administratif et sa manière d'utiliser le pouvoir masculin. Elle explique que lorsque son directeur administratif s'énerve contre des clients trop exigeants, elle intervient au bout d'un moment, c'est-à-dire quand elle juge que les clients ne céderont pas, et elle négocie avec ces derniers, désavouant ainsi explicitement son directeur. Elle utilise donc son directeur administratif comme bouclier et, en cela, elle exerce sur lui un pouvoir de contrainte, d'autant plus lorsqu'elle le désavoue publiquement. D'un autre côté, elle dispense son directeur administratif d'entrer dans un rapport de force en intervenant à sa place, en tant que patronne. Mais si elle peut céder devant les clients (et pas lui), c'est parce qu'elle est une femme et qu'il est envisageable qu'elle recule (de manière mesurée et stratégique) devant des exigences masculines. Cependant, comme mon introduction auprès d'elle le prouve, elle perd aussi du contrôle et du pouvoir en n'étant pas en première ligne, et elle peut être l'objet de manipulation. Mais dans tous les cas, elle préfère « laisser tomber » plutôt que courir le risque de perdre la part de pouvoir qu'elle a glané : « si l'homme gagne un bout, la femme peut perdre un bout. Laisser tomber, ne pas faire d'histoire. Sans quoi le risque est de tout perdre », affirme-t-elle en parlant plus généralement des rapports entre hommes et femmes.

Les femmes ne semblent ainsi ni revendiquer ni dénier le pouvoir des hommes¹⁰¹. Mais, en montrant l'absence de superposition entre le principe et son application, il se dégage un espace « vide », dans lequel les hommes ne seraient plus ou plus suffisamment convaincants et que certaines femmes, et en tout cas les entrepreneures, investissent désormais. Aussi, puisque les hommes laissent vacant un rôle qui leur est dévolu, il est non seulement possible mais surtout salvateur que les femmes l'occupent, afin de faire en quelque sorte tenir le monde social et culturel en l'absence des hommes. Tout ce que les femmes paraissent faire, du coup, est de sauvegarder un ordre social en apportant, sur une place désertée, des valeurs dont elles sont les gardiennes et des réalisations nécessaires. Cette place désertée est bien ce qui apparaît dans celles des histoires de vie qui ont du succès dans les médias et qui m'ont été souvent rapportées : une femme qui doit reprendre la place de manager de son mari parce que ce dernier est tombé malade, une Sahraouie qui préfère monter une affaire dans le désert que de quitter sa terre, contrairement aux hommes qui rêvent d'immigrer au risque de disparaître dans l'océan, etc.

Il est dès lors loisible d'affirmer que les femmes sont des actrices indispensables pour préserver et pour faire « avancer » le Maroc et, en même temps, de regretter une société en voie de disparition, et ceci même si elle est patriarcale. Il s'agit même très précisément de valoriser cette société et les rôles qui y étaient tenus. Au contraire, une modernité qui revendiquerait le changement en matière de rôles sociaux de sexe serait inacceptable, renvoyant peut-être trop à l'altérité occidentale¹⁰². Dans ce

¹⁰¹ L'absence de confrontation directe des femmes aux hommes est également relevée par Denieuil dans son étude tunisienne mais ses propos, qui sont me semble-t-il peu argumentés, ne renvoient pas exactement aux mêmes termes que les miens. Denieuil note par exemple : « Ainsi la femme conteste la classique relation d'autorité, en introduisant une approche participative. Les femmes, on le voit, s'adaptent sans révolution et sans rupture brutale pour changer progressivement la société », ceci grâce à des « stratégies de contournement et d'ajustement [...]. Il s'agit d'une 'faculté de se rendre invisible' tout en constituant 'sa place en creux' et en réorganisant son propre espace avec les moyens du bord » (2005, p. 156).

¹⁰² On se trouve ici devant un phénomène qui a été mis en évidence par le *Black feminism*, dans lequel des femmes appartenant à des groupes dominés sont confrontées tant au sexisme qu'au racisme du féminisme *mainstream*, ce qui les poussent à se sentir solidaires de « leurs

contexte prônant de valeurs culturelles spécifiques et traditionnelles, il semble donc que ce qui pose problème et qui est donc bien élaboré socialement, c'est moins une question de qualités (qui manqueraient aux entrepreneures) qu'une question de place, qu'elles ont à justifier de prendre. Puisque leur présence dans certains espaces est peu légitime, voire immorale, les entrepreneures moralisent leurs activités, comme on l'a vu, et ceci notamment en faisant la preuve de leur respect des normes. Aussi, elles oscillent parfois, et ce n'est pas contradictoire, entre les projections qu'elles font pour elles et pour la société dans l'avenir et une certaine nostalgie du passé, faisant au passage référence à un présent délétère.

C'est donc ainsi qu'elles tentent, et avec elles de nombreux autres actrices et acteurs sociaux, de justifier qu'elles occupent une place socialement destinée aux hommes. Il s'agit donc moins, pour les entrepreneures, de faire réévaluer leurs compétences, comme c'est le cas en Occident¹⁰³, que de trouver le moyen d'en étendre le champ.

De l'avis de Bessis et Belhassen, lorsque les femmes font référence à des figures féminine ou maternelle traditionnelles, elles se trouvent dans une « situation paradoxale dans laquelle elles négocient leur émergence sociale en adoptant ce qui fut de tout temps le symbole de leur aliénation et bloquant, ce faisant, toute possibilité de la mener à terme » (1992, p. 229). Des études plus récentes nourrissent des positions semblables : Lalla Hafdane relève que « dans leur évolution, les femmes marocaines restent dans leur majorité respectueuses de la tradition. La tradition a quelques fois un rôle identitaire, elle représente une référence en cas de

hommes ». Voir notamment bell hooks (1981) ou, pour une perspective plus générale sur le *Black feminism*, l'*Anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000* (Combahee River Collective, et al., 2008). Concernant plus particulièrement les femmes arabes, voir Nacira Guénif-Souilamas et Eric Macé (2004) ainsi que Delphy (2006) sur le racisme d'une partie du féminisme français à l'occasion des « affaires du foulard ».

¹⁰³ Battagliola (2004, p. 97) relève au sujet de la France que « dans le cadre des résistances opposées par les hommes à l'ouverture à l'autre sexe de secteurs d'activités prestigieuses, c'est moins les compétences professionnelles des femmes qui sont contestées que des caractères spécifiques attribués au sexe féminin qui sont invoqués : émotivité, absence de maîtrise de soi, inaptitude à exercer l'autorité », c'est-à-dire des caractéristiques qui les renvoie à leur corps, un corps envahissant, ravaleur.

crise » (2003, p. 229). Il me semble au contraire que dans ce contexte de « crise », la référence à la tradition peut servir le changement, y compris et peut-être surtout lorsque ce changement ne s'annonce pas comme tel, précisément parce que la tradition est porteuse d'une forte légitimité.

De plus, la double référence à la crise (partiellement associée au postcolonialisme) et à des valeurs culturelles propres permet l'émergence d'un discours sur les femmes, ou l'émancipation des femmes, qui se distingue des discours occidentaux féministes ou de promotion des femmes, dont nous avons vu, avec Bessis (2007), qu'ils circulent mal dans les pays de l'Orient musulman.

Enfin, les entrepreneures ne revendiquent pas seulement le droit d'occuper une place qui ne leur est pas destinée, mais elles revendiquent en outre la centralité sociale de cette place. Peut-être peut-on même aller plus loin, en revenant un instant sur l'invisibilisation du travail aussi bien domestique que professionnel des femmes, comme l'ont montré les différentes études sur le travail dans une perspective de genre. En effet, le fait que la catégorie des « entrepreneures » ne soit pas spécifique mais émerge, sans vraiment parvenir à s'en émanciper, de la catégorie « femme », entraîne que ce n'est pas seulement l'entrepreneuriat féminin qui est valorisé mais, dans le continuum entre travail domestique et professionnel, plus généralement les femmes dans leurs différents rôles sociaux, y compris domestiques. Ce serait donc, et nous rejoignons ici un discours féministe, la centralité sociale de leur existence en tant qu'actrices œuvrant dans différents domaines qui est mise en avant à travers les discours sur les femmes entrepreneures.

Pour synthétiser mon propos avant d'aller plus loin, j'ai montré que les entrepreneures parviennent à opposer la figure positive de la mère responsable de son foyer et respectueuse des traditions tant à la figure de la prostituée qu'à celle de l'homme démissionnaire qui, toutes deux, sont perçues comme d'inquiétants désordres culturels contemporains. Puisant dans des registres qui leur sont propres et favorables et qui renvoient à une valorisation de la tradition, elles parviennent à convertir des compétences domestiques en compétences entrepreneuriales, négociant ainsi une position dans le marché et faisant plus généralement reconnaître leur importance sociale et culturelle. L'appel des entrepreneures à la tradition est donc subversif : il propose un agencement et une gestion de cette dernière dans lesquels les entrepreneures se mêlent tant des affaires privées que publiques et il conduit à

revaloriser le travail des femmes dont nous avons vu qu'il a été fortement péjoré par le colonialisme et par l'introduction de l'économie de marché.

3.2. Paradoxes et particularités des entreprises féminines

J'ai montré que l'appel à la tradition des entrepreneures réussit en partie à faire reconnaître non seulement leur investissement professionnel mais encore leur importance sociale et culturelle. Cet appel à la tradition entraîne néanmoins des difficultés importantes, qui font l'objet de cette troisième partie. J'évoquerai successivement l'équilibre délicat que doivent trouver les entrepreneures lorsqu'elles sont prises dans des injonctions paradoxales voulant qu'elles manifestent quelque chose et son contraire ; leurs difficultés d'accès aux réseaux d'affaires et leurs stratégies de substitution ; et enfin les pressions dont elles sont l'objet en tant que femmes autorisées à gagner de l'argent et pressées de le redistribuer.

3.2.1. Être dure et attentionnée, ou de l'usage délicat de compétences nécessaires aux affaires

Certains modes de faire et d'être positifs attribués aux entrepreneures comportent leur face négative et peuvent être utilisés contre elles. Relevant une fois encore de discours stéréotypés, ces attributs, positifs ou négatifs, se traduisent plus ou moins dans des pratiques, tant il est vrai que la définition de la réalité contribue à l'y conformer. Ou que, comme le relève Cassel, la différence de genre « est en quelque sorte circulaire : les différences auxquelles croient les membres de diverses cultures existent du fait de cette croyance, et elles en deviennent donc centrales » (2001, p. 63).

La figure de l'homme-porte, qui garantit aux entrepreneures tant une certaine discrétion qu'une prudence attendues des femmes, permet également de leur reprocher de la faiblesse, certes positive car elle renvoie à la peur de courir des risques, mais néanmoins handicapante pour les affaires. Un restaurateur affirme à cet égard que « pour démarrer une affaire, il leur faut un homme devant car elles ont peur, si on leur demande de signer ceci ou cela, d'aller en prison ». Cette faiblesse et cette discrétion condamneraient les femmes possédant une affaire à demeurer dans une certaine ignorance les obligeant à travailler avec des hommes, comme l'exprime un entrepreneur : « Les femmes, elles peuvent diriger, elles peuvent parce qu'il y a

des conseillers, il y a le comptable, il y a toujours des hommes qui vont faire le travail qu'elles ne connaissent pas ».

Les mêmes qualités dites féminines semblent en effet pouvoir se retourner pour produire soit du positif soit du négatif. Par exemple, pour ce qui concerne leur face négative, l'honnêteté et la prudence empêcheraient les entrepreneures de prendre des risques ; la pudeur de se retrouver à certains endroits à certains moments (dans un bar, sur une route la nuit) ou de prendre les devants ; la naïveté ou l'éducation, ou encore, lorsqu'elles sont pauvres, le dénuement et l'isolement, feraient d'elles des ignorantes et des proies faciles. Les hommes ne sont par contre pas qualifiables par un tel retournement de mêmes qualités tantôt positives et tantôt négatives : soit ils occupent leur place de manière pleine et sensée, soit ils l'occupent à la manière de fanfarons.

L'ambivalence des qualités féminines permet donc tant de valoriser que de délégitimer les entrepreneures. Cette ambivalence correspond d'ailleurs à une autre dualité souvent affirmée voulant par exemple que « la femme peut le meilleur et le pire » (restauratrice) ou que « la femme peut être bien, mais elle peut aussi le contraire. Pas les hommes » (commerçant). La logique qui sous-tend cette argumentation réversible rappelle ce que note Angelo Soares (2001) sur la division des émotions entre hommes et femmes dans un contexte européen. J'aimerais insister ici sur le fait que c'est bien la logique de réversibilité, et pas du tout les valeurs affirmées, qui est comparable d'un contexte à l'autre. L'étude de Soares dévoile tout d'abord qu'une division des fonctions, justifiant la division sexuelle du travail, voulant que celles qui demandent de la tendresse, de la sensibilité, de l'intuition, etc. sont confiées aux femmes alors que celles qui demandent de la rudesse, de la dureté, de l'agressivité sont attribuées aux hommes. Il y a donc « une division sexuelle des émotions. Par exemple, les femmes sont supposées avoir peur de plusieurs choses que les hommes ne sont pas supposés craindre et la liste est longue » (Soares, 2001, p. 46). Or, ces stéréotypes permettent de décrire tantôt les femmes de manière très négative comme des êtres psychologiquement faibles, à l'humeur changeante, irrationnelles, déséquilibrées et infantiles et tantôt comme des êtres de bon cœur, compatissantes, charitables, aimables, gentilles, non rancunières. Pour Soares, les stéréotypes masculins sont également réversibles. La logique de réversibilité s'applique en Europe et au Maroc mais pas de la même manière, et elle permet donc

de dégager des singularités propres à chaque contexte puisque les qualités attribuées aux hommes et aux femmes sont sensiblement différentes d'un contexte à l'autre et que la symétrie entre femmes et hommes qu'elle présente en Europe ne vaut pas pour mon terrain.

Bien que très valorisées en tant que femmes, les entrepreneures sont donc également affublées, toujours en tant que femmes, de certaines tares plaçant en faveur de l'inadéquation de leur prétention à mener leurs activités entrepreneuriales. C'est pour répondre à ces disqualifications, qui fraient souvent avec le soupçon de prostitution qui circule autour d'elles, que les entrepreneures mettent tant d'énergie à valoriser et à moraliser leurs activités. Et c'est parce qu'elles ne sont pas constituées en groupe professionnel reconnu qu'elles doivent se dégager une à une, en tant que femme morale et non en tant que professionnelle légitimée dans son rôle économique, du danger d'être disqualifiées ou de devenir l'objet de la rumeur.

Ce danger n'est donc généralement pas perçu par les femmes comme un harcèlement renvoyant à la résistance sociale ou patriarcale à leur volonté d'autonomie et de reconnaissance. Il leur semble au contraire justifié (il est juste de penser que les femmes peuvent « le pire ») et pour prouver qu'elles font « le mieux » dans la place qu'elles se sont mises à occuper, les entrepreneures de mon terrain n'ont plus ou moins qu'une stratégie : supporter et s'atteler patiemment à prouver qu'elles en sont dignes. « On s'aguerrit. Quand on s'aguerrit les gens savent que vous êtes sérieuse dans votre travail », m'explique la patronne d'une entreprise de mobilier de bureau. La patronne d'une entreprise de construction affirme pareillement : « il n'y a point de faiblesse à avoir. On donne toujours de l'importance à la personne qui est forte. Ici on dit '*miskina* !' ['la pauvre !'] pour une femme et ça, je n'aime pas, car elle a bossé pour ça. Au nord, les gens sont plus évolués et cette différence n'existe pas, je n'ai jamais fait attention à ça. Dans ma famille, on a tous fait des études, c'était primordial et tout le monde a réussi. On a bossé, ce n'est pas rien. Et peut-être parce que j'ai fait des études mixtes, je n'ai jamais fait attention à ça. Mais j'ai remarqué qu'ici il y a toujours la préservation de la femme. Bon alors je me suis imposée. L'objectif, c'est ça. S'imposer sans faire attention à ce que disent les autres. On sait ce qu'on fait, on a des tripes ». L'une de mes interlocutrices avait même engagé un coach pour s'endurcir un maximum : « il me dit : 'pour être une femme entrepreneure il faut apprendre à recevoir des coups. Puis la peau devient dure' ». Ce

devoir de dureté est bien explicité dans les propos des gens : « il faut être dure et ferme avec ses employés, il faut être comme un homme, plus qu'un homme » (entrepreneure artisanne). Ou encore : « je suis autoritaire. Peut-être c'est dans ma culture, c'est donné, c'est avec l'expérience, avec le temps » (constructrice en bâtiment). On revient donc à la dureté qui, comme nous l'avons vu, est une qualité très positive et tout à fait associable au féminin ; cette qualité permet aux entrepreneures de supporter notamment les soupçons d'immoralité et les tentatives de disqualification qui les guettent ou les atteignent, de les démentir et de persévérer dans leur entreprise.

Cependant, les compétences qu'elles défendent par une attitude intransigeante n'étant pas reconnues d'office, les entrepreneures ont recours à des stratégies de légitimation pour faciliter leur reconnaissance. Notamment, elles affirment souvent bénéficier d'une familiarité avec le domaine dans lequel elles exercent, qu'il s'agisse d'une « affaire de femme », d'une tradition familiale, d'une formation idoine, ou encore que ces différents registres soient utilisés ensemble. Cette familiarité les justifie à adopter un comportement autoritaire et dur censé couper court à toute velléité de remise en question de leur statut de patronne. Ainsi, l'une d'elles assure, à propos de ses ouvriers : « je les mets dans le bain tout de suite. Le langage des ouvriers, je le connais. On dirait que moi je suis dans la tête de l'ouvrier, je le cible, sa manière de travailler je la connais, donc la communication passe très vite. Pas besoin de dire voilà c'est une femme. Je m'y connais dans tous les métiers de chantier, les astuces, etc., je connais, les livres, le terrain, je sais la difficulté des choses. La façon de faire, je sais, de la ferronnerie, une belle porte artisanale, je sais. Dans un sens, j'encadre les ouvriers. Je lui montre comment il faut faire » (constructrice en bâtiment). Relevons que cette stratégie de prise de pouvoir et d'autorité par la démonstration de compétences supérieures et d'assurance n'exclut pas d'autres stratégies, notamment celle, comme on l'a vu, de mettre un homme devant elle. Cette patronne, comme la restauratrice citée plus haut, utilise des hommes qu'elle met souvent en avant tout en les contrôlant. Ainsi, en 2006 elle se déplace presque toujours avec un homme qui fait ce qu'elle lui demande, y compris prendre les devants. Elle m'explique : « vous avez vu le monsieur qui était avec moi ce matin ? Il m'a dit Mbarka, je veux travailler avec vous, et il démissionné de son

ancien poste. Donc je suis partie chez son employeur, le Haj¹⁰⁴, pour lui demander si ça ne le dérangeait pas. Il est stagiaire, je le teste, j'élève la voix pour voir, je le motive, comme avec le maître de chantier ».

La familiarité avec un domaine est un argument courant puisqu'on le retrouve par exemple chez les commerçantes et les artisanes qui affirment travailler dans un monde féminin qu'elles connaissent mieux que les hommes, ainsi que chez toutes les entrepreneures qui, comme nous l'avons vu, évoquent une familiarité d'origine familiale avec le domaine dans lequel elles œuvrent. La même constructrice en bâtiment explique dans ce registre : « on m'a toujours dit que ce domaine serait dur mais moi je n'y suis pas venue comme ça. Mon père était dans l'entreprise de construction, je l'accompagnais le week-end, il amenait à manger à tous les ouvriers. C'était difficile car il n'y avait pas tous les moyens techniques. Ma mère apportait le couscous pour tous les gens. J'ai grandi dans ce contexte, le bâtiment, j'étais dedans. Après le bac, j'ai fait les études dans ce sens, j'ai travaillé dans un laboratoire d'essais de matériaux, puis dans les routes. Je connais tout ça, donc je sais, quand on me donne quelque chose, si c'est bon ou pas ».

À côté de ces manifestations d'assurance et de dureté, il est également exigé des patronnes, dans le cadre des relations clientélistes, une certaine empathie et des relations plus détendues et attentionnées à l'égard de leurs employé·e·s et de leurs client·e·s. Et ceci d'autant plus que le registre de la maternité auxquelles elles se réfèrent exige d'elles qu'elles soient conscientes, responsables, protectrices, voire même qu'elles anticipent les problèmes que rencontrent leurs employé·e·s ou leurs clients eu égard au contexte de « crise » et de corruption dans lequel elles se présentent comme particulièrement responsables et morales. C'est donc un équilibre délicat entre dureté/autorité et empathie/attention que les entrepreneures ont à gérer. Ce paradoxe est socialement élaboré, comme en témoigne par exemple ce patron de restaurant : « la femme est sentimentale, et elle le paie cher. Ici, en arabe, il y a un proverbe qui dit : 'celui qui va faire pleurer ma mère, je préfère que ses parents pleurent'. Il faut être sans pitié. Celui qui vole une petite cuillère, je le mets tout de

¹⁰⁴ Appellation honorifique désignant les Musulman·e·s qui sont rendu·e·s à la Mecque (*Hajja* au féminin).

suite dehors, avant qu'il vole plus. Et s'il te dit 'non ma femme est malade, et mes enfants aussi', tu t'en fous, tu restes strict. Ça ne veut pas dire que si une fois il a un problème, tu lui donnes 200 dirhams. Mais il faut rester très strict ».

Ainsi, la nécessité d'intransigeance voisine avec un devoir d'empathie et d'attention pour les autres, dans lequel on retrouve le « sens de la responsabilité » et l'expérience issues de leurs rôles domestiques dont les femmes sont dites et se disent détentrices. Ces qualités leur permettent, et c'est là une profonde différence avec les femmes européennes, d'être de bonnes patronnes, au sens que cette fonction prend au Maroc bien entendu.

Les exemples d'écoute et d'égard pour les autres que donnent les entrepreneures, que ces autres soient employé·e·s ou client·e·s, sont nombreux. Une patronne d'agence touristique insiste sur la nécessité d' « être aimable au téléphone pour donner l'ordre, et quand le commis vient, être toujours aimable, lui donner un pourboire évidemment, et payer les factures ». Une restauratrice affirme que gérer du personnel, « c'est la même chose pour les femmes et pour les hommes. Sauf que les femmes travaillent avec le sentiment : elles savent des choses que les hommes ignorent : qu'il faut faire vivre une famille quand on est employé. Elle y prend garde ». Autre exemple, dans ce registre des soins dont bénéficient employé·e·s et/ou client·e·s. Lors de mon séjour de 2006, je loge dans un hôtel qui est encore partiellement en construction. Chaque jour, la patronne prépare à manger pour ses ouvriers et employé·e·s. En tant que cliente pouvant potentiellement être fidélisée et susceptible de faire de la publicité dans des contextes proches et lointains, je bénéficie de ces repas, comme un·e ou deux autres client·e·s. La patronne explique : « le matin, je vais à Macro [un supermarché] pour acheter à manger. Ça me fait 2000 dirhams par mois, ça va. C'est moi qui cuisine, ou ma belle-mère. On ne va quand même pas leur demander de venir avec leur sandwich ! ». Cette pratique est fréquente mais pas systématique. La générosité particulièrement accentuée, qu'elle soit d'ailleurs promulguée par une femme ou par un homme, génère du respect. D'une part parce qu'elle est l'expression de l'application de principes moraux et religieux valorisés ; et d'autre part en raison de l'asymétrie qu'elle installe entre la personne qui donne et celle qui reçoit ; dans ce dernier cas, elle est clairement une pratique clientéliste, ce que ne disent évidemment jamais les entrepreneures qui condamnent certains aspects du clientélisme, notamment ce qui s'apparente à la

corruption, et qui mettent tant en avant leur moralité. Plus stratégiquement, elles présentent les égards qu'elles ont pour les employé·e·s et client·e·s comme un mode de fidélisation, qu'elles associent à la mise en place d'un esprit de famille. Ces égards sont donc doublement référencés par les entrepreneures elles-mêmes. Elles les renvoient d'une part au monde de la famille en tant qu'exercice et compétence exclusivement féminins ; et, d'autre part, au monde des affaires en tant que compétence professionnelle. Chez les entrepreneures que j'ai rencontrées, l'analogie entre milieu familial et professionnel est donc explicitée et assumée (l'entreprise serait comme une famille, l'expérience que les femmes ont de la gestion de la *domus* serait transférable dans l'entreprise). Bien que l'empathie dont les femmes font preuve comporte, de l'avis général, une part négative (faiblesse, naïveté), elle est également valorisée en tant que surcroît de compétences féminines, tant au niveau cognitif (elles savent, elles connaissent les problèmes) qu'au niveau relationnel et organisationnel (elles savent gérer un groupe de personnes, elles parviennent à instrumentaliser leurs compétences affectives et empathiques dans un cadre économique). Elles normalisent et moralisent ainsi une partie de leurs activités professionnelles et elles adoptent des modes de faire clientélistes en confondant les notions de mères et de patronnes. Une patronne d'agence touristique m'explique, dans ce registre, que « pour gérer mon personnel, c'est une histoire de confiance. Moi je les réunis et si quelque chose ne va pas, je suis là. Par exemple si un enfant est malade, je dis à son parent d'aller à la pharmacie et d'acheter ceci. Je les paie bien et je les nourris. Ça me coûte cher. Mais mes employés prient le ciel pour que je ne trouve pas d'acheteurs. J'engage quelqu'un qui a des responsabilités familiales et qui va faire attention de garder son poste. J'ai treize employés qui ont confiance, c'est comme une famille ». De même, deux patronnes d'une boutique d'artisanat travaillant avec des artisan·e·s à domicile expliquent : « nous travaillons avec des gens que nous connaissons depuis longtemps, la confiance est faite. Ils sont de la famille de la boutique ».

Dans le contexte clientéliste qui caractérise le Maroc, les hommes ne font pas autre chose que de familiariser des relations pour faire des affaires. Mais ils ne font évidemment jamais mention d'une association avec le monde domestique, même s'ils s'associent à la figure du patriarche. La référence au travail domestique qualifie donc de manière particulière les activités professionnelles féminines des

entrepreneures marocaines non seulement par rapport à leurs collègues hommes, mais aussi par rapport à l'association qui est faite en Europe entre activités domestiques et professionnelles.

Les exemples de ces négociations individualisées, conduites dans le but de produire une forme de dette et de devoir de contre-don, sont nombreux. En plus des stratégies féminines de fidélisation de la clientèle par une attention particulière portée à la relation avec le ou la client·e et au service après-vente, on trouve une série de bénéfices et de privilèges qu'elles prodiguent à leurs client·e·s et employé·e·s. Ainsi, une patronne explique que lorsque l'un de ses employés a besoin de quelque chose, « il m'appelle et je donne le temps. Ou par exemple je paie l'assurance de sa mobylette ou je mets un petit plus dans une petite enveloppe ». Avec les époux des artisanes chez qui elle se fournit, une entrepreneure artisanne précise : « j'y vais en emmenant des petits cadeaux, on ne doit pas oublier le mari. Il faut de la sympathie, il faut amener s'il fume des cigarettes avec, peut-être des babouches. Il faut penser à lui aussi. C'est comme ça que ça devient possible de communiquer, de réfléchir, de communiquer avec lui d'abord, et après la femme. C'est le commencement, mais après ils voient que vous êtes correcte, la sympathie vient tout doucement, alors s'il n'est pas là je peux parler avec sa femme, faire les affaires avec elle sans problème. Il faut seulement être sérieux au travail ». Ce qui dans une perspective moralisante serait appelé corruption fait ici partie des affaires : familiariser des relations afin de les assurer est une nécessité de la relation d'affaires. Cette corruption ordinaire, ou ces petits « plus » qui sont offerts sont si banals qu'une patronne me dit par exemple « j'ai trouvé un bon comptable qui ne garde pas trop pour lui ».

Denis Vidal (1993) montre que dans les relations clientélistes, les notions de défiance et de nécessité permettent d'instaurer des relations de dépendance entre les personnes impliquées. Ces dimensions sont très présentes dans les pratiques et les discours concernant les relations entre patron·ne·s et employé·e·s et/ou client·e·s, ce que nous verrons mieux encore dans la suite de ce chapitre : « ainsi le clientélisme ne témoigne-t-il pas de la confiance que les membres d'une société placent dans les valeurs qui leur sont collectives et par le biais desquelles ils façonnent leur identité et entrent en relation les uns avec les autres. Il manifeste davantage une défiance si manifestement ressentie – quand se présente l'obligation de dépendre ou de se mettre

au service d'un autre – que les conditions d'établissement d'une confiance mutuelle deviennent alors, au contraire, l'enjeu cardinal du lien social » (Vidal, 1993, p. 32).

La notion de confiance est également discutée par Soares (2001) dans un contexte très éloigné du clientélisme et de l'entrepreneuriat, mais dans un sens pourtant très proche des propos de Vidal. Soares (2001, p. 50) définit la confiance qui s'établit dans les relations de services en Europe comme un « ciment » des rapports sociaux, dépendante de la notion de risque inhérent à toute tractation commerciale : « on fait confiance parce qu'il y a un risque inhérent soit dans le système qui peut ne pas marcher comme il faut, soit dans la personne qui peut manquer de probité ou qui peut être incompétente. [...] La relation de service est un moment privilégié où la confiance est soutenue, car le risque est toujours présent ». Soares relève que la confiance se construit dans la communication et qu'elle s'établit grâce au travail émotif réalisé ; une fois établie, elle permet de réduire ce travail émotif. Et, dans la perspective de genre qui caractérise son approche, Soares relève que ces compétences relationnelles garantissant l'établissement de confiance sont différemment valorisées selon l'appartenance sociale de sexe de celle ou celui qui les dispense : « la compétence relationnelle [...] de grande importance dans les services et très présente dans le travail des femmes [est] toujours reconnue comme importante dans les métiers traditionnellement masculins, mais considérée comme un talent ou comme une caractéristique de la nature dite féminine » (Soares, 2001, p. 43).

Cette idée de confiance est très présente dans les discours des entrepreneures marocaines et c'est bien l'établissement d'un lien dans un contexte qui semble y être peu propice qu'elles recherchent. Mais de nouveau, ce contexte réfère à deux dimensions entremêlées sur mon terrain, l'une propre au clientélisme, qui nécessite généralement un travail de familiarisation des relations, et l'autre relative au déficit de légitimité des femmes, qui tentent de combler ce dernier en valorisant leurs « qualités féminines ».

Par exemple, les entrepreneures réalisent un suivi par lequel elles comptent fidéliser leurs client·e·s et en trouver d'autres. Dans la manière dont une patronne d'agence touristique décrit le type de relation qu'elle noue avec ses clients, on reconnaîtra tout un travail personnalisé nécessaire à la transaction commerciale en raison de son effet familiarisant : « les relations entre femmes et hommes sont plus intimes, elles se transforment en amitié, donc de professionnelles, elles deviennent amicales. Les

hommes se confient plus facilement à une femme, par exemple au téléphone, je demande toujours si ça va et quand l'autre répond 'un peu', comme je m'intéresse à lui, il se confie. Ce n'est pas comme ça une femme avec une femme ou un homme avec un homme. C'est pour ça que les hommes préfèrent traiter avec une femme. Je dois mettre l'homme en confiance, pour que ça devienne une relation de confiance, amicale, et qui continue ». Autre exemple de suivi attentionné exprimé par une commerçante en mobilier de bureau : « j'ai de très bons contacts avec mes clients. Je les suis quand ils achètent quelque chose, pour savoir s'ils sont contents, s'ils ont besoin d'autre chose, même plusieurs mois après. Donc ils sont contents et ils restent mes clients ».

Cependant, ce travail personnalisé qu'elles doivent réaliser est rendu difficile par l'équilibrage délicat qu'elles ont à réaliser entre attention, responsabilité, empathie et inflexibilité, dureté, sécheresse. En effet, les relations personnalisées des femmes risquent de glisser vers de la douceur, qui équivaut à de la faiblesse et qui est un pas vers l'immoralité. Ainsi, la patronne qui affirme qu'il faut être agréable avec ses fournisseurs et les commis trouve également normal qu'« une femme qui arrive dans une administration et puis qui est trop douce, très souriante, c'est normal que l'homme se dise qu'elle veut qu'il la drague. Donc il faut être dure et ferme, c'est normal ». Un patron déclare quant à lui que « les femmes doivent s'imposer, montrer de l'autorité. Si elle dit '*chokran*' ['merci'], '*khoiya*' ['mon frère'], on dira qu'elle cherche ». Ou encore, une patronne qui qualifie l'ambiance de son entreprise de familiale dit également qu'« il faut montrer qu'on a des exigences et de la personnalité. Il faut contrôler sans quoi le personnel se met de l'argent dans la poche ». Une restauratrice affirme de son côté : « mon personnel sait ce que je fais, ce que je regarde. Le cuisinier va dire au suivant que je passe tous les matins et que je regarde ceci et cela, donc il y sera attentif ».

Elle est donc bien étroite, la marge de manœuvre dans laquelle les entrepreneures œuvrent. Leur légitimité est dépendante du respect qu'on leur témoigne, mais ce respect repose tout à la fois sur la froideur, l'intransigeance et les compétences à être attentives et attentionnées dont elles colorent leurs relations avec client·e·s, employé·e·s et autres acteurs et actrices dont elles ont besoin (administration, fourniture, banques, etc.). De ce difficile équilibre, les entrepreneures sont parfaitement conscientes, comme l'illustre cette patronne dans le tourisme en

décrivant l'attitude qu'elle adopte avec ses employés : « parfois il faut être gentille, mais si je vois qu'ils dépassent les limites alors je dois être méchante. Je lui dis 'tu peux t'en aller'. Il réfléchit, il va peut-être prendre une demi-heure, ou bien il vient pour s'excuser, alors je prends l'excuse et je dis 'tu peux recommencer'. Et après ça va. J'ai renvoyé pas mal de gens. Il y a toujours des hommes qui ne se laissent pas commander par une femme ». Très loquace sur le sujet de l'autorité et de la confiance avec lesquels elle doit manœuvrer, l'entrepreneure en construction, peu légitime dans son domaine, témoigne aussi de cet équilibre subtil entre maternage, empathie, dons de privilèges et intransigeance : « j'ai toujours le souci de ce que je vais faire demain, je fais une réunion à 5h30 pour voir ce qui a été fait et ce qu'on va faire. Le chantier est comme je le veux et pas comme le chef de chantier veut. Et c'est moi qui lui dit 'il faut placer ce monsieur', 'ce maçon doit être là', 'celui-là ici'. Je lui donne grosso modo le schéma de comment il va s'organiser ». Lorsque son autorité est remise en question ou qu'elle pense que certains de ses ouvriers ne sont pas suffisamment bien traités, sa réponse est ferme et elle repose sur un devoir de justice : « le chef de chantier aujourd'hui a voulu renvoyer deux ouvriers alors qu'il leur demandait de faire un travail absurde : retourner une dalle trop lourde qui allait de toute façon se faire recouvrir par de la terre. Je lui ai dit au téléphone de les faire retravailler et que, comme stratégie, si le travail était mal fait, les faire venir à la fin de la journée et leur dire 'tu as fait cela et cela qui est bien, mais pas cela', et de moins les payer. C'est une sorte de punition. Mais pas les virer. De toute façon on ne vire pas quelqu'un quand on n'a personne d'autre car le travail doit se faire. En plus ces ouvriers sont venus travailler avec moi depuis une autre ville, ce sont mes ouvriers. Le chef de chantier s'est mis à m'engueuler par téléphone. Alors je l'ai convoqué ce soir et je l'ai viré ».

Dans son étude sur les chirurgiennes françaises, Cassel note que les manifestations d'autorité et de force de ces dernières sont condamnées et qu'elles doivent inventer un mode de leadership particulier pour s'assurer de la collaboration de leur équipe : « ces femmes sont-elles différentes de leurs collègues masculins ? Impossible de le déterminer. Mais il est clair qu'elles sont amenées à agir différemment » (Cassel, 2001, p. 67). Ce n'est pas le cas des entrepreneures marocaines. En associant travail de patronne d'entreprise et travail de femme dans le milieu familial, les entrepreneures que j'ai rencontrées prétendent faire autre chose que leurs collègues

hommes, mais elles réalisent en fait, en le masquant sous un voile de moralité, un même travail de patronne dans un milieu clientéliste. Ce travail est cependant rendu plus difficile pour elles que pour leurs collègues hommes, d'une part parce qu'il les place dans une situation d'équilibrage à réaliser entre différents attributs féminins obligés et contradictoires et, d'autre part, parce qu'il se prétend différent de ce qu'il est.

Retour sur les théories du care

Par leur référence à leurs compétences féminines liées à leur rôle domestique et notamment à leur fonction maternelle, les entrepreneures marocaines utilisent leur socialisation et leurs compétences sexuées pour valoriser leur travail. Dans le contexte européen, la littérature sur le *care*, entendu comme l'anticipation des attentes et des affects d'autrui et la capacité à y apporter une expression émotionnelle adéquate, ou encore comme des dispositions d'empathie avec autrui, de dévouement et de maternage, acquises et naturalisées, a thématiqué cette question de l'utilisation dans le travail professionnel de compétences ou de qualités féminines, que cette utilisation soit exigée (par exemple par le patronat, par les collègues) ou qu'elle soit une tactique au sens qu'en donne de Certeau¹⁰⁵, c'est-à-dire utilisée faute de mieux. Malgré l'analogie des références, les entrepreneures marocaines ne font cependant pas du *care*. Mais leurs pratiques pourraient conduire à réinterroger un élément des

¹⁰⁵ « Les stratégies sont [...] des actions qui, grâce au postulat d'un lieu de pouvoir [...], élaborent des lieux théoriques (systèmes et discours totalisants) capables d'articuler un ensemble de lieux physiques où les forces sont réparties. [...] Les tactiques sont des procédures qui valent par la pertinence qu'elles donnent au temps – aux circonstances que l'instant précis d'une intervention transforme en situation favorable, à la rapidité de mouvements qui changent l'organisation de l'espace, aux relations entre moments successifs d'un 'coup', aux croisements possibles de durées et de rythmes hétérogènes, etc. A cet égard, la différence entre les unes et les autres renvoie à deux options historiques en matière d'action et de sécurité (des options qui répondent d'ailleurs à des contraintes plus qu'à des possibilités) : les stratégies misent sur la résistance que l'établissement d'un lieu offre à l'usure du temps ; les tactiques misent sur une habile utilisation du temps, des occasions qu'il présente et aussi des jeux qu'il introduit dans la fondation du pouvoir » (Certeau (de), 1990, pp. 62-63).

théories du *care*, celui de l'usage nécessairement défavorable de la référence, dans le cadre du travail professionnel, à des compétences et des qualités féminines.

La notion de *care* explique, en Europe, une grande partie du travail des femmes et rend plus généralement compte de toute une série de manières d'être et de faire attribuées, attendues et très souvent réalisées par les femmes. Renvoyant à la socialisation féminine, le *care* est à cheval entre le travail domestique et professionnel et dessert les femmes dans le cadre du second. Pascale Molinier le relève très clairement lorsqu'elle note : « qu'il s'agisse du travail domestique ou des services, les activités exercées en majorité par des femmes sont socialement orientées vers le souci de l'autre. Les femmes, par différence avec les hommes, sont fréquemment confrontées à des situations où leur activité n'a de sens qu'à la condition qu'elles puissent reconnaître ce qu'est la vie, c'est-à-dire la vulnérabilité du corps humain et la souffrance psychique » (2000, p. 51).

Arlie Hochschild a la première repéré ce type de travail émotionnel chez des hôtesses de l'air¹⁰⁶, chez qui, selon l'auteure, il constitue un cas extrême, bien qu'il se retrouve dans différents emplois partageant certaines caractéristiques : « jobs of this type have three characteristics in common. First, they require face-to-face or voice-to-voice contact with the public. Second, they require the worker to produce an emotional state in another person – gratitude or fear, for example. Third, they allow the employer, through training and supervision, to exercise a degree of control over the emotional activities of employees » (1983, p. 163). Si la première caractéristique peut s'appliquer aux entrepreneures marocaines, puisqu'elles se rendent et sont

¹⁰⁶ « The analogy between home and airplane cabin unites different kinds of experiences and obscures what is different between them. It can unite the empathy of friend for friend with the empathy of worker for customer, because it assumes that empathy is the same sort of feeling in either case. Trainees wrote in their notebooks, 'Adopt the passenger's point of view' and the understanding was that this could be done in the same way one adopts a friend's point of view. The analogy between home and cabin also joins the worker to her company ; just as she naturally protects members of her own family, she will naturally defend the company. Impersonal relations are to be seen as if they were personal. Relations based on getting and giving money are to be seen as if they were relations free of money » (Hochschild, 1983, p. 106).

tenues de se rendre directement accessibles à ceux qui leur demandent de l'aide (dans le cadre de leur entreprise mais aussi, comme nous allons mieux le voir par la suite, dans le cadre de leur famille), la deuxième et la troisième caractéristiques ne s'appliquent pas du tout à mon terrain. La troisième en raison, bien sûr, du fait qu'elles sont patronnes, et la deuxième parce que même si les entrepreneures cherchent à susciter de la reconnaissance et à provoquer des sentiments de satisfaction ou plus encore de gratitude, de confiance, ces échanges sont inscrits dans un type de relation spécifique à mon terrain, le clientélisme. Aussi, même si les entrepreneures tentent de faire passer certains de leurs comportements attentionnés pour des qualités féminines, ce n'est jamais dans le cadre de relation de *care* que peuvent être compris leurs comportements. Je vais le montrer en déclinant différentes manières, non exclusives l'une de l'autre, dont s'exprime le *care*, dans une brève synthèse de différentes études menées en Occident.

Comme dans le cas des hôtesse de l'air étudiées par Hochschild, le travail de *care* peut être franchement exigé et instrumentalisé par les employeurs : « for each gender a different portion of the managed heart is enlisted for commercial use. Women more often react to subordination by making defensive use of sexual beauty, charm, and relational skills. For them, it is these capacities that become most vulnerable to commercial exploitation, and so it is these capacities that they are most likely to become estranged from. For male workers in 'male' jobs, it is more often the capacity to wield anger and make threats that is delivered over to the company, and so it is this sort of capacity that they are more likely to feel estranged from » (1983, p. 164). Cette instrumentalisation du *care* est également mise en évidence par Soares (2001) dans son analyse du travail des employées de services. En tant que disposition générale et essentielle du travail, le *care* caractérise également les pratiques des femmes entrées dans des professions qui se féminisent, comme le montrent par exemple Boigeol (1997) pour les métiers de la magistrature¹⁰⁷, Erik Neveu (2001)

¹⁰⁷ Pour rappel : « aux hommes, la confrontation avec le milieu, la politique pénale, les relations avec la police, la gendarmerie, le maintien de l'ordre public, la présence au tribunal, la visibilité. Aux femmes les fonctions sociales, de contact avec les enfants, les familles, les services sociaux, les divorçants mais aussi les fonctions purement juridiques, nobles, distancées, 'propres', discrètes » (Boigeol, 1997, p. 31)

pour le journalisme ou encore Cassel (2001) avec son étude sur les chirurgiennes. Notons encore que cette tendance sociale à qualifier les professions par des dispositions différenciées en fonction du sexe n'irait pas en s'amenuisant puisque, selon Wajcman (1998, p. 159), cette caractéristique est davantage présente chez les femmes managers de la nouvelle génération que chez celles de la génération précédente¹⁰⁸. Rien dans cette mise en œuvre du *care* ne se rapproche des manières d'être et de faire des entrepreneures marocaines, qui ne sont forcées par aucun·e employeur·e à adopter des comportements de *care* et qui, de plus, ne l'exigent jamais de leurs employées. Comme nous l'avons vu, elles se méfient des comportements qui pourraient générer une trop grande proximité avec les hommes ; elles visent, pour elles et pour leurs employées, d'abord et avant tout le respect et, pour cela, elles valorisent plutôt des manières d'interagir qualifiables de « dures », même si elles prennent la peine d'assurer les liens avec la clientèle ; elles affirment très clairement ne pas avoir de temps à perdre et ne pas vouloir faire ce qu'elles appellent « du social ».

Différentes autres études menées en Europe ont perçu le travail de *care* comme moyen d'influence par des travailleuses fortement dominées (Hochschild, 1983 ; Molinier, 2001). Les femmes sont alors condamnées à utiliser des dispositions affectives et émotionnelles acquises dans le cadre de la socialisation féminine à défaut d'autres ressources (statut, force physique, position hiérarchique, argent) : « lacking other resources, women make a resource out of feeling and offer it to men as a gift in return for the more material resources they lack. [...] The general subordination of women leaves every individual woman with weaker 'status shield' against the displaced feelings of others » (Hochschild, 1983, p. 163). Molinier parle à

¹⁰⁸ « My study shows that, in practice, senior women managers manage in much same way as senior men within the same specific context. This is because styles of management are shaped more by organizational imperatives than by sex or personal style of specific individuals. [...] The current model of equal opportunity, managing diversity, embraces differences as its rationale for equality initiatives. It promotes the cause of women managers on the grounds that women's nurturing capacities uniquely equip them the requirement of postmodern management. [...] the effect of accentuating gender differences in management is to naturalize women's skills » (Wajcman, 1998, p. 159).

cet égard de *muliérité* en tant qu'identité défensive de sexe, c'est-à-dire « l'ensemble des conduites par lesquelles une femme s'efforce d'éviter les représailles dont elle a peur d'être victime si elle ne se conforme pas à ce qui est attendu des femmes » (Molinier, 2004 p. 20). Cet aspect du *care* est particulièrement présent dans les situations qui contraignent les femmes à saisir chez leurs supérieurs, via des signes extra-verbaux, des manifestations relatives à leur humeur, pour se prémunir contre leurs colères et profiter de leurs bonnes dispositions. Les femmes utilisent alors d'autant plus les dispositions de séduction, d'empathie, de maternage, de dévouement et d'attention qu'elles sont engagées dans des relations professionnelles où elles sont fortement dominées : « forme particulière de la lucidité sociale des dominés, ce que l'on appelle 'l'intuition féminine' est, dans notre univers même, inséparable de la soumission objective et subjective qui encourage ou contraint à l'attention et aux attentions, à la surveillance et à la vigilance nécessaires pour devancer les désirs ou devancer les désagréments » (Bourdieu, 1998, p. 37). Si cet aspect du *care* se rapproche un peu plus des pratiques des entrepreneures marocaines, ce n'est que dans la mesure où elles instrumentalisent certaines des caractéristiques qui leur sont socialement attribuées en tant que femmes. Mais, d'une part, comme nous l'avons vu, la catégorie « femme » ne se qualifie pas de la même manière sur mon terrain et en Europe et, d'autre part, c'est moins pour se prémunir contre des offensives masculines que pour elles-mêmes partir à l'offensive en revendiquant explicitement leurs compétences « féminines » que les entrepreneures instrumentalisent ces qualités socialement construites.

Enfin, le travail de *care* peut être utilisé comme mode de valorisation professionnelle comme le font, par exemple, les infirmières (Kergoat, Imbert, Le Doaré, & Sénotier, 1992 ; Molinier, 2001) ou les aides à domicile (Dussuet, 2002), qui ont tendance à dépasser les simples rapports salariaux en mettant en avant un service personnalisé pour obtenir une meilleure reconnaissance de la part de leurs employeurs et accroître la qualité des services offerts. Dans son étude des aides à domicile, Annie Dussuet remarque par exemple que « toutes insistent sur le caractère 'personnalisé' du service qu'elles assurent, et sur la dimension relationnelle qu'il comporte à leur avis » (2002, p. 150). Cette dimension personnalisée de leurs activités professionnelles conduit les travailleuses à exécuter des tâches qui ne sont ni exigées par leur fonction et ni mentionnées dans leur contrat, et qui prennent parfois sur leur temps personnel.

Dussuet donne l'exemple d'aides à domicile qui effectuent des courses pour les personnes dont elles s'occupent dans le cadre de leur travail professionnel en même temps qu'elles en font pour leur foyer, ou l'exemple de celles qui font de courtes visites pendant le week-end pour s'assurer que tout va bien. Et elle relève que « non seulement ces tâches ne sont pas rémunérées, mais elles entretiennent le flou sur la définition précise du travail : où s'arrête celui-ci ? De tels comportements peuvent aussi être observés chez les femmes de ménage qui cherchent parfois, en donnant plus que ne le prévoit le contrat, à aller au-delà de la simple relation salariale, et à s'assurer de cette manière, de la part de leurs utilisateurs, une reconnaissance. Cette tendance est évidemment ambivalente car si les salariées y trouvent une manière de faire valoir leurs qualités personnelles, le risque est évidemment dans l'exploitation de leur attitude par des employeurs peu scrupuleux ou plus simplement négligents de la réglementation » (Dussuet, 2002, pp. 150-151). En effet, dans cette forme, le travail de *care* est largement exploité puisque l'amour est un « ressort de la servitude et de l'investissement des femmes dans les activités domestiques » et qu'il est également un « risque majeur de déstabilisation et de confusion dans la sphère des activités salariales encore actuellement dévolues aux femmes, en tout cas à une majorité de femmes » (Molinier, 2001, p. 9). Dans ce contexte, le travail de *care* comporte un haut risque de *burn out*, lié à la dissociation entre ce qui est réellement ressenti et ce qui est montré ainsi qu'à la transgression des frontières entre intimité et vie professionnelle (Hochschild, 1983). Mais il peut également être, « dans certaines circonstances, un rejeton du travail, voire une façon de lui donner du sens » (Molinier, 2001, p. 9). Il peut alors renvoyer à ce que Josiane Pinto (1990) appelle, à propos des secrétaires, « le don enchanté de soi ». Selon Elsa Galerand et Danièle Kergoat (2008), cette valorisation du travail de *care* pourrait aussi, « potentiellement », contribuer à une revalorisation du travail des femmes. En effet, les auteures remarquent qu'un rapport positif fondé sur l'utilité de son travail, le sentiment d'être justement productive et de créer de la valeur est parfois présent dans le discours des travailleuses qui occupent pourtant les emplois les moins reconnus en termes de qualifications et de rémunérations, en particulier celles qui sont affectées au travail de *care* (aide-soignantes, femmes de ménage, femmes de service, ouvrières du nettoyage, assistantes maternelles, etc.). En bref, faire du *care* en plus des gestes professionnels formellement attendus permettrait une mise de sens du fait que, comme le dit Molinier, « le *care* définit conjointement certaines activités ainsi que

l'intelligence mobilisée pour leur réalisation » (2005, p. 302). Ce faisant, les travailleuses rappelleraient en outre le rapport particulier que les femmes entretiennent avec le travail « en raison des positions qu'elles occupent dans la division sexuelle du travail et en raison du fait que le travail pour elles forme un tout, à l'inverse des hommes pour qui la dissociation travail/hors travail est opérationnelle » (Galerand & Kergoat, 2008, p. 67). De nouveau, une application *stricto sensu* de cette dimension valorisante du *care* à mon terrain serait insensée : bien que servant à valoriser leur travail professionnel, l'association de ce dernier avec le travail domestique ne sert, pour les entrepreneures marocaines, ni à donner du sens ni à requalifier à leur travail professionnel ; cette association ne vient pas non plus réhabiliter le travail domestique comme travail puisqu'au contraire, elle semble fondée sur le fait que le travail domestique des femmes n'a pas été autant dévalorisé qu'il l'a été en Europe. Les entrepreneures marocaines incluent des privilèges et des attentions dans leurs relations professionnelles, elles prétendent, au contraire des hommes, « travailler avec le sentiment » et entretenir des relations personnalisées avec leur entourage professionnel et enfin elles agissent également dans le cadre d'une association entre famille et travail professionnel. Mais la comparaison s'arrête là. Car il s'agit, pour les entrepreneures marocaines, de manière pragmatique dans un contexte clientéliste, de faire reconnaître un pouvoir, celui de donner. On est donc bien dans une logique du don, comme le relève par exemple Dussuet (2002) pour son propre terrain, mais pas de don gratuit, sans mesure et sans ménagement qui caractérise le travail domestique et qui permet à l'auteure de comprendre le travail des aides à domicile comme son prolongement. On est même ici dans une logique inverse de celle qui prévaut dans le cadre du *care*. Dans le contexte clientéliste, le don doit être reconnu pour qu'il prenne l'aspect d'une dette et il installe de la sorte une relation asymétrique en faveur du/de la donateur/trice. Dans le cas du *care*, le don est au contraire invisibilisé, précisément pour éviter la création d'une dette, que cette invisibilité relève « du 'don de soi' oblatif décidé par la personne, en toute autonomie [ou d'un] silence imposé par les règles et normes sociales à une catégorie de la population envers qui on ne souhaite pas être redevable » (Cresson, 2001, p. 319). Dans les exemples marocains, la promulgation d'égards, d'attentions particulières et de familiarisation de la relation sont nécessaires à la relation d'affaires mais il ne s'agit pas de *care*, ou de « travail affectif » (d'un geste accompagné d'une émotion), mais de stratégies de rendement. Si j'ose une

métaphore culinaire, dans le cas des entrepreneures marocaine, la relation d'affaires, donc professionnelle, « prend » justement lorsque les égards et les attentions ne sont plus donnés que pour eux-mêmes, de manière gratuite et sans garantie, mais que la relation solidifiée s'inscrit dans des notions de « familiarité » et de « confiance » devant être régulièrement réaffirmées. Les patronnes que j'ai rencontrées le sont donc au sens économique du terme, mais également au sens politique du terme, comme le montrent les exemples de « privilèges » qu'elles octroient par exemple en échange de la loyauté de leurs employé·e·s ; c'est-à-dire, pour reprendre la définition de Gellner (1991, p. 563), dans une « relation de caractère dissymétrique existant entre un patron et un client et dans laquelle le premier apporte sa protection au second tandis que ce dernier offre en retour son soutien et s'établit dans un état de relative soumission ».

Ainsi, en Europe, certaines professionnelles, en particulier celles qui occupent des postes valorisés et qui appartiennent aux premières générations de femmes ayant investi un domaine masculin, refusent l'idée qu'elles apportent des spécificités féminines dans leur travail, et en particulier elles refusent la dimension de *care* qui est plus ou moins explicitement exigée d'elles ; c'est ce que font par exemple les chirurgiennes étudiées par Cassel¹⁰⁹. Les entrepreneures marocaines quant à elles revendiquent des spécificités féminines. Mais sous cet angle elles ne sont pas non plus comparables aux travailleuses européennes qui revendiquent ces spécificités : au contraire du travail de *care* que réalisent plusieurs travailleuses européennes, les attentions pour autrui que les entrepreneures marocaines promulguent dans le cadre de leur travail, et qu'elles définissent comme des spécificités féminines, ne sont pas invisibilisées ni dévalorisées. Les entrepreneures marocaines s'attachent en effet à montrer que les comportements d'attention et de responsabilité vis-à-vis de leur entourage sont propres aux femmes en tant qu'elles les adoptent dans le milieu familial et elles les revendiquent comme des compétences transférables dans leur travail professionnel. En cela, elles traduisent un comportement propre au patronage en spécificité féminine.

¹⁰⁹ « Une chef de clinique qui évoquait la façon dont ses collègues masculins venaient lui confier les difficultés de leur vie amoureuse protestait : 'Je ne vois pas pourquoi ils le font' » (Cassel, 2001, p. 64)

Dans le cas des entrepreneures marocaines, cette référence aux qualités et compétences féminines et maternelles semble donc fonctionner, tant en regard de la figure forte de la mère que du contexte de « crise ». Or si, comme nous venons de le voir, les études menées sur le *care* en Occident montrent clairement que plusieurs travailleuses revendiquent des spécificités féminines dans le but de valoriser et de particulariser leurs activités professionnelles, les analyses comprennent toujours ces revendications comme défavorables aux femmes, puisqu'elles conduiraient toujours à leur exploitation par une instrumentalisation ou par une dévalorisation (une naturalisation) de leurs compétences professionnelles. Or, autant la persistance des discours mobilisant des revendications autour des spécificités féminines que l'exemple des entrepreneures marocaines pourrait peut-être conduire à revisiter certains terrains européens, avec la double hypothèse que les femmes font un usage stratégique des assignations à leurs « spécificités » et que ces assignations ne se referment pas nécessairement sur elles comme un piège, mais comportent peut-être des formes d'efficacité.

3.2.2. La question des réseaux

Au Maroc, comme nous venons de l'entrevoir, les relations de clientélisme ne sont pas nécessairement condamnées ni toujours considérées comme de la corruption. Dans les discours des actrices et des acteurs sociaux, la limite entre l'aide légitime et l'aide illégitime, dès lors associée à de la « corruption », semble modulable. Ou du moins, elle est évaluée différemment selon qu'on tient un discours général et théorique ou qu'on évoque une situation concrète. Deux petites conversations entre l'anthropologue et un informateur permettent d'illustrer ce flou dans les délimitations entre ce qui est acceptable, voire souhaité, et ce qui ne l'est pas. L'anthropologue : « tu m'as dit l'autre jour, et bon c'est quelque chose que j'ai souvent entendu, qu'on engage maintenant des policières parce que, comme elles sont des femmes, elles ne sont pas corruptibles, que les femmes ne corrompent pas ». L'informateur : « oui, elles ne corrompent pas, les gens n'osent plus proposer du bakchich s'ils se font arrêter, elles ne l'acceptent pas » – « Bon mais en même temps, tout à l'heure tu m'as dit que tu avais attendu toute la matinée à la Commune pour des papiers et que les gens qui donnaient du bakchich à la réceptionniste passaient avant. Alors c'est une femme, et ce n'est pas de la corruption ? » – « Mais si c'est de la corruption, comme je t'ai dit j'ai attendu toute la matinée parce que je ne voulais pas donner de

bakchich. Mais tu sais, il y a des gens bien, et des gens pas bien » – « Mais ce n'est pas une question d'être une femme, ou si ? Finalement, est-ce que les femmes, elles n'entrent pas aussi dans le système ? » – « Peut-être qu'elles entrent dans le système. Elles entrent dans le système. Mais les gens qui corrompent disent qu'ils ne gagnent pas assez, qu'il faut bien qu'ils prennent de l'argent sur le côté, bref, sans les excuser ». Et à un autre moment : l'informateur : « on ne peut pas trouver de travail dans ce pays parce que les dirigeants sont corrompus, ils donnent les postes à des membres de leur famille ». L'anthropologue : « mais cette manière de s'aider dans la famille, c'est aussi quelque chose qui est valorisé. Toi, si tu avais un oncle bien placé, tu ne t'attendrais pas à ce qu'il t'offre un poste ? Tu refuserais le poste ? ». L'informateur : « bien sûr que si, j'aimerais. Et je prendrais le poste ». L'anthropologue : « alors, quelles différences avec les dirigeants que tu accuses ? Ce serait aussi de la corruption dans ton cas ». L'informateur : « ah mais ça dépend, ils mettent des gens qui n'ont aucune compétence à des postes, des incompetents, qui sont juste là parce qu'ils sont fils de. Ce n'est pas la même chose que de l'aide, de l'aide dans la famille, si tu as des compétences, c'est normal ».

Il y a donc plusieurs manières, plus ou moins tolérantes, de juger des actes qui s'apparentent à la corruption, qu'il s'agisse de bakchich ou de privilèges octroyés à des proches. Certains actes sont réprouvés quand d'autres sont jugés normaux ou nécessaires, qu'ils sont en fait des modes de faire ou modalités relationnelles attendues. Ces actes permettent aux gens de se mouvoir dans des réseaux de relations dans lesquels la familiarité, la confiance et les privilèges augmentent avec la solidité de la relation.

Au Maroc, on parle beaucoup de corruption - mais très rarement, évidemment, de manière impliquée, car ce serait transgresser les règles clientélistes voulant que patron·ne·s et client·e·s se protègent mutuellement. Parler de corruption, c'est autant dénoncer qu'alimenter le système clientéliste, puisque la méfiance qui est exprimée dans les discours sur la corruption justifie qu'on tisse des relations privilégiées et de confiance basées sur une familiarisation des liens. Le fait de parler de corruption, de manière plus ou moins explicite, prend d'ailleurs souvent la forme d'une proposition d'alliance ou d'une preuve de confiance ou de relation privilégiée. Ainsi, un informateur me convoque un jour parce que, dit-il, il a décidé de m'expliquer des choses : « j'ai décidé que j'allais t'aider en t'expliquant comment ça fonctionne

vraiment ici ». Et il m'explique comment, pour faire une affaire, si l'on ne bénéficie pas des réseaux idoines, on « achète le souk », c'est-à-dire qu'on achète la protection d'une personne haut placée.

Ce recours aux pots de vin est confirmé par les entrepreneur·e·s, quoique de manière plus ou moins explicite. À demi-mot, un entrepreneur artisan m'explique la même chose : « pour faire du commerce il faut faire des amis » - « Avec le fournisseur ou avec le client ? » - « Avec les deux » - « Et avec l'administration ? » - « Oui bien sûr ! ». Autre aveu de corruption nécessaire, mais cette fois dans un contexte privé et non plus étatique, de la part d'une patronne de mobilier de bureau : « moi, ce qui me décourage, c'est quand une administration ne m'appelle pas ça, ça me rend furieuse. Mais sinon quand on va chez un client même s'il vous demande une petite remise, quand on voit que ça croche... Très souvent ce n'est pas le patron, mais quelqu'un qui va prendre la corruption chez la concurrence [sous-entendu : s'il ne reçoit pas ce qu'il attend] ». Une patronne de laboratoire médical m'explique, dans le même registre : « je n'avais pas compris tout de suite que pour fidéliser un médecin, il faut une ristourne. Ça marche comme ça, ou alors les relations. Ou le nom. On se dit la femme de tel ou la fille de tel ». Dernier exemple d'une restauratrice, qui métaphorise et tourne autour du pot : « tu es obligée d'avoir des relations, d'entrer dans ce système, un bout. Bon si tu assistes à un assassinat et qu'on te demande de témoigner, tu ne vas pas le faire, n'est-ce pas, tu ne vas pas le faire parce que c'est trop dangereux ! Même si tu veux être honnête. On ne peut pas avancer sans entrer dans ce système. Il faut plaire quoi. Une femme peut corrompre autant qu'un homme. Mais c'est plus dangereux pour elle, il faut s'arrêter à temps. Car sinon on la casse ».

« Casser » un·e entrepreneur·e consiste justement à lui ôter ses protections et à le condamner pour corruption ou pour d'autres activités illégales. Ici encore, cette patronne évoque l'équilibre délicat entre conformité aux modalités de fonctionnement dans les affaires, forcément clientélistes, et moralité affirmée des entrepreneures. Ces dernières sont donc beaucoup plus fragiles et « cassables », parce qu'elles ne sont pas censées entrer dans un système clientéliste et prétendent ne pas le faire. Mais comme les pratiques clientélistes sont nécessaires pour les affaires, les femmes s'y livrent et demeurent très discrètes à ce sujet, devant, beaucoup plus qu'un homme, défendre leur légitimité à travers l'idée de leur moralité. Comme

l'exprime a contrario cette entrepreneure : « quand toutes vos opérations sont dans les règles, vous pouvez crier très fort ». Or il est vraiment rare qu'elles crient très fort.

Leur prétention à l'honnêteté associée à leurs pratiques clientélistes les obligent à entrer dans ces systèmes de corruption avec la plus extrême discrétion. Cette prétention à l'honnêteté (associée comme on l'a vu à la prudence et à la peur) les discréditent évidemment dans les réseaux masculins, qui fonctionnent très clairement dans le système clientéliste. Et elles n'y ont pas ou peu accès, ne parvenant donc pas à y nouer avec d'autres des relations de familiarité.

Plusieurs affaires des hommes se déroulent, à Agadir, à travers des réseaux d'intermédiaires plus ou moins proches. Ainsi, lorsqu'un homme souhaite vendre, louer ou acquérir un bien, il se rend chez un marchand qu'il connaît déjà, dans l'idée que cette familiarité garantit le meilleur rapport qualité prix. Il entretient ainsi des liens de familiarité déjà établis qui se déclinent sur un mode de relative confiance. S'il ne sait pas où se fournir, il passe par des connaissances qui font office d'intermédiaires et le conduisent chez la personne recherchée ; cette interconnaissance garantit elle aussi la tractation, c'est-à-dire une certaine confiance qui permet à la relation de débiter¹¹⁰.

Quand il ne sait pas du tout à qui s'adresser, il lui faut entreprendre une relation de familiarisation avec un intermédiaire, marchand ou client. Pour acheter, louer ou vendre des voitures, des maisons ou des visas, par exemple, il se rend, souvent avec une connaissance, dans un café ou dans un bar déterminé réunissant un certain nombre de *smasria* (sing. : *samsar*, intermédiaire) s'occupant d'un même marché. Il tente alors d'y entreprendre une transaction avec un *samsar*, souvent mine de rien, c'est-à-dire en faisant semblant de ne pas vraiment vouloir acheter, louer ou vendre quelque chose, pour se préserver la possibilité de négocier durement le cas échéant. Le fait que les interactants ne se connaissent pas engendre une forte méfiance réciproque, et la transaction ne se fait jamais en une fois. En distribuant la négociation dans le temps, cette dernière devient de plus en plus familière :

¹¹⁰ J'ai développé ailleurs ce thème des personnes et des espaces intermédiaires au Maroc (Martin, 2001b).

l'intermédiaire avec lequel le demandeur n'a échangé que quelques mots lors de la première entrevue finit par accueillir son éventuel client avec chaleur, les discussions autour d'un thé se prolongent, des renseignements se prennent réciproquement. En bref, la relation se familiarise, ce qui est une condition primordiale pour mener l'affaire à bien¹¹¹. Le préalable à une relation d'affaires consiste ainsi à connaître le client ou le marchand, auxquels on ne peut pas faire a priori confiance. Or, ce savoir-faire manquerait aux femmes, selon certains : « la femme n'est pas comme un homme pour questionner les gens, par exemple les arnaqueurs ; la femme va tout de suite faire confiance » (patron d'une agence de location).

Ces cafés et ces bars sont des lieux primordiaux pour les échanges d'informations, le début de négociations, les prise de rendez-vous pour des contacts nouveaux. Les intermédiaires sont payés de différentes manières : soit directement par des commissions exigées des vendeurs et des acheteurs, soit lorsqu'ils sont plus proches en s'inscrivant dans une relation de don et de contre-don sur le long terme. Comme l'explique un patron dans le tourisme : « il y a une coopération entre les gens, tout le monde travaille avec la commission. Il n'y a pas quelqu'un qui va vous donner un client sans lui donner 10 % par exemple. Pour avoir des clients, par exemple, on a des réceptionnistes d'hôtel. Il vous donne à peu près 10 clients, c'est une chaîne ». Bars et cafés sont des lieux exclusivement masculins : « pour les affaires, il faut faire une enquête, il faut d'abord faire une enquête, et les femmes ont des problèmes dans ce sujet-là, dans les enquêtes. Elles ne savent pas faire l'enquête. Parce que pour faire l'enquête, il faut vivre dans les problèmes. Dans les cafés par exemple, dans les restaurants, il y a des idées, tu vois quelqu'un, il a un problème, il y a beaucoup de gens. La femme n'entre pas dans ce restaurant. Elles ne sont pas dans ces endroits. Par exemple pour les voitures on a trois cafés où la femme d'Agadir ne peut pas passer parce qu'il y a des gens au travail, ils boivent un café. Elle, elle peut boire un

¹¹¹ Sur les échanges économiques dans le souk, voire Geertz (1979, p. 221) qui relève notamment ce procédé d'établissement de confiance entre les individus engagés dans un marchandage : « The relationships that clientelization (the research for vis-à-vis) produces, bargaining (the search for terms) actualizes. Bargaining's fonction is to provide men who, amid the suspicions that haunt the suq, have managed to develop enough confidence to imagine trading with another, whith a workable mean of actually doing on ».

café vers la mer¹¹², comme ça elle parle avec une femme, elle ne parle pas d'affaires » (patron d'agence de location). Comme on le constate, et même s'ils semblent rédhibitoires, ces propos sous-entendent davantage un manque d'expérience et une impossibilité statutaire pour les femmes que des lacunes qui seraient propres à leur sexe. Dans ce registre, même une patronne de bar-restaurant affirme : « je ne peux pas aller dans un bar ou dans un café après le travail, je ne sors pas. J'ai un réseau d'amis organisé, des anciens collègues enseignants, une amie à la Chambre du commerce et de l'industrie. Je compte sur les touristes et sur les agences qui écrivent sur les sites que mon restaurant est un bon coin ».

Les réseaux d'affaires masculins sont donc des lieux de rencontres masculines, d'apprentissage de savoirs et d'échanges de connaissances. Non seulement l'appartenance à ces réseaux mais également un certain nombre de comportements qui y sont appris et exprimés semblent être interdits aux femmes, notamment les pratiques clientélistes perçues comme immorales qui structurent les échanges sur le long terme. Les entrepreneures que j'ai étudiées sont dès lors confrontées à des difficultés pour ce qui concerne la question fondamentale de l'accès aux réseaux commerciaux et aux comportements qui y ont cours. Mais, attachées qu'elles sont (doivent être) à l'idée de moralité et de spécificités féminines, et réprouvant donc ouvertement les bars et les cafés ainsi que certains comportements clientélistes, elles ne considèrent généralement pas que ce soit là un problème fondamental. On peut se demander à ce propos si, en critiquant certaines de ces pratiques dont elles sont exclues, les femmes ne s'opposent pas plus généralement à l'institution du pouvoir des hommes : il s'agirait alors d'une dimension spécifique des revendications des femmes dans le contexte marocain.

Il n'en demeure pas moins qu'il est infiniment plus difficile de familiariser des relations quand le comportement moral attendu des femmes vis-à-vis des hommes inconnus est la froideur, la dureté, la distance (une manière de désérotiser les relations). Cette difficulté d'accès aux réseaux d'affaires est également relevée par

¹¹² Le locuteur fait ici allusion à quelques restaurants touristiques au bord de mer dans lesquels la présence de femmes, mais en fait plutôt de femmes accompagnées et de familles, ne pose pas problème.

Gillet à propos des entrepreneures algériennes : « le temps passé pour les relations sociales est limité pour ces femmes du fait des règles morales concernant l'accès à la sphère publique (lieux de restauration, horaires) et par les charges familiales » (2004, p. 275).

Le mode de fonctionnement en réseau et en points de rencontre des hommes marocains renvoie à une conception des relations humaines opposant le connu de l'inconnu, perçu comme dangereux. La pratique consistant à étendre son réseau de connaissances ressemble, schématiquement, à des incursions allant du plus au moins familier, qui peu à peu étendent le réseau des personnes, des trajets et des lieux connus en familiarisant ces derniers¹¹³. Les trajets urbains ordinaires des gens d'Agadir manifestent d'ailleurs, à mon avis, ce type de pratiques. Flânant peu, expérimentant rarement ou peu volontiers des endroits nouveaux si ce n'est pas nécessaire, ils se rendent à des endroits connus, où ils sont eux-mêmes connus et donc bien reçus¹¹⁴. C'est d'ailleurs ce que j'ai fait à chacun de mes séjours (je me suis installée dans trois quartiers différents de la ville), car il est infiniment plus agréable et facilitateur d'être dans un espace familiarisé qu'étranger. Seule ou avec mes proches, je suis donc inlassablement retournée dans le même restaurant près de la gare routière, dans le même café sur une place centrale, dans les mêmes épiceries et boulangeries de quartier et dans les mêmes boutiques du souk. La relation entre les commerçants et moi-même est devenue de plus en plus familière et cette familiarité m'a procuré un bien-être et des faveurs, notamment sur la qualité et sur les prix (le marchandage commence plus bas) qui ne me donnaient pas envie de me risquer ailleurs. La ville me semblait construite, autour de mes différentes maisons, d'îlots et d'itinéraires que je pouvais identifier comme familiers et rassurants. Cette aisance due à la familiarité est clairement expliquée, de son point de vue marchand, par un

¹¹³ Cet usage de la ville renvoie non seulement à une conception des relations humaines mais également à une manière d'appréhender et d'investir l'espace public. Comme le montre Ellen Hertz (2001), les différentes sociétés produisent des discours et des pratiques variées sur l'expérience de l'anonymat dans les milieux urbains ; prenant l'exemple de la Chine, elle montre que l'expérience de n'y est jamais neutre ; provoquant par exemple de l'hostilité, ou permettant l'intimité, elle problématise toujours la relation entre collectivité et individu.

¹¹⁴ Sur la construction des espaces et des trajets, voir aussi Pétonnet (1979).

patron : « il y a des gens qu'on connaît et la plupart de nous, on ne loue pas à des gens qu'on ne connaît pas. Il faut qu'on connaisse, ou qu'ils soient venus avec des contacts, avec quelqu'un d'autre qu'on connaît, par exemple. Mais si le client il a déjà loué chez nous, par exemple une fois, deux fois, trois fois, ça reste toujours un client à nous et donc on ne fait pas la procédure ».

Les échanges économiques masculins s'établissent ainsi dans des réseaux constitués de personnes et de lieux familiarisés, mis sous le signe de la confiance, et fortement opposés aux personnes et aux espaces étrangers, perçus comme potentiellement dangereux. Les pratiques d'intermédiation sont suscitées par la nécessité de familiariser l'inconnu et elles contribuent à reproduire cette distinction entre dangerosité et confiance, en la répétant et en la réaffirmant à chaque transaction. Les hommes circulent donc avec aisance dans les réseaux de familiarité qu'ils ont établis.

Pour les femmes, les choses se passent autrement. À l'instar des hommes, elles ont besoin, pour démarrer leurs affaires, non seulement de fonds mais aussi d'intermédiaires proches qui les pistonnent dans les administrations et pour décrocher leurs premiers clients. Ces personnes sont souvent le père, un frère (comme dans le cas des entreprises familiales) ou une sœur (comme dans le cas de nombreuses coiffeuses), des connaissances faites dans le cadre de leur ancienne profession, ou alors il peut s'agir de personnes déjà proches (un banquier, un collègue) intéressées financièrement à leurs affaires ; des personnes qui ont confiance en elles « parce qu'elles les paient », comme elles disent. « J'ai commencé avec quelqu'un, un Marocain de Marrakech, je dis toujours mon partenaire parce qu'il m'a très bien soutenue. Il faut avoir une fortune pour commencer. Comme j'avais des contacts dans le tourisme et que lui est un commerçant, j'ai travaillé avec lui, et on est devenu plus qu'amis, on est devenu comme une famille », raconte par exemple une patronne artisanale.

Mais au-delà de ces premiers intermédiaires nécessaires aux hommes comme aux femmes, les femmes doivent agir en fonction de conditions très différentes de celles des hommes. « Un handicap des femmes dans l'économie, c'est, en plus du manque d'argent et de leur éducation qui leur apprend à ne pas se distinguer et à ne pas prendre de risques, qu'elles n'ont pas accès aux lieux où se déroulent les tractations financières, les cafés et la nuit les endroits où les hommes sont avec d'autres femmes », me dit par exemple une Professeure d'université à Agadir. Les propos

d'une patronne de laboratoire médical illustre bien ces difficultés d'accès aux réseaux masculins et aux pratiques qui y ont cours ainsi qu'à l'intérêt de bénéficier d'un intermédiaire masculin : « au début que je me suis installée, on me disait : mais Nasam, on ne te voit pas ! Je me demandais bien où on voulait me voir : à des invitations mais elles coûtent cher et je n'ai pas forcément envie d'y aller. Les hommes sortent, se voient dans des cafés et là ils font des rencontres, mais c'est impossible pour une femme. En fait, c'est les contacts qui comptent. Je devrais aller dans des invitations, aux soirées du Lyon's Club. Ou alors il faut passer par son mari ! Chaque fois que mon mari sort, le lendemain je peux compter sur un nouveau contact. C'est vraiment les relations qui comptent, et les échanges. C'est un petit monde, celui des professions libérales. Il faut être de ce monde, ou alors il n'y a rien. Mais c'est dur. Je connais une femme qui est dans les tracteurs, à Rabat, elle fonce et va partout, et elle n'est pas du tout aimée. C'est ce qui arrive à d'autres femmes entrepreneures ».

Pour les femmes, il est difficile, dans leur milieu de vie ordinaire, de s'asseoir à un café ou d'entrer dans un bar, d'engager des relations ou de prendre un repas avec des hommes étrangers, c'est-à-dire d'avoir librement et personnellement accès aux informations qui circulent entre hommes et aux réseaux dans lesquels ils se trouvent. Une négociante en produits de la mer témoigne, par exemple, des difficultés d'ordre social relatives à la morale qui accompagne ses rendez-vous d'affaires : « je suis obligée par exemple de rencontrer des hommes dans des restaurants et dans des halls d'hôtels pour traiter une affaire. Je sais bien ce qu'on pense de moi si on me reconnaît. Et je sais aussi que je penserais la même chose d'une femme que je verrais dans la même situation ! Alors je me concentre sur la relation avec mon client et je ne fais pas attention aux regards des autres ». Ces conditions illustrent l'analyse que décrit Cherifati-Merabtine : « ses fonctions ne doivent pas la placer dans des situations à tentation et suspicion. Elle doit se conformer à un code moral décent. Elle ne doit pas se mêler aux hommes, ni s'isoler avec l'un d'eux ». Bref, comme Cherifati-Merabtine le résume, le discours sur le travail des femmes est « dual. Ce qui est permis se trouve très vite placé dans l'illicéité » (1992, p. 217).

Une grande partie du réseau de familiarité que possèdent les femmes dans leur milieu ordinaire de vie est peu praticable pour les affaires, quoiqu'utilisée au maximum. Il s'agit, selon les milieux, de réseaux non spécifiques aux affaires passant par des

espaces de sociabilité féminine ou de proximité sociale comme le voisinage ou des clubs (certains golfs d'Agadir par exemple), des hammams, des fêtes, réceptions et rituels ainsi que des réseaux familiaux. Les réseaux familiaux des femmes sont souvent très longs en raison de la patrilocalité et des migrations nationales et internationales, mais ils ne sont pas toujours aisément praticables pour les affaires parce que les membres de la famille peuvent se trouver affectés par ceux des comportements des femmes jugés immoraux. « Si la famille n'approuve pas ce que fait la femme, il faut être loin, là où on ne nous connaît pas », affirme la fille d'une commerçante.

Le rapport de Lynch sur les femmes entrées dans l'entrepreneuriat grâce au micro-crédit décrit cette séparation des espaces et des réseaux sociaux masculins et féminins : « avec des espaces masculins et féminins tellement cloisonnés, chaque genre a utilisé son espace propre pour échanger des idées et créer des liens économiques. C'est un domaine où les femmes ne sont pas désavantagées. Pour les hommes, le principal lieu est le café mais également la mosquée et le hammam (bains publics). Pour les femmes, il s'agit également du hammam et des diverses cérémonies marquant le cours de la vie dont elles ont la responsabilité comme les mariages et les cérémonies de naissance. Les femmes comptent beaucoup sur le bouche à oreille pour bâtir leur réputation commerciale » (2004). Si cette description distingue bien les espaces et pratiques différenciés en fonction du genre, elle égalise les modalités de fonctionnement féminins et masculins, ne relevant pas combien cette distinction des sphères est handicapante pour les entreprises féminines qui ne se suffisent pas d'un réseau de voisinage ou d'un réseau exclusivement féminin. Il faut également relever l'inégalité des espaces masculins et féminins sous l'angle du caractère permanent, et donc toujours mobilisable, des réseaux masculins, contrairement aux réseaux féminins dont les points sont plus aléatoires et occasionnels.

C'est notamment pour éviter d'être touchés par la rumeur et par la honte que les hommes proches des entrepreneures leur ferment souvent leurs réseaux. Ainsi une pharmacienne dont le mari est médecin me dit : « mon mari ne m'envoie pas de clients, il n'aime pas ça. Mais ma famille et des amies viennent dans ma pharmacie ». Face à la difficulté d'infiltrer et de construire des réseaux et des points de rencontre, une stratégie des entrepreneures consiste bien à tenter de construire des

réseaux désincarnés, fonctionnant sur ce qu'elles appellent le « bouche à oreille ». Elles comptent en particulier sur les connaissances, les client·e·s et les moyens de communication modernes. Cette manière de faire est utilisée comme stratégie principale dans le cadre des affaires nécessitant des réseaux féminins de clientes. Les entrepreneures artisanes y font principalement référence, comme l'illustre la réponse de cette entrepreneure artisanne à qui je demande comment elle se fait connaître : « le bouche à oreille bien sûr ! Si vous achetez un produit et que vous êtes satisfaite, vous le dites à votre famille, à des amies, et l'autre achète aussi, elle est très satisfaite alors elle le dit à un autre et comme ça ». Ou encore, m'explique une entrepreneure *negaffa*, dont le travail passe essentiellement par les femmes : « pour me faire connaître, je fais de la publicité : je dépose des flyers dans des centres, chez des traiteurs, dans salles de fêtes en ville et je parle à mes amies et à ma famille ». Une entrepreneure artisanne qui travaille beaucoup avec des circuits touristiques m'explique également : « il faut avoir de la bonne qualité, qui permet la publicité de bouche à oreille. Le bouche à oreille, c'est toujours la meilleure publicité. Les gens qui viennent qui sont très contents font la publicité en France, ou bien en Suisse. Il faut aussi donner des prospectus aux gens qui viennent ici et ils les rapportent chez eux. Et il y aussi ceux qui achètent par internet ou bien par fax ». Elle ajoute à une autre occasion : « par exemple j'ai dix personnes qui vont à Marrakech et comme ils sont très satisfaits, ils le disent aux autres à l'hôtel, c'est le bouche à oreille, et les autres viennent, et j'ai chaque jour du travail ».

Le bouche à oreille circule bien dans des réseaux féminins. Mais, contrairement aux réseaux masculins, qui comptent très peu sur les femmes, le bouche à oreille sur lequel comptent les entrepreneures est souvent relayé par des hommes. En particulier des clients et des fournisseurs avec lesquels les femmes interagissent, avec les hommes par lesquels elles passent notamment pour démarrer leurs affaires, et avec des hommes de la famille le cas échéant. De plus, contrairement aux réseaux masculins, ce bouche à oreille est rarement spécifique sur le plan professionnel : il ne concerne pas un ou quelques domaines particuliers et ne se matérialise pas dans des points de réseaux qui y sont majoritairement destinés (comme les bars ou les cafés qui réunissent des hommes travaillant dans un même domaine, par exemple les locations voiture, de maisons et d'appartements).

Le bouche à oreille sur lequel comptent les entrepreneures doit donc composer avec des relations personnelles et sociales hétérogènes. Il a la particularité d'être peu contrôlé (ainsi que peu fiable), volatile, sans assise matérielle où il serait en quelque sorte immobilisé et mobilisable par des individus. C'est l'une des raisons pour lesquelles les entrepreneures ne sont que peu connues sur l'espace public et se connaissent peu entre elles. Bien sûr, devoir passer par le bouche à oreille rend plus nécessaire encore le fait d'avoir une bonne réputation. La rumeur est un bouche à oreille négatif, et lorsqu'elle se met en route, elle coupe le réseau virtuel. On comprend mieux pourquoi les entrepreneures sont si attentives à adopter ou à faire croire à des comportements irréprochables et pourquoi elles sont particulièrement soigneuses avec les relations d'affaires qu'elles ont établies. « Chez nous le travail après vente est très important. Nous faisons un bon suivi, pas juste la première année de garantie, mais nous suivons les clients tout le long », m'explique par exemple une négociante. À ma question de savoir si les hommes font de la même manière, elle répond : « ça m'étonne ! Ça m'étonne ! Très souvent on ne voit pas beaucoup le patron. Tandis que dans ma société, les employés font le travail et je pars faire le suivi après le travail. Et si je suis en déplacement, c'est mon assistante qui le fait. Quand le client sent que le patron est avec lui, il sait que le travail se fait. Sinon il se dit qu'on veut juste prendre l'argent ». Cette patronne assure donc seule, ou par l'intermédiaire de son assistante, c'est-à-dire sans compter d'abord sur des réseaux extérieurs à son entreprise, un travail d'intermédiation, qu'elle spécifie comme mode de faire féminin et qu'elle utilise comme garantie de sérieux.

Une autre stratégie que celle du bouche à oreille est souvent évoquée par les entrepreneures. Alors que les hommes procèdent par un cheminement allant du plus au moins connu, en s'éloignant le moins possible de leur réseau de familiarité, les femmes « sautent » parfois directement dans l'inconnu, afin de tisser des relations de familiarité propices aux affaires hors des espaces où elles peuvent être identifiées. Aussi certaines d'entre elles font plusieurs de leurs affaires en dehors d'Agadir, là où les commérages ne pourront pas nuire à leur réputation ni à celle de leurs proches¹¹⁵.

¹¹⁵ Dans son étude sur les commerçantes travaillant dans le trajet ferroviaire Dakar-Niger, Agnès Lambert de Frondeville constate un phénomène similaire: « La spécificité de ce commerce [qui les éloigne de leur milieu ordinaire] soustrait partiellement et

Mais, par là, elles se condamnent à rester invisibles dans leur milieu ordinaire. Dès lors si, ce faisant, elles sont assurées d'échapper à une éventuelle mauvaise réputation, elles se condamnent également à ne pas en engendrer une bonne ; le bouche à oreille ou la familiarité a en effet de la difficulté à fonctionner sur plusieurs kilomètres, à plus forte raison lorsque ces kilomètres fonctionnent comme un *no man's (and woman's ?) land*. Ce mode de faire s'illustre en particulier par le fait que plusieurs entrepreneures, qui bénéficient des moyens de voyager et des points de contacts à l'étranger, font des séjours fréquents en Europe (généralement en France) où elles se fournissent en matériel à revendre à Agadir. Plusieurs d'entre elles disent apprécier de faire leurs affaires en Europe ou avec des Européens, parce qu'alors elles ne sentent pas jugées. D'autres, moins internationalement mobiles, se déplacent à Casablanca ou au nord du Maroc où elles travaillent avec les réseaux de marché noirs venant d'Espagne.

Quelques femmes entrepreneures ont cependant intégré des réseaux masculins. On se souvient de Malika, l'entrepreneure qui, après avoir monté une agence de tourisme, a monté une grande boutique d'artisanat dans laquelle elle accueille des groupes de touristes. Pour ces deux affaires, cette entrepreneure a dû infiltrer d'une manière ou d'une autre les réseaux masculins. Elle dit de sa première affaire, qui était celle qu'elle tenait en 2002-2003, qu'elle a été largement exclue des réseaux masculins, notamment en n'ayant aucun accès aux hôtels et agences de voyage qui auraient pu recommander ses tours. Quant aux hôteliers, voyagistes et réceptionnistes auxquels elle reprochait de ne pas collaborer avec elle, ceux qui la connaissaient expliquaient qu'ils ne travaillaient pas avec elle en raison de l'informalité de son affaire. Ils condamnaient ou prétextaient donc une forme de transgression à l'honnêteté et à la régularité pour l'éloigner, ce qui renvoie au stéréotype et au devoir de moralité des femmes ainsi qu'à la possibilité de les « casser » lorsqu'elles ne se conforment pas à ces injonctions morales. Toujours est-il que pour pouvoir faire fonctionner son entreprise, cette entrepreneure avait constitué un mini-réseau de trois intermédiaires, ses trois employés, qui accostaient les touristes depuis un café pour leur proposer des

momentanément les femmes au contrôle social, familial en particulier ; elles sont alors en mesure de diversifier leurs réseaux de relations extra-familiaux » (1987, p. 97).

tours. Ses employés n'avaient aucunement l'intention de développer ce mini-réseau : ils n'étaient pas assez payés, disaient-ils, pour faire davantage.

Pour sa deuxième affaire, beaucoup plus réussie, Malika utilise de nouvelles alliances familiales mais aussi son expérience dans le tourisme pour activer à son avantage des réseaux masculins. Ainsi, elle a mobilisé des voyagistes, qui conduisent des groupes de touristes dans sa boutique. Et elle fait fonctionner ses connaissances établies dans les villages lorsqu'elle était guide pour employer des artisanes et des artisans qui fournissent les produits (épices et huile d'argan, argenterie, tapis, etc.) qu'elle vend aux touristes. Elle explique bien ce travail de réseautage, en faisant de surcroît référence à une tradition familiale (vraie ou fausse mais en tout cas, comme nous l'avons vu plus haut, productrice de légitimité pour les entrepreneures) : « j'avais une grand-mère qui faisait de la médecine naturelle. Moi je connais bien le Maroc, je le connais du Sud au Nord, du Moyen Atlas au Haut Atlas, et je connais bien les plantes. Alors comme j'avais mes contacts, j'ai choisi des femmes qui n'ont pas de travail et je leur dis : j'ai besoin de ça, et de ça et de ça. Comme j'ai l'expérience de la famille, je sais qu'il y a des plantes qu'on doit ramasser au coucher du soleil ou au lever du soleil, ou en plein jour. Et je demande de ça trois sacs, et de ça quatre sacs. La semaine suivante, j'y vais en voiture, je paie et je ramasse les plantes ».

Un autre exemple est celui de la constructrice en bâtiments, qui n'a pas pu faire autrement que de s'inscrire dans les réseaux masculins, et qui raconte : « nous, avec le maître conseil, on va au café le soir, on prend un café le soir entre entrepreneurs, car il travaille avec d'autres entreprises, il connaît beaucoup de gens. On s'est heurté pour la première villa. Mais il a trouvé que ma peau, elle est solide, et il a trouvé que je ne suis pas quelqu'un qui ne connaît pas son métier. C'était pour moi un jeu du chat et de la souris. Quand je lui ai présenté les factures la première fois, il dit que non, ce n'est pas ça, mais moi j'ai compris son truc. Il faut savoir discuter le prix et la quantité. Lui, c'était ma bête noire et moi j'étais sa bête noire. Il voulait m'écraser, il a essayé de m'impressionner avec ses autres contacts, avec un avocat, mais avec nous ça n'a pas marché. Et après on s'est apprivoisé et je l'ai pris pour d'autres chantiers en lui disant : 'Allez, ce que tu fais pour les autres, fais-le pour moi'. Et maintenant il le fait, on se respecte. C'est dans la personnalité de la personne : vous êtes posé, vous savez ce que vous faites, ou non ».

D'autres tentatives d'intégration aux réseaux et au clientélisme masculins ont eu moins de succès. Ainsi en est-il par exemple de la directrice d'une école qui raconte : « moi par exemple, ça fait quatre ans que je demande un terrain, parce que ce bâtiment il me coûte 45'000 dirhams, quatre briques et demie, c'est énorme pour une petite entreprise, énorme, sans compter les autres charges, parce que c'est vrai que dès le début j'ai misé sur un personnel très qualifié, j'ai pas mal de Français aussi, donc ça veut dire des salaires élevés. C'est vrai que je suis passée par des pics très hauts et des pics très bas très bas très bas très bas. Et j'essaie de tenir, mais bon, commission sur commission, promesse sur promesse. En fait la loi c'est que si vous voulez faire une école, vous pouvez demander un terrain, c'est du domaine public, on vous attribue un terrain, vous construisez, vous achetez à un prix raisonnable. Mais non, moi je me trouve vraiment avec tous les bâtons dans les roues, freinée, retardée, donc ce terrain qu'on m'a proposé au début, quand j'ai passé par je ne sais pas trop quoi, le bureau du géomètre, l'architecte, le bureau de contrôle, le bureau d'études, ils ont tous dit : il vous faut des fondations terribles, ça va vous coûter des milliards, alors reculez, conseil d'ami, ne le prenez pas. Donc j'ai répondu que je ne veux pas ce terrain, est-ce qu'il y a un autre à me proposer. Et j'ai recommencé à voir les administrations, les municipalités, et tout ça c'est sur des mois des mois des mois, quatre ans. Donc je suis toujours avec mon loyer extrêmement cher, avec mes charges, avec plein plein plein de choses ». Plus synthétique, mais aussi mieux inscrite dans l'économie locale, la patronne d'une entreprise de mobilier de bureau affirme : « les hommes sont jaloux des entreprises de femmes et essaient de leur mettre les bâtons dans les roues, pour ne pas prendre leur marché. Ils cherchent le détail dans le dossier pour le rejeter ». Ce détail, c'est donc souvent une affaire de corruption.

Même si elles ne sont pas dupes du rapport social de sexe en leur défaveur et du mobbing qu'elles subissent parfois, les entrepreneures individualisent fortement les situations dans lesquelles elles se trouvent (« C'est dans la personnalité de la personne : vous êtes posé, vous savez ce que vous faites, ou non »). Il faut également relever, à partir de ces exemples d'intégration dans les réseaux masculins, que les entrepreneures doivent, en tant que femmes, transgresser davantage de normes que les hommes, gérer un paradoxe (prétendre à l'honnêteté et devoir corrompre) et parfois subir, de manière très solitaire, des traitements particulièrement rudes. Ces

cas illustrent bien ce que dit Wajcman (2003) de l'androcentrisme du monde des affaires, dont les règles et les procédures, la définition des tâches et les interactions, pensées et s'imposant comme génériques, sont pourtant définies par les hommes et pour les hommes uniquement, en fonction bien sûr de manières de faire masculines. Dans le cas des entrepreneures que j'ai rencontrées, autant l'adoption par les femmes de modes de faire masculins que l'invention des modes de faire alternatifs (permettant d'accommoder une pratique à une réalité contraignante) sont difficiles, peu efficaces et mal considérés.

Dans une configuration propre au contexte étudié, on retrouve chez les entrepreneures des constantes de la condition féminine : peu de légitimité, une mobilité réduite ou contrariée, des efforts plus importants à fournir pour aboutir à des résultats comparables à ceux des hommes. Mais d'autres dimensions sont davantage spécifiques au contexte. Ainsi en est-il de la référence à la moralité, très présente et qui constitue un très sérieux moyen de contrôle social. Cette référence se mêle aux autres caractéristiques du travail féminin et engendre que les entrepreneures doivent en quelque sorte passer à travers ou par-dessus une vague d'illégitimité, de désapprobation voire de menaces. Acquérir une reconnaissance de leur statut d'entrepreneure nécessite qu'elles passent par-dessus ou à travers cette vague afin d'en sortir sinon indemnes, du moins disculpées. Et éventuellement instituables comme interlocutrices dans les affaires.

Malgré toutes ses limites, l'entrepreneuriat féminin participe à un processus de changement social. Passer par l'idée qu'il s'agit de reconduire et de reproduire des valeurs sociales considérées comme traditionnelles et morales est une manière de produire de la nouveauté, de construire et visibiliser des rôles féminins. Dans son analyse de l'art oratoire des marchandes de souk, Kapchan (1997) décrit un même procédé en montrant comment la rhétorique misogyne d'une herboriste sert en fait sa propre légitimation. La chercheuse comprend que, pour renégocier les frontières entre le public et le privé, les discours des femmes passent par des logiques qu'elle décrit comme étant « contradictoires » : « les logiques contradictoires qui sont à l'œuvre dans ces discours [...] reflètent le statut ambivalent des femmes qui introduisent une présence féminine dans la sphère publique en s'appropriant un rôle masculin et une rhétorique souvent misogyne » (Kapchan, 1997, p. 101). Dans la région que j'ai étudiée, l'appropriation par les femmes d'un rôle masculin passe par

des discours en partie apparemment réactionnaires et par l'expression d'un fort antagonisme entre les sexes, qui s'établit cependant sur des conceptions de la réalité assez consensuelles. C'est en effet à partir de conceptions peu polémiques et considérées comme traditionnelles de l'homme et de la femme, et en jouant avec ces conceptions, que l'entrepreneuriat féminin assied sa légitimité.

À cet égard, je fais référence à l'essai que Mernissi (2001) consacre à la figure occidentale du harem et, par là, aux types de domination masculine orientale et occidentale. À travers l'analyse de différentes versions, occidentales et orientales, du conte de Schéhérazade, Mernissi décrit comment la figure de la femme renvoie dans l'imaginaire musulman à de la dangerosité, en regard de son potentiel subversif et politique, alors que la Schéhérazade des Occidentaux a généralement perdu « son atout majeur, sa dimension intellectuelle », correspondant au fantasme de la femme « muette » des hommes occidentaux (2001, p. 51). À partir de là, Mernissi décrit les mécanismes musulman et occidental de la domination masculine, démontrant que si les premiers passent par un processus d'exclusion des femmes des sphères politique et publique à travers leur enfermement et leur invisibilisation, le second passe par une manipulation du temps et de l'image (notamment en faisant circuler un idéal féminin de la beauté associée à la jeunesse et largement inaccessible à la plupart). Conduites sur le mode de l'essai et bien que parfois un peu caricaturales, les descriptions de Mernissi conduisent à réinterroger, dans leurs particularités, non seulement les formes de domination masculine en fonction de leur contexte mais aussi les stéréotypes qui circulent ici et là sur les « femmes des autres »¹¹⁶. Et, si l'oppression se joue ici et là sur des modes différents, il n'est pas étonnant qu'une forme d'émancipation ou d'appropriation de prérogatives masculines doive, elle aussi, emprunter des voies chaque fois particulières. À cet égard, il est possible de dire, sur le mode de Mernissi, que s'il s'agit pour les femmes occidentales de trouver et de faire valoir une voix dont elles ont été privées pour exercer leurs compétences aux côtés des hommes, il s'agit plutôt, pour les femmes de mon terrain, de prendre

¹¹⁶ Voir également l'analyse de Laura Nader (1989) sur la manière dont le monde occidental et le monde arabo-musulman utilisent respectivement des stéréotypes sur la « femme de l'autre » comme contre-modèles, de sorte à légitimer leurs fonctionnements propres.

légitimement une place dont elles ont été exclues en donnant à leur voix une tonalité pacifiée, socialement ordonnée.

3.2.3. L'usage de l'argent gagné

J'ai écrit plus haut que les avancées sociales occidentales ont été en partie payées par l'exploitation des populations des colonies et des sous-prolétariats allogènes immigrés. J'ai également montré qu'à la fin du Protectorat, l'État marocain s'est approprié les principales ressources économiques du pays dans le cadre d'une redistribution de type clientéliste. Par ailleurs, il a peu développé de mesures sociales : « le système de protection sociale publique est à bien des égards élitiste, pyramidal et centré sur la protection des salariés urbains du secteur public. Moins de deux tiers des salariés privés déclarés sont affiliés à un système de sécurité sociale, au point que la majorité de la population marocaine n'est pas couverte par ce système, et où près de trois quarts des actifs sont sans couverture médicale et sans retraite » (Longuenesse, et al., 2005, p. 15). L'affiliation à la sécurité sociale est utilisée de manière très fantaisiste par les employeurs (parfois plusieurs mois après l'embauche), la souscription d'une assurance maladie est volontaire et facultative et la généralisation du système de retraite est discuté depuis une bonne décennie (Longuenesse, et al., 2005).

Dans ces conditions, les individus doivent chercher de l'aide dans les réseaux proches : famille, voisinage, collègues et employeur·e·s, mosquées, associations (Longuenesse, et al., 2005). En bref, « l'incapacité des dispositifs publics fondés sur le droit à assurer une réelle protection sociale, combustible de l'insécurité sociale et politique, favorise un grand retour de la charité, privée, publique ou mixte¹¹⁷. [... on assiste ainsi à un] renforcement de la composante caritativo-clientéliste de la protection sociale [...]. La solidarité 'communautaire', familiale, de voisinage, voire

¹¹⁷ Les auteures précisent que « le principe de bienfaisance privée est réactivé, appelé à occuper partiellement le terrain de l'assistance publique, mais sous contrôle des pouvoirs publics. Fournir des services aux indigents sans pour autant donner de droits sur l'Etat, relayer médiatiquement le théâtralisation du don aux indigents, tels sont les objectifs d'institutions marocaines au statut ambigu – ni privé ni public – nouvellement créées par la palais et le gouvernement » (Longuenesse, et al., 2005, p. 29).

la solidarité 'nationale', n'est pas absente des ressources parmi lesquelles peuvent puiser les individus » (Longuenesse, et al., 2005, p. 28). Les gains des entrepreneures entrent tout à fait dans ce contexte de stratégies de solidarité communautaire palliant les manquements de l'État.

Comme le relèvent une grande partie des Marocain·e·s, le travail lucratif des femmes est nécessaire pour faire vivre une partie des familles marocaines, contrairement à l'idée d'une spécificité musulmane voulant que le travail des femmes soit facultatif et qu'elles disposent librement de leurs biens¹¹⁸. De fait, les gains des entrepreneures qui prétendent travailler pour des raisons qui ne sont pas financières sont eux aussi redistribués et utilisés dans la famille, en particulier en cas de crise, de demande d'aide ainsi que pour l'éducation et l'installation professionnelle des enfants. « J'ai un fils qui fait des études en France. C'est moi qui lui paie tout : ses études, la vie en France » dit par exemple la patronne d'un laboratoire médical. « Tu vois le magasin de souliers qu'il y a un peu plus loin ? C'est à mon fils, c'est moi qui le lui ai ouvert », m'apprend une entrepreneure artisanne. Une autre entrepreneure artisanne explique quant à elle que « l'argent de mon mari sert à s'occuper de tout ce qui concerne la maison. Moi je gère mes affaires et celles des enfants, notamment l'école, des écoles privées, puis les études de ma fille, et maintenant je l'aide à ouvrir son cabinet. Et les études de mon fils, qui est en France dans une école internationale ». Une négociante affirme que « beaucoup de femmes s'occupent des dépenses familiales. Les femmes investissent dans l'or ou dans l'immobilier. Mais le plus souvent dans leurs enfants ». Ferchiou relevait déjà l'importance des gains féminins dans son étude tunisienne : « les revenus provenant du travail féminin ne

¹¹⁸ Un constat que, pour rappel, Ferchiou faisait aussi en Tunisie dans les années 1970, où l'idéologie dominante ne présente pas les gains des femmes comme nécessaires ou sérieux, les femmes n'étant pas tenues de construire ni de transmettre du patrimoine familial, ni n'en héritent. « Pour justifier cette spoliation, on évoque la règle islamique selon laquelle la femme n'a aucune obligation d'ordre économique. En effet, et, si elle travaille, c'est [...] 'pour passer le temps'. A Djerba par exemple, quand la femme constitue son propre capital, c'est-à-dire trois ou quatre toisons de laine, qu'elle file et vend à son compte, cela s'appelle *lo'ba*, ce qui signifie littéralement 'jouet', autrement dit un capital 'pour rire' car le gain de la femme ne peut être sérieusement considéré comme un revenu » (Ferchiou, 1978, p. 53).

sont pas aussi négligeables qu'on le laisse généralement croire. En fait, les bijoux que la femme achète constituent une forme d'épargne et une marge de sécurité pour toute la famille. De même, le trousseau de la jeune fille est un capital en nature dont disposera le jeune ménage » (1978, p. 54).

Une partie de ce que les entrepreneures gagnent est donc très vite redistribué, en partie pour combler l'absence de politiques sociales et publiques (assurance-chômage, bourses, écoles publiques ou centre de formation de qualité, etc.) et en partie en étant redistribué dans le réseau de proximité des entrepreneures. Dans le système clientéliste marocain, cette logique redistributive concerne évidemment tous les individus dont, en raison de leur pouvoir ou de leurs moyens, les proches attendent du soutien. Simard, dans son étude des entrepreneures maures, relève que « dans cette logique redistributive, il semble que les femmes soient davantage sollicitées que les hommes, étant donné qu'on les croit plus généreuses et qu'on est moins intimidés de leur demander de l'aide » (1996, p. 176). Pour le Maroc au moins, cette générosité est en partie obligée puisqu'elle vient soutenir l'idée que les femmes seraient bien davantage que les hommes attachées à la famille et conscientes des problèmes que les gens rencontrent ; et, si elles sont moins intimidantes, c'est parce que leur genre, et le fait qu'elles ne sont pas tenues de travailler (et pas nécessairement autorisées selon l'ancienne Moudawana) les place a priori dans une position de débitrices. En d'autres termes, une partie des entrepreneures (et sans doute de toutes les femmes dont l'investissement professionnel n'est pas considéré comme allant de soi) monnayent leur engagement professionnel : c'est bien parce qu'elles aident leur entourage qu'on les laisse travailler. Le pouvoir qu'elles gagnent en aidant leurs proches a donc un air de retour de dette, et doit être relativisé.

De plus, la part des besoins que les entrepreneures prennent en charge est peu reconnue, y compris par une partie d'entre elles. Si certaines définissent la participation financière des femmes comme une nécessité de survie et disent mettre tout ou une partie de leurs gains à la disposition de leur famille (une famille le plus souvent élargie), le discours faisant référence à la « spécificité musulmane » voulant que les femmes disposent librement de leurs biens circule largement. Il est alors avancé qu'elles gardent leurs gains pour elles et en font ce que bon leur semble. Les hommes étant par contre tenus de subvenir aux besoins de sa famille, elles peuvent mais ne sont pas tenues de les aider dans cette tâche. Ce discours s'inscrit dans une

très nette logique de reproduction : reconnaître l'importance de la participation économique des femmes revient à reconnaître les changements sociaux, notamment en matière de rapports sociaux de sexe.

De manière générale, et ceci même lorsqu'elles affirment gérer leur argent comme elles l'entendent ou le garder pour elles, les entrepreneures donnent une partie de ce qu'elles gagnent à leur famille dans le cadre d'une mise à disposition de leurs gains et d'un soutien à ses membres. Dans sa description des petites entrepreneures engagées dans un microcrédit, Lynch (2004) relève du reste un même phénomène : « les femmes assument la responsabilité de l'épargne pour les dépenses de la famille et ont tendance à conserver des sommes d'agent liquide importantes en cas d'urgence. Le fort taux d'épargne a empêché de nombreuses femmes interrogées de réinvestir le capital dans leurs entreprises et cela parle en faveur du besoin d'autres services financiers tels que des assurances vie ainsi que d'une formation à la finance ».

Le paradoxe entre le principe « musulman » posant la liberté pour les femmes de disposer de leurs biens comme elles l'entendent et le principe de solidarité est très bien illustré par la prise de position de deux entrepreneures artisanes face à un conflit conjugal de leurs employés. « On a un tailleur qui travaille à la maison. On l'a encouragé à laisser travailler sa femme, ce qu'il a fait. Mais la femme s'est fait plus de 10'000 dirhams qu'elle a mis à la banque et elle ne voulait pas contribuer aux frais de la famille. C'est bête cette mentalité des Marocaines. Elles veulent investir dans des immeubles ou dans l'or pour si jamais elles se retrouvent seules. Bon alors son mari lui a dit qu'elle reste à la maison, qu'elle n'aille pas travailler si c'est comme ça. Elle a refusé, elle a appelé son père, mais son père l'a renvoyée discuter avec son mari. Son mari l'a battue ce matin et les voisins sont intervenus, sinon il aurait continué, elle a un œil au beurre noir. C'est normal que la femme participe aux charges domestiques, et qu'elle garde un peu pour elle. Ou plutôt qu'elle garde tout, sauf ce qu'il est nécessaire de payer ». C'est donc bien une mise à disposition de son salaire qui est demandé à cette artisane, par son mari, par son père, et par ses employeuses même si ces dernières, au risque d'être contradictoires, ne lâchent pas pour autant le principe de liberté des femmes à disposer de leurs revenus. À ces deux principes, celui de la liberté des femmes à disposer de leurs revenus et celui de solidarité, on peut superposer les deux versions de la Moudawana, ancienne (liberté) et nouvelle (solidarité des conjoints). Les discours des actrices et des acteurs sociaux

oscillent et puisent dans ces deux principes, alors que les pratiques vont clairement dans le sens d'une mise à disposition « solidaire » des gains des femmes. Dans la ligne androcentrée qui nous est désormais familière, il faut relever que l'utilisation conjointe de ces deux principes permet de minimiser l'apport des femmes à l'économie familiale, puisqu'il serait ponctuel et facultatif.

Cette aide s'étend à la famille élargie et elle s'inscrit parfois, comme je l'évoquais plus haut, dans un contexte de chantage où les femmes occupent au départ une position de débitrices. Comme le racontent quelques histoires et blagues que j'ai évoquées plus haut, certaines entrepreneures disent devoir « payer » l'autorisation de travailler ou du moins acheter une certaine paix en réalisant des dons réguliers à leur famille et belle-famille. Ainsi, une patronne d'une agence de voyage et d'école maternelle dit amèrement : « ma famille n'était pas d'accord que j'ouvre ma boîte et ne m'a pas aidée. Mon mari d'abord m'a soutenue, mais sa famille a fait des pressions sur lui pour que j'arrête. Alors j'ai menacé de divorcer. Et je serais allée jusqu'au divorce ! Comme pour lui et sa famille, la honte du divorce était encore plus forte que la honte que je travaille, ils ont finalement accepté, mais j'ai eu encore beaucoup de pressions. Maintenant qu'ils ont vu que je pouvais les aider, ils me laissent tranquille. Enfin, je devrais dire plutôt qu'ils m'ignorent, ils ne s'intéressent pas du tout à ce que je fais, mais quand ils ont besoin d'argent, ils me contactent ». Dans ce genre de cas, et de manière ironique, le travail des femmes, parce qu'il n'est pas autorisé ou légitimé, contribue au bien-être ou à un certain mieux-être de toute la famille. Une entrepreneure artisanne remarque qu'elle a acquis une certaine paix auprès de sa belle-famille lorsqu'elle a pu aider son mari agriculteur lors d'une sécheresse. Cette paix est pourtant régulièrement remise en question. Nous avons vu qu'une manière de la rétablir consiste, pour les entrepreneures, à réaffirmer leur maîtrise de la responsabilité du milieu domestique et le caractère important et nécessaire de l'aide qu'elles ont pu fournir à leur entourage grâce à leur investissement professionnel.

En plus de l'investissement qu'elles font dans l'économie familiale, les entrepreneures participent à réduire les difficultés de leurs employé·e·s en tant que patronnes déployant des faveurs. Nous avons vu que ces faveurs prennent différentes formes, telles que payer des frais que les employé·e·s ne parviennent pas à assumer, donner une enveloppe, etc. Bien qu'il s'agisse de pratiques clientélistes, elles

moralisent ces faveurs en invoquant une conscience ou une sensibilité féminine. « Les femmes ici ne sont pas aidées par leur mari. J'ai une employée qui doit rentrer chez elle faire le repas, alors je la laisse partir à 15 heures car je comprends, je suis aussi une femme avec enfants », dit par exemple une commerçante.

Les entrepreneures ne font donc pas « ce qu'elles veulent » avec leurs gains ; elles participent au contraire à un système de redistribution sociale et tiennent dès lors un rôle social majeur, qui est cependant peu reconnu. Ces échanges de services dans le cadre de la famille élargie et de l'entourage professionnel montrent bien l'utilité et l'utilisation du travail des femmes. Cette redistribution s'inscrit dans le système des relations marocaines voulant qu'une personne qui bénéficie de reconnaissance et de pouvoir est sollicitée par ses proches et n'entretient ce statut que grâce à une certaine prodigalité. Mais la prodigalité féminine peut souffrir d'invisibilisation puisque l'apport des femmes à l'économie est souvent nié. Lynch (2004) relève très justement ces pratiques nécessaires de don à propos des petites entrepreneures ayant eu recours au microcrédit : « les femmes doivent dépenser de l'argent pour conserver leur place dans un système de soutien élaboré avec soin se basant sur une réciprocité à l'égard des voisins et de la famille au sens large ». Une patronne d'agence de voyage dit la même chose, tout en laissant entendre, par la limite qu'elle essaie de poser, qu'il y a une zone ambiguë et incertaine entre l'aide attendue et acceptable et la spoliation : « on peut compter sur l'aide gratuite ou sans arrière-pensée de ses parents, mais pas plus loin. Bien sûr si on reçoit de l'aide, on s'attend à donner un coup de main si nécessaire. C'est autre chose quand le mari, ou d'autres, veulent s'intéresser au chiffre d'affaires ou être associés. Là non ! ».

Conclusion

Dans ce travail, j'ai voulu montrer que l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la région d'Agadir passe par une sexuation de la catégorie d'entrepreneur·e. Cette sexuation procède notamment d'un appel à la tradition, qui est subversif.

J'ai commencé par interroger cette catégorie en l'inscrivant dans son contexte d'émergence. J'ai montré que le colonialisme et ses suites y ont teinté de manière particulière les travaux des femmes et les rapports sociaux de sexe. L'industrialisation et l'économie de marché ont apporté le salariat et, avec lui, des phénomènes comme la migration des hommes, la mise en concurrence entre catégories de salarié·e·s, en particulier entre femmes et hommes, et le chômage qui a eu pour conséquence le développement du secteur informel. À côté d'une économie industrielle de type capitaliste, la subsistance d'une économie basée sur l'agriculture vivrière a eu pour conséquence de creuser des inégalités entre mondes rural et urbain. Par ailleurs, des zones semi-urbaines, anciennement rurales mais qui ne sont plus cultivées et qui sont plus ou moins construites, constituent actuellement des quartiers populaires particulièrement touchés par le chômage et le travail informel dans lequel s'engagent en majorité des femmes. Le colonialisme a également été à l'origine de la constitution d'un État qui a adapté des formes de solidarités traditionnelles et qui, suite au Protectorat, est resté dépendant d'injonctions extérieures, notamment en termes d'adhésion au néolibéralisme. Cette constitution étatique a donné un système politique de type clientéliste et a entraîné la monopolisation des richesses par quelques groupes marocains.

C'est donc à un contexte comportant ses caractéristiques propres que j'ai appliqué une perspective de genre. Cette dernière, pour pertinente qu'elle soit, demande à être utilisée avec attention et précaution de sorte à éviter tant l'ethnocentrisme que l'exotisme. J'ai ainsi tenté d'appliquer cette perspective en contrastant le contexte que j'ai étudié avec d'autres contextes, notamment les contextes occidentaux dont sont issues la plupart des analyses en sociologie du travail dans une perspective de genre. De la sorte, j'espère avoir pu rendre compte, dans une optique postcoloniale, de particularités dont les logiques de genre sont mises en œuvre sur mon terrain. Malgré tout, le risque demeure, comme je le notais en introduction en citant Agier (1987), qu'à focaliser l'analyse sur ces logiques de genre, on atténue la diversité des

déterminations sociales qui sont en jeu dans chaque situation, et notamment les positions différenciées des unes et des autres sur la hiérarchie sociale. Je soutiens néanmoins l'idée que ces logiques de genre s'expriment effectivement dans les différentes situations que j'ai étudiées, avec chaque fois des tonalités et des nuances particulières.

J'ai soutenu la thèse que les entrepreneures sont parvenues à s'appropriier et à visibiliser la catégorie d'entrepreneure en la sexuuant. J'ai montré que, pour ce faire, les entrepreneures instrumentalisent et visibilisent leurs rôles et leurs compétences domestiques, les convertissant en compétences professionnelles. Elles parviennent de la sorte à légitimer leur investissement dans l'entrepreneuriat et, plus particulièrement, à habiter leur fonction de patronnes au double sens économique et politique du terme.

Pour développer cette thèse, j'ai commencé par historiciser le travail des femmes au Maroc. Puis j'ai montré comment, dans la période d'environ quatre ans qu'a duré mon expérience de terrain, l'entrepreneuriat féminin a passé d'une association à la prostitution, qui le dévalorisait et l'invisibilisait, à une mise en évidence et à une valorisation sociales. Plus précisément, j'ai montré comment les entrepreneures puisent dans des registres renvoyant à des rôles et à des valeurs auxquelles les femmes sont socialement assignées, en particulier leur rôle de mère qui figure une femme forte, honnête et responsable. J'ai également montré comment elles instrumentalisent ce rôle et ces valeurs, notamment en les contrastant avec des défauts masculins, en particulier avec ce qui relève, de leur point de vue, de la « démission » des hommes. Ce faisant, elles négocient de nouvelles places dans l'économie de marché et revendiquent une forme d'autonomie tout se présentant comme fidèles aux rôles sociaux de sexe. Plus encore, elles parviennent à démontrer que leur investissement dans les affaires publiques permet de restaurer et de reconduire de valeurs culturelles fondamentales. En manifestant leur présence et leur nécessité tant dans les espaces privés que publics, les entrepreneures s'attribuent un rôle social central.

Mais leur appel à la tradition, pour efficace qu'il soit quant à la légitimation de leurs fonctions professionnelles, occasionne des difficultés concrètes. À cet égard, j'ai d'abord montré qu'il engage les entrepreneures dans la nécessité de trouver et d'assurer un équilibre délicat entre des qualités contradictoires qu'elles sont tenues

de manifester. Ensuite, j'ai développé le constat que cet appel à la tradition empêche le plus souvent les entrepreneures d'accéder aux réseaux d'affaires masculins et qu'elles doivent dès lors inventer d'autres manières de procéder pour établir des relations d'affaires. Or ces modes de faire féminins sont plus volatiles et moins contrôlables que ceux des hommes. Enfin, j'ai soutenu l'idée qu'au-delà d'une redistribution de l'argent propre au contexte clientéliste local et concernant tant les hommes que les femmes, les entrepreneures paient, au sens propre du terme, leur investissement professionnel en devant se montrer particulièrement prodigues envers leur entourage tant familial que professionnel.

Pour conclure, j'aimerais revenir sur trois particularités de mon terrain qui constituent des éléments centraux dans ma thèse. Un phénomène remarquable est que les entrepreneures reconduisent généralement une vision à la fois très dichotomique et apparemment traditionaliste des identités de sexe. J'ai montré que cela leur permet de donner de la société et des hommes contemporains une image de décadence qu'elles contrastent avec une image extrêmement positive d'elles-mêmes. Si ce processus de hiérarchisation et de valorisation différentielle des sexes semble universel, la forme qu'il prend en l'occurrence est originale puisqu'elle joue avec des caractéristiques sociales propres à mon terrain telle que l'honneur des hommes, la morale et la force attendues des femmes et la valorisation des mères, notamment dans les tâches qu'elles réalisent dans le cadre de leur famille. Une des particularités des attributions sociales de sexe constatées sur mon terrain réside probablement dans le fait que ces attributions, bien qu'elles soient affirmées comme les modalités justes d'être homme ou femme, ne sont pas autant naturalisées, ou essentialisées, qu'en Occident. En effet, la prévalence et le pouvoir des hommes leur est garanti pour autant qu'ils honorent les responsabilités auxquelles ils sont destinés. Si toutefois ils s'en révèlent indignes, par incapacité ou par immoralité, alors leur place, leur pouvoir et leurs privilèges ne leur sont plus nécessairement dus. Et que quelqu'un d'autre, en l'occurrence des femmes, en revendiquent une partie relève de l'ordre du possible, voire du salutaire. Ces nouvelles attributions ne vont bien sûr pas de soi : les entrepreneures auxquelles je me suis intéressée doivent réaliser tout un travail consistant à prouver qu'elles en sont dignes. C'est ce travail qui conduit à la reconnaissance de chaque entrepreneure, dans son parcours individuel, et de la catégorie d'entrepreneure en général. En effet, si elles n'en paraissent pas

« naturellement » incapables, les entrepreneures ne sont néanmoins pas à leur place dans le monde des affaires où elles transgressent différentes normes de genre, comme l'illustre tout le discours sur la prostitution. Une grande partie de leur travail de légitimation consiste donc à prouver que leur occupation d'une catégorie professionnelle est « bonne » pour tout le monde et moralement acceptable. Cette permutation relative de rôle de genre et les raisons qui y sont données laisse penser que les écarts aux normes sociales de sexe qui en découlent passent davantage pour des dérèglements culturels et sociaux que pour des injures à la nature, comme cela est le cas en Occident (une femme ou un homme dénaturé·e).

Une autre particularité très importante de mon terrain tient au fait que les entrepreneures agissent en tant que patronnes, au double sens du terme, dans un contexte clientéliste généralement dénoncé et par rapport auquel, conformément à leur prétention de moralité, elles veulent se distinguer. Elles tentent dès lors de faire passer leurs nécessaires comportements de patronage pour des « qualités féminines » ou « maternelles » qui les rendraient attentives aux besoins d'autrui, conscientes des problèmes que leurs employé·e·s rencontrent. Elles se déclarent responsables et loyales envers leurs employé·e·s et envers leurs autres relations d'affaires et familiales. Ce faisant, elles instrumentalisent à leur avantage les qualités et les rôles auxquels elles sont prioritairement assignées dans le cadre du travail domestique. Bien que cette instrumentalisation fonctionne sur des associations entre travail domestique et professionnel et utilise des qualités acquises dans le cadre de la socialisation féminine, on est très loin du travail invisibilisé et gratuit de *care* qui caractérise les relations que les femmes en Europe sont conduites à tisser tant dans leurs relations privées que professionnelles. En Europe, en effet, l'association entre travail domestique et professionnel semble signifier que ces deux types de travail se répondent et se ressemblent, en raison du fait que ce serait « la » femme, en tant qu'identité stable, qui passerait de l'un à l'autre. Au Maroc, l'association entre travail domestique et professionnel pour ce qui concerne les entrepreneures auxquelles je me suis intéressée semble plutôt signifier que ce sont des compétences qui sont transférables et transférées ; et que ces compétences permettent à ces femmes-là d'habiter un nouveau rôle, propre au contexte dans la manière dont il se joue : celui de patronnes. Il n'y a pas d'aller-retour à l'infini ou d'équivalence entre

travail domestique et professionnel, mais plutôt accession à un autre rôle que les entrepreneures marocaines investissent à leur manière.

Enfin, dans ce cadre de relations de patronage et comme troisième dimension fondamentale de mon terrain, je tiens à revenir sur la manière dont les entrepreneures inventent des modes de faire possibles pour elles. Dans le milieu clientéliste marocain, faire des affaires nécessite de familiariser des relations avec les potentiel·le·s client·e·s. Les entrepreneures adoptent une attitude attentionnée et prennent soin d'anticiper d'éventuels besoins de leurs client·e·s, reprenant régulièrement contact avec eux et elles afin d'assurer une relation personnalisée. Elles espèrent ainsi les fidéliser et favoriser un bouche à oreille susceptible de faire venir de nouveaux et de nouvelles client·e·s. En effet, les entrepreneures, qui ne bénéficient guère des chaînes d'intermédiaires avec lesquels fonctionnent les hommes, tentent de nouer une à une, à partir d'elles, grâce à leur travail qu'elles qualifient de « féminin » et de « responsable », des relations familiarisées qui s'inscrivent dans un échange de prestations sur le long terme. Cette stratégie, très personnalisée jusqu'où cela est possible, puis ensuite très désincarnée et peu maîtrisable (la rumeur, le bouche à oreille), remplace les réseaux d'intermédiaires et les espaces de rencontre de leurs homologues masculins.

Lorsqu'elles évoquent de telles « qualités féminines » ou « maternelles », et ceci tant avec leurs client·e·s qu'avec leur personnel ou encore avec leur famille, les entrepreneures font passer certains comportements condamnés, liés au clientélisme, pour des comportements moraux. Mais ce qu'elles font également, c'est qu'elles explicitent et revendiquent ces qualités en tant que mode de faire moral et volontaire. Ce faisant, elles visibilisent leurs activités, exigeant qu'elles soient suivies de reconnaissance, non seulement de la part de leur famille (et justement parce que cette reconnaissance est tributaire de leur prodigalité) mais également de la part la société tout entière (même si cette reconnaissance n'est pas encore pleinement acquise et bute contre différents obstacles). Relevons enfin qu'elles calculent bien ce qu'elles « donnent », de sorte qu'elles ne réalisent en aucun cas un travail de *care* : les relations clientélistes qu'elles mettent en place sont de type marchand : elles sont suivies d'un contre-don, sur un temps plus ou moins long, ou disparaissent. Pour toutes ces raisons, même si les modes de faire des affaires des entrepreneures sont

contraints et prennent plus souvent la forme de tactiques que de stratégies (Certeau (de), 1990), ils sont, à mon avis, originaux et potentiellement subversifs.

Bibliographie

- Abrous, Dahbia (1988). L'honneur et l'argent des femmes en Algérie. *Peuples méditerranéens [Femmes et pouvoir]* 44-45, 49-65.
- AFEM (2009). Association des femmes chefs d'entreprise Retrieved 1^{er} février 2009, from www.afem.ma
- Agier, Michel (1987). Formes de travail et identités : recherche d'une perspective anthropologique. *Cahiers des sciences humaines*, 23 (1), 3-12.
- Allafrica.com (2007). Approche genre, Mohamed VI libère la femme marocaine. *Revue de presse internationale*. Retrieved from <http://www.indh.gov.ma/n/content.aspx?q=382>
- Alvarez, Elvita (2006). Les catégories de sexe comme régulatrices de la perspective de genre. In Lorena Parini, Thanh-Huyen Ballmer-Cao & Sylvie Durrer (Éds.), *Régulation sociale et genre* (pp. 147-156). Paris : L'Harmattan.
- Alvarez, Elvita, Praz, Anne-Françoise, Hertz, Ellen, Lachat, Stéphanie, Bachmann, Laurence, & Rochat, Sylvie (2007). Vers des sciences économiques féministes. *Nouvelles Questions féministes. Perspectives féministes en sciences économiques*, 26 (2), 4-10.
- Andezian, Sossie, & Streiff-Fénart, Jocelyne (1983). Relations de voisinage et contrôle social. Le rôle des femmes dans les communautés maghrébines immigrées dans le Sud de la France. *Peuples Méditerranéens [Femmes de la Méditerranées]*, 22-23, 249-255.
- Azizi, Malika (2005). Femmes marocaines dans la formation professionnelle In Khadija (éd) Amiti (Éd.), *Images de femmes. Regards de société* (pp. 101-111). Rabat : Éditions la croisée des chemins.
- Barkallil, Nadira (1999). L'émergence de la recherche féministe au Maroc : des enjeux et des projets de société. In Huguette (dir) Dagenais (Éd.), *La recherche féministe dans la francophonie. Pluralité et convergences* (pp. 409-421). Paris : Éditions du remue-ménage.
- Battagliola, Françoise (2004). *Histoire du travail des femmes*. Paris : La Découverte.
- Beaud, Stéphane, & Weber, Florence (2003). *Guide de l'enquête de terrain*. Paris : La Découverte.
- Becker, Howard (1963). *Outsiders. Sociologie de la déviance*. Paris : Métailié.
- Bekkar, Rabia (1994). Territoires de femmes à Tlemcen, pratiques et représentations. *Maghreb / Machrek*, 143, 126-141.
- Bekkar, Rabia (1997). Statut social des femmes, accès à l'espace et à la parole publique. In Hannah Taieb Davis, Rabia Bekkar & Jean-Claude Davis (Éds.), *Espaces publics, paroles publiques au Maghreb et au Machrek*. Paris : Hachette.
- bell hooks (1981). *Ain't I a Woman*. Boston : South End Press.

- Benelli, Natalie, Delphy, Christine, Falquet, Jules, Hamel, Christelle, Hertz, Ellen, & Roux, Patricia (2006). Les approches postcoloniales : apports pour un féminisme antiraciste. *Nouvelles Questions Féministes. Sexisme, racisme, postcolonialisme*, 25 (3), 4-12.
- Bennour, Lotfi (2004). La création des micro-entreprises et la promotion de l'emploi en Tunisie : le cas des femmes issues de l'enseignement supérieur. In Lahcen Achy, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Danièle Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre, Maghreb-Europe* (pp. 253-265). Bruxelles : Éditions du DULBEA asbl.
- Bernard, Chantal (1990). Les femmes salariées et non salariées au Maghreb. Des travailleuses à plein-temps et 'hors du temps'. In Monique Gadant & Michèle Kasriel (Éds.), *Femmes du Maghreb au présent. La dot, le travail, l'identité* (pp. 89-139). Paris : Éditions CNRS.
- Berrissoule, Badra Femmes entrepreneurs : Les contraintes sont sociologiques.
- Berrissoule, Badra (2001). Femmes entrepreneurs : Les contraintes sont sociologiques. *L'économiste*. Retrieved from <http://www.afem.ma/documents/ECONOCONFINTERarticle.htm>
- Bertin-Mourot, Bénédicte (1997). La participation des femmes à l'exercice du pouvoir dans les grandes entreprises : 4 études de cas. *Les Cahiers du Mage*, 1, 37-50.
- Bessis, Sophie (2007). *Les Arabes, les femmes, la liberté*. Paris : Albin Michel.
- Bessis, Sophie, & Belhassen, Souhayr (1992). *Femmes du Maghreb : l'enjeu*. Paris : Éditions J. C. Lattès.
- Bettahar, Yamina (2004). Évolution du modèle familial archétypique et 'démocratisation' de l'accès aux études supérieures : quelles incidences pour les jeunes Algériennes. In ACHY Lahcen, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Margaret Maruani, Danièle Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre. Maghreb - Europe* (pp. 101-116). Bruxelles : Éditions du DULBEA.
- Billing, Yvonne Due, & Alvesson, Mats (2000). Questioning the notion of feminine leadership : a critical perspective on the garden labelling of leadership. *Gender, work and organization*, 7 (3), 144-157.
- Boigeol, Anne (1997). Les magistrates de l'ordre judiciaire : des femmes d'autorité. *Les Cahiers du Mage*, 1, 23-36.
- Boltanski, Luc (1982). *Les cadres : la formation d'un groupe social*. Paris : Éditions de Minuit.
- Boltanski, Luc (2000). La cause de la critique. *Raisons politiques*, 3, 159-184.
- Boltanski, Luc, & Chiapello, Ève (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard.
- Boltanski, Luc, Darré, Yann, & Schiltz, Marie-Ange (1984). La dénonciation. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 51, 3-40.

- Boltanski, Luc, & Thévenot, Laurent (2000). *De la justification : les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard.
- Bouatta, Cherifa (1992). Ma fille est un homme, ma fille est comme un homme. In Camille Lacoste-Dujardin & Marie Virolle (Éds.), *Femmes et hommes au Maghreb et en immigration, la frontière des genres en question. Études sociologiques et anthropologiques* (pp. 177-182). Paris : Publisud.
- Bourdieu, Pierre (1998). *La domination masculine*. Paris : Seuil.
- Bouzid, Samir (1997). *Mythes, utopie et messianisme dans le discours politique arabe moderne et contemporain*. Paris : L'Harmattan.
- Bui-Xan, Olivia (2001). *Les femmes au conseil d'État*. Paris : L'Harmattan.
- Burgat, Marie-Claude (1991). *D'un Orient l'autre : les métamorphoses successives des perceptions et connaissances, vol. 1 / configurations et vol. 2 / identifications*. Paris : Centre national de la recherche scientifique.
- Carby, Hazel (2008). Femme blanche écoute ! le féminisme noir et les frontières de la sororité. In Elsa Dorlin (Éd.), *Black feminism. Anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000* (pp. 87-112). Paris : L'Harmattan.
- Cassel, Joan (2001). Différences par corps : les chirurgiennes. *Cahiers du genre*, 29, 53-82.
- Castel, Robert (2004). Cadrer l'exclusion. In Saül Karsz (Éd.), *L'exclusion, définir, pour en finir* (pp. 35-60). Paris : Dunod.
- Catusse, Myriam (2001). L'entrée en politique des entrepreneurs marocains. Formation d'une catégorie sociale et réforme de l'ordre politique dans le cadre de la libéralisation économique. *RSC*, 25, 1-43.
- Catusse, Myriam (2005). Les réinventions du social dans le Maroc 'ajusté'. *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée. Le travail et la question sociale au Maghreb et au Moyen-Orient*, 105-106, 221-246.
- Certeau (de), Michel (1990). *L'invention du quotidien. 1. arts de faire*. Paris : Folio.
- Chebel, Malek (1998). *L'esprit de sérail*. Paris : Payot.
- Cherifati-Merabtine, Doria (1992). Le sexe brouillé. In Camille Lacoste-Dujardin & Marie Virolle (Éds.), *Femmes et hommes au Maghreb et en immigration. La frontière des genres en question. Études sociologiques et anthropologiques* (pp. 213-219). Paris : Publisud.
- Chikhaoui, Saïd (2002). *Politiques publiques et société. Essai d'analyse de l'impact des politiques publiques sur l'artisanat au Maroc*. Rabat : Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines.
- Combahee River Collective, Harris, Laura Alexandra, Guy-Sheftall, Beverly, Hill Collins, Patricia, Springer, Kimberly, Wallace, Michele, et al. (2008). *Black feminism. Anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000*. Paris : L'Harmattan.
- Corcuff, Philippe (1995). *Les nouvelles sociologies. Constructions de la réalité sociale*. Paris : Nathan.

- Crenshaw Williams, Kimberlé (2005). Cartographie des marges : Intersectionnalité, politique de l'identité et violences contre les femmes de couleur. *Cahiers du genre*, 39, 52-82.
- Cresson, Geneviève (2001). Les soins profanes et la division entre hommes et femmes. In Pierre Aïach, Dominique Cèbe, Geneviève Cresson & Claudine Philippe (Éds.), *Femmes et hommes dans le champ de la santé. Approches sociologiques* (pp. 303-328). Rennes : Éditions ENSP.
- Crompton, Rosemary (1995). Trajectoires féminines dans les banques et la pharmacie : comparaison France-Grande-Bretagne. *Les Cahiers du Mage*, 1, 63-74.
- Daoud, Zakya (2003, 28 février). Femmes marocaines en mouvement. *La vie économique*, p. 48.
- De Henau, Jérôme, & Marry, Catherine (2004). Éducation et insertion professionnelle. In Lahcen Achy, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Danièle Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre, Maghreb-Machrek* (pp. 95-99). Bruxelles : Éditions du DULBEA asbl.
- Delphy, Christine (2001). Genre et classe en Europe. In Christine Delphy (Éd.), *L'ennemi principal 2. Penser le genre* (1996 éd., pp. 293-317). Paris : Syllepse.
- Delphy, Christine (2002a). Avant-propos. In Christine Delphy (Éd.), *L'ennemi principal 1. Économie politique du patriarcat* (pp. 5-30). Paris : Syllepse.
- Delphy, Christine (2002b). L'ennemi principal. In Christine Delphy (Éd.), *L'ennemi principal 1. Économie politique du patriarcat* (1970 éd., pp. 31-56). Paris : Syllepse.
- Delphy, Christine (2002c). Travail ménager ou travail domestique ? In Christine Delphy (Éd.), *L'ennemi principal 1. Économie politique du patriarcat* (1978 éd., pp. 57-73). Paris : Syllepse.
- Delphy, Christine (2003). Par où attaquer le "partage inégal" du "travail ménager" ? *Nouvelles Questions Féministes. À contresens de l'égalité*, 22 (3), 47-71.
- Delphy, Christine (2006). Anti-sexisme ou antiracisme ? Un faux dilemme. *Nouvelles Questions féministes. Sexisme et racisme, le cas français*, 25 (1), 59-83.
- Denieul, Pierre-Noël (2005). *Femmes et entreprises en Tunisie. Essai sur les cultures du travail féminin*. Paris : L'Harmattan.
- Desrosières, Alain (1993). *La politique des grands nombres - Histoire de la raison statistique*. Paris : La Découverte.
- Dib-Marouf, Chafika (1990). Dot et travail féminin à domicile en Algérie. In Gadant Monique & Michèle Kasriel (Éds.), *Femmes du Maghreb au présent. La dot, le travail, l'identité* (pp. 19-36). Paris : Éditions du CNRS.
- Dorlin, Elsa (2005a). Dark care. De la servitude à la sollicitude. In Patricia Paperman & Sandra Laugier (Éds.), *Le souci des autres. Éthique et politique de la race* (pp. 87-97). Paris : EHESS.

- Dorlin, Elsa (2005b). De l'usage épistémologique et politique des catégories de 'sexe' et de 'race' dans les études sur le genre. *Cahiers du genre*, 39, 83-105.
- Dorlin, Elsa (2008). Introduction. Black feminism Revolution ! La Révolution du féminisme noir ! In Elsa Dorlin (Éd.), *Black feminism. Anthropologie du féminisme africain-américain, 1975-2000* (pp. 9-42). Paris : L'Harmattan.
- Drouin, Jean-Claude (Éd.) (2000) Dictionnaire de l'économie. Paris : Larousse.
- Dussuet, Annie (2002). Le genre de l'emploi de proximité. *Lien social et politique - RIAC. Le genre des politiques sociales : des constats et des actions.*, 47, 143-154.
- El Bouhsine, Latifa (2005). Les métiers féminins au Maroc médiéval In Khadija (éd) Amiti (Éd.), *Images de femmes. Regards de société* (pp. 67-87). Rabat : Éditions la croisée des chemins.
- El Guindi, Fadwa (1999). *Veil : Modesty, privacy and resistance*. Oxford, New-York Berg.
- El Kadiri, Nacer, & Laufer, Jacqueline (2004). Professions, métiers et entreprises. In Lahcen Achy, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Danièle Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre, Maghreb-Europe* (pp. 197-201). Bruxelles : Éditions du DULBEA asbl.
- Fabre, Daniel (1995). L'ethnologue et ses sources. In Gérard Althabe, Daniel Fabre & Gérard Lenclud (Éds.), *Vers une ethnologie du présent* (pp. 39-55). Paris : Éditions de la Maison des Sciences de l'homme.
- Favret-Saada, Jeanne (1990). Être affecté. *Gradhiva*, 8, 3-9.
- Ferchiou, Sophie (1978). Travail des femmes et production familiale en Tunisie. *Questions féministes*, 2, 41-55.
- Ferchiou, Sophie (1989). Pouvoir, contre-pouvoir et société en mutation. L'exemple tunisien. *Peuples méditerranéens [Femmes et pouvoir]*, 48-49, 81-92.
- Filali-Ansary, Abdou (2002). *L'Islam est-il hostile à la laïcité ?* Paris : Sindbad/Actes sud.
- Fortino, Sabine (2000). *La mixité au travail*. Paris : La Dispute.
- Galerand, Elsa, & Kergoat, Danièle (2008). Le potentiel subversif du rapport des femmes au travail. *Nouvelles Questions Féministes*, 27 (2), 67-82.
- Gardey, Delphine (2001). *La dactylographe et l'expéditionnaire. Histoire des employés de bureau (1890-1930)*. Paris : Belin.
- Geertz, Clifford (1979). Suq : the bazaar economy in Sefrou. In Clifford Geertz, Hildred Geertz & Lawrence Rosen (Éds.), *Meaning and order in Moroccan society. Three essays in cultural studies* (pp. 123-244). Cambridge : Cambridge University Press.
- Gellner, Ernest (1991). Patronage. In Pierre Bonte & Michel Izard (Éds.), *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie* (pp. 563-564). Paris : PUF.
- Gillet, Anne (2004). Les femmes créatrices d'entreprises en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnels et stratégies d'existence. In Lahcen Achy, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Danièle

- Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre, Maghreb-Europe* (pp. 267-277). Bruxelles : Éditions du DULBEA asbl.
- Godelier, Maurice (2007). Travail. In Pierre Bonte & Michel Izard (Éds.), *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie* (pp. 717-720). Paris : PUF.
- Gollac, M, & Volkoff, S (2002). La mise au travail des stéréotypes de genre. Les conditions de travail des ouvrières. *Travail, genre et sociétés*, 8, 25-53.
- Granié, Anne-Marie (2006). Femmes et prises de décision dans les exploitations agricoles au Maroc. In Anne-Marie Granié & Hélène Guétat-Bernard (Éds.), *Empreintes et inventivités des femmes dans le développement rural* (pp. 219-234). Toulouse : Presses Universitaires du Mirail, Institut de recherche pour le développement.
- Guénif-Souilamas, Nacira, & Macé, Éric (2004). *Les féministes et le garçon arabe*. Paris : L'Aube.
- Guessous, Chakib (2002). *L'exploitation de l'innocence. Le travail des enfants au Maroc*. Casablanca : Eddif.
- Guilbert, Madeleine (1966). *Les fonctions des femmes dans l'industrie*. La Haye : Mouton.
- Guilbert, Madeleine, & Isambert-Jamati, Viviane (1956). *Travail féminin et travail à domicile* : CNRS.
- Guillaumin, Colette (2002). Pratiques de pouvoir et idée de nature. In Colette Guillaumin (Éd.), *Sexe, race et pratiques de pouvoir* (pp. 13-82). Paris : Côté-femmes.
- Guionnet, Christine, & Neveu, Erik (2005). *Féminins/Masculins. Sociologie du genre*. Paris : Armand Colin.
- Harrajabi, Fatima (1996). Femmes et changement social. Quelques remarques sur le Rif Central In R Bourqia, M Charrard & N. Galladher (Éds.), *Femmes, culture et société au Maghreb. Volume I*. (pp. 57-67). Paris : Collection Afrique-Orient.
- Hertz, Ellen (2001). Face in the Crowd : The Cultural Construction of Anonymity in Urban China. In Nancy N. Chen, Constance D. Clark, Suzanne Z. Gottschang & Lyn Jeffery (Éds.), *China Urban. Ethnographies of Contemporary Culture* (pp. 274-293). Durham & London : Duke University Press.
- Hobsbawm, Éric (1995). Inventing traditions. *Enquête 2 [Usages de la tradition]*, 171-189.
- Hochschild, Arlie, R. (1983). *The managed heart. Commercialization of human feelings*. London, Berkeley, Los Angeles : University of California Press.
- Hughes, Everett C (1996). Comment se tisse le réseau des groupes raciaux dans l'industrie. In Jean-Michel Chapoulie (Éd.), *Le regard sociologique. Essais choisis* (1946 éd.). Paris : Éditions EHESS.
- Husseini, Nassib Samir El (1998). *L'Occident imaginaire : la vision de l'autre dans la conscience politique arabe*. Sainte-Foy (Québec) : Presses de l'Université du Québec.

- Jamous, Raymond (1981). *Honneur et baraka : les structures sociales traditionnelles dans le Rif*. Paris : Maison des sciences de l'homme.
- Jamous, Raymond. 1993 (1993). Mensonge, violence et silence dans le monde méditerranéen. *Terrain*, 12, 97-110.
- Jonas, Irène, & Séhili, Djaouiada (2008). Les nouvelles images d'Épinal : Émancipation ou aliénation féminines ? *Nouvelles Questions féministes [Le travail, un outil de libération des femmes ?]*, 27(2), 39-52.
- Kanouni-Bennis, Fadela (1990). Le statut de la femme marocaine face à la crise. In Habib El Malki & Jean-Claude Santucci (Éds.), *État et développement dans le monde arabe. Crises et mutations au Maghreb* (pp. 317-325). Paris : Éditions du CNRS.
- Kapchan, Deborah (1997). L'art oratoire des femmes marocaines sur la place du marché. Tradition et transgression. In Hannah Taieb Davis, Rabia Bekkar & Jean-Claude Davis (Éds.), *Espaces publics, paroles publiques au Maghreb et au Machrek*, (pp. 91-110). Paris : Hachette.
- Kergoat, Danièle (2005). Rapports sociaux et division du travail entre les sexes. In Margaret Maruani (Éd.), *Femmes, genre et société* (pp. 94-101). Paris : La Découverte.
- Kergoat, Danièle, Imbert, F, Le Doaré, H, & Sénotier, D (1992). *Les infirmières et leur coordination - 1988-1989*. Paris : Lamar.
- Kian-Thiébaud, Azadeh (2002). Les femmes, acteurs et protagonistes des mouvements islamistes *Cultures en mouvement*, 51, 46-49.
- Kilani, Mondher (1994). Décrire ou évoquer ? Sur le mode de représentation en anthropologie. In Mondher Kilani (Éd.), *L'invention de l'autre* (pp. 27-39). Lausanne : Payot.
- Korosec-Serfaty, Perla (1997). Côtaiements, offenses et évitements. Pratiques féminines juives des espaces publics au Maroc. In Hannah Taieb Davis, Rabia Bekkar & Jean-Claude Davis (Éds.), *Espaces publics, paroles publiques au Maghreb et au Machrek*, (pp. 11-118). Paris : Hachette.
- Laala Hafdane, Hakima (2003). *Les femmes marocaines entre le travail salarié et le travail familial. La gestion d'une difficulté qu quotidien – Stratégies et modes opérationnels*. Paper presented at the Colloque Marché du travail et genre dans les pays du Maghreb. Spécificités, points communs et synergies avec l'Europe.
- Lacoste-Dujardin, Camille (1992). *Des mères contre les femmes. Maternité et patriarcat au Maghreb*. Paris : La Découverte.
- Lambert de Frondeville, Agnès (1987). Une alliance tumultueuse : les commerçantes maliennes du Dakar-Niger et les agents de l'État. *Cahiers des sciences humaines*, 23 (1), 89-103.
- Latour, Bruno (1988). Le grand partage. *Revue du Mauss*, 1, 27-64.
- Le Feuvre, Nicky (2006a). Le genre des temporalités sociales. In Jens Thoemmens & Gilbert De Terssac (Éds.), *Les temporalités sociales : repères méthodologiques* (pp. 29-44). Toulouse : Octares Éditions.

- Le Feuvre, Nicky (2006b). Réalité et symbolique des pouvoirs et contre-pouvoirs des femmes. In Anne-Marie Granié & Hélène Guétat-Bernard (Éds.), *Empreintes et inventivités des femmes dans le développement rural* (pp. 187-195). Toulouse : Presses universitaires du Mirail, Institut de recherche pour le développement.
- Le Feuvre, Nicky, & Lapeyre, Nathalie (2005). Les 'scripts sexués' de carrière dans les professions juridiques en France. *Savoir, Travail et Société*, 3 (1), 101-125.
- Longuenesse, Elisabeth, Catusse, Myriam, & Destremau, Blandine (2005). Le travail et la question sociale au Maghreb et au Moyen Orient. *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée. Le travail et la question sociale au Maghreb et au Moyen-Orient*, 105-106, 15-43.
- Lynch, Elizabeth (2004). Les résultats de l'étude sur le genre au Maroc de la Women's World Banking. *Microfinance Matters*, 14. Retrieved from http://www.uncdf.org/francais/microfinance/pubs/newsletter/pages/2005_07/news_gender.php
- Mahfoudh, Dorra (1990). Anciennes et nouvelles formes de travail des femmes, à domicile, en Tunisie. In Monique Gadant & Michèle Kasriel (Éds.), *Femmes du Maghreb au présent. La dot, le travail, l'identité* (pp. 159-173). Paris : Éditions du CNRS.
- Malinowski, Bronislaw (1963). *Les Argonautes du Pacifique occidental*. Paris : Gallimard.
- Martin, Hélène (1998). *Quelques espaces de vie quotidienne et d'interactions verbales comme lieux d'ouverture. Une expérience ethnologique au Maroc*. Université de Lausanne, Institut d'anthropologie et de sociologie : collection "Recherches et travaux en anthropologie".
- Martin, Hélène (2001a). Les deux faces du terrain de l'anthropologue ou le terrain comme étape de la démarche anthropologique et comme rite institutionnel. *Carnets de bord*, 2, 78-86.
- Martin, Hélène (2001b). Lieux de passage et personnages intermédiaires. Une anthropologie d'espaces urbains marocains. *Archivio Antropologico Mediterraneo*, 3-4, 181-192.
- Maruani, Margaret, & Meulders, Danièle (2004). Introduction générale. Mettre l'emploi au coeur du débat. In Lahcen Achy, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Danièle Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre. Maghreb-Europe* (pp. 7-14). Bruxelles : Éditions du DULBEA.
- Mathieu, Nicole-Claude (1991). Identité sexuelle / sexuée / de sexe. In Nicole-Claude Mathieu (Éd.), *L'anatomie politique. Catégorisations et idéologies du sexe* (pp. 227-266). Paris : Coté-femmes.
- Mernissi, Fatema (2001). *Le harem et l'Occident*. Paris : Albin.
- Mernissi, Fatima (1991). *Le monde n'est pas un harem. Paroles de femmes au Maroc*. Paris : Albin Michel.

- Mernissi, Fatima (1992). *La peur-modernité. Conflit islam et démocratie*. Paris Éd. Albin.
- Merzouk, Mohamed (2004). La féminisation de la profession médicale en Algérie : essai d'analyse sociologique. In Lahcen Achy, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Danièle Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre, Maghreb-Europe* (pp. 219-227). Bruxelles : Éditions du DULBEA asbl.
- Messant-Laurent, Françoise (1991). Évolution du travail féminin. De la production artisanale au monde des bureaux. In Béatrice Despland (Éd.), *Femmes et travail. Enjeux et perspectives de l'activité féminine en Suisse* (pp. 41-55). Lausanne : Réalités sociales.
- Mokhtar, Lakehal (Éd.). (2000). *Dictionnaire d'économie contemporaine*. Paris : Vuibert.
- Molinier, Pascale (2000). Travail et compassion dans le monde hospitalier. *Cahiers du genre*, 28, 49-70.
- Molinier, Pascale (2001). Psychodynamique du travail et rapports sociaux de sexe. In Jacqueline Laufer & Catherine Marry (Éds.), *Actes de la journée d'études organisées par le GDR MAGE*. (pp. 7-10). Paris : CNRS.
- Molinier, Pascale (2004). La haine et l'amour, la boîte noire du féminisme ? Une critique de l'éthique du dévouement. *Nouvelles Questions Féministes*, 23 (3), 12-25.
- Nader, Laura (1989). Orientalism, occidentalism and the control of women. *Cultural Dynamics*, 2 (3), 323-355.
- Neveu, Erik (2001). Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession. *Politix*, 51, 179-212.
- Nodjlilelem, Lucie (2006). Crédit aux femmes : solution miracle pour la réduction de la pauvreté dans les pays du sud ou piège dans le contexte néolibéral ? In Lorena Parini, Thanh-Huyen Ballmer-Cao & Sylvie Durrer (Éds.), *Régulation sociale et genre* (pp. 109-121). Paris : L'Harmattan.
- Oberlé, Thierry (15.10.2003). Maroc : Mohammed VI épouse la cause des femmes. *Le Figaro*, (15.10.2003). Retrieved from <http://www.wluml.org/french/newsfulltxt.shtml?cmd%5B157%5D=x-157-22389>
- Orsini, Kristian, & Sissoko, Salimata (2004). Trop rapide ou trop lente ? La convergence du cycle de vie des femmes maghrébines vers le modèle européen. In Lahcen Achy, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Danièle Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre. Maghreb-Europe* (pp. 23-42). Bruxelles : Éditions du DULBEA.
- Parini, Lorena (2006). *Le système de genre. Introduction aux concepts et théories*. Zürich : Éd. Seismo.
- Pétonnet, Colette (1979). Espace, distance et dimension dans une société musulmane. A propos du bidonville marocain de Douar Doum à Rabat. *L'Homme* 12, 12 (47-84).

- Pheterson, Gail (2001). *Le prisme de la prostitution* (Nicole-Claude Mathieu, Trans. 1996 éd.). Paris : L'Harmattan.
- Pinto, Josiane (1990). Une relation enchantée : la secrétaire et son patron. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 84, 32-48.
- Pouillon, Jean (1991). Tradition. In Pierre Bonte & Michel Izard (Éds.), *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie* (pp. 710-712). Paris : PUF.
- Rabinow, Paul (1977). *Un ethnologue au Maroc. Réflexions sur une enquête de terrain*. Paris : Hachette.
- Rachdi, Fatmaezzahra (2007). L'entrepreneuriat féminin au Maroc : défis et réalités. Une étude exploratoire. *Revue marocaine de commerce et de gestion* 3, 39-66.
- Reysoo, Fenneke (2002). La construction de la masculinité à Mexico. *Nouvelles Questions féministes* 21 (3), 61-70.
- Riffault, Héléne (1995). Les Européens et la valeur travail. *Futuribles*, 200, 25-46.
- Rocca, Jean-Louis (1993). *La corruption*. Paris : Syros.
- Rosen, Lawrence (1984). *Bargaining for Reality. The construction of social relations in a muslim community*. Chicago : The University of Chicago Press
- Rousillon, Alain (2002). Constructions sociales de la question féminine. *Cultures en mouvement*, 51, 30-35.
- Royaume du Maroc, Premier Ministre, Ministère de la Prévision économique et du Plan (1997-1998a). *Condition socio-économique de la femme au Maroc. Enquête nationale sur le budget temps des femmes 1997/98, Rapport de synthèse*. Rabat : Direction de la statistique.
- Royaume du Maroc, Premier Ministre, Ministère de la Prévision économique et du Plan (1997-1998b). *Les emplois du temps de la femme au Maroc. Enquête nationale sur le budget temps des femmes 1997/98, Rapport de synthèse*. Rabat : Direction de la statistique.
- Royaume du Maroc, Premier Ministre, Ministère de la prévision économique et du plan (1998). *Genre et développement : aspects socio-démographiques et culturels de la différenciation sexuelle*. Rabat : Centre d'études et de recherches démographiques.
- Scarfo' Guellab, Grazzia (2004). Femmes ingénieures et marché du travail au Maroc : trajectoires scolaires et professionnelles. In Lahcen Achy, Jérôme De Henau, Nacer El Kadiri, Jacqueline Laufer, Catherine Marry, Danièle Meulders, Rachel Silvera, Catherine Sofer & Salma Zouari (Éds.), *Marché du travail et genre, Maghreb-Europe* (pp. 117-128). Bruxelles : Éditions DULBEA.
- Schweitzer, Sylvie (2002). *Les femmes ont toujours travaillé. Une histoire du travail des femmes aux 19e et 20e siècle*. Paris : Éditions Odile Jacob.
- Scott, Joan, & Tilly, Louise (1987). *Les femmes, le travail, la famille*. Paris : Rivage.
- Simard, Gisèle (1996). *Petites commerçantes de Mauritanie. Voiles, perles et henné*. Paris : ACCT-Karthala.

- Soares, Angelo (2001). Du sourire aux larmes : travail, genre et émotion au coeur des services. In Jacqueline Laufer & Catherine Marry (Éds.), *Actes des Journées d'études organisées par le GDR MAGE* (pp. 39-57). Paris : CNRS.
- Strauss, Anselm (1992). La dynamique des professions *La trame de la négociation* (pp. 67-86). Paris : L'Harmattan.
- Tabet, Paola (1987). Du don au tarif. les relations sexuelles impliquant compensation. *Les temps modernes*, 490, 1-53.
- Tabet, Paola (1998). *La construction sociale de l'inégalité des sexes. Des outils et des corps*. Paris : L'Harmattan.
- Tabet, Paola (2001). La grande arnaque : l'expropriation de la sexualité des femmes. *Actuel Marx. Les rapports sociaux de sexe*, 30, 131-152.
- Tangeaoui, Saïd (1993). *Les entrepreneurs marocains. Pouvoir, société et modernité*. Paris : Karthaka.
- Taraud, Christelle (2002). Prostitution, violences et justice au Maghreb à l'époque coloniale (1830-1960). In Christine Bard, Frédéric Chauvaud, Michelle Perrot & Jacques-Guy Petit (Éds.), *Femmes et justice pénale. XIXe - XXe siècles* (pp. 55-65). Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Taraud, Christelle (2003). *La prostitution coloniale*. Paris : Payot.
- Taraud, Christelle (2008). Genre, classe et "race" en contexte colonial et postcolonial. In Irène Théry (Éd.), *Ce que le genre fait aux personnes* (pp. 157-171). Paris : Éditions de l'école des hautes études en sciences sociales.
- Tauzin, Aline (1995). Masculin et féminin au Maghreb. Diversités et convergences. In EPHESIA (Éd.), *La place des femmes. Les enjeux de l'identité et de l'égalité en regard des sciences sociales* (pp. 242-246). Paris : La Découverte.
- Vermeren, Pierre (2001). *Le Maroc en transition*. Paris : Éditions La Découverte & Syros.
- Vidal, Denis (1993). Le prix de la confiance. Renaissance du clientélisme. *Terrain* (21), 9-32.
- Virolle-Souibes, Marie (1986). Du pécule au salariat. Travail et stratégies féminines en Algérie. In Collectif (Éd.), *Côté femmes. Approches ethnologiques*, (pp. 193-208). Paris : L'Harmattan.
- Wajcman, Judy (1998). *Managing like a man. Women and men in Corporate Management*. Cambridge : Polity Press.
- Wajcman, Judy (2003). Le genre du travail. In Jacqueline Laufer, Catherine Marry & Margaret Maruani (Éds.), *Le travail du genre. Les sciences sociales du travail à l'épreuve des différences de sexe*, (pp. 151-162). Paris : La Découverte.
- Weibel, Nadine (1992). Islam-action et le glissement de la frontière des genre. In Camille Lacoste-Dujardin & Marie Virolle (Éds.), *Femmes et hommes au Maghreb et en immigration. La frontière des genres en question. Études sociologiques et anthropologiques* (pp. 221-225). Paris : Publisud.

Zamiti-Horchani, M (1983). Les Tunisiennes, leurs droits et l'idée qu'on s'en fait
Peuples Méditerranéens [« Femmes de la Méditerranée »], 22-23, 181-192.