



HAL
open science

Des visites de “murabiyya” au marché du mercredi. Souks féminins en Oman.

Claire Beaudevin

► **To cite this version:**

Claire Beaudevin. Des visites de “murabiyya” au marché du mercredi. Souks féminins en Oman. : Séparatisme commercial ou renforcement d’une “culture de genre”?. Chroniques yéménites, 2004, 12. halshs-00355788

HAL Id: halshs-00355788

<https://shs.hal.science/halshs-00355788>

Submitted on 24 Jan 2009

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**DES VISITES DE “MURABBIYA” AU MARCHÉ DU MERCREDI.
SOUKS FÉMININS EN OMAN :
SÉPARATISME COMMERCIAL OU RENFORCEMENT D’UNE “CULTURE DE GENRE” ?**

Claire Beaudevin⁽¹⁾

Résumé : Les trois souks féminins de la Sharqiy-a omanaise sont des marchés hebdomadaires d’apparition relativement récente (années 1980 et 1990) et réservés aux femmes, tant pour l’achat que pour la vente ; par ailleurs, les produits proposés ne concernent que l’économie domestique, les enfants ou les atours féminins. Il s’agit ici de fournir une première approche de ces marchés – rares dans le monde arabe – replacés dans le contexte géographique, politique et social du Sultanat d’Oman. Leur étude permet d’éclairer la position des femmes dans la société patriarcale et dans l’économie omanaises, notamment à travers la comparaison avec les souks “habituels”, presque exclusivement masculins, en Oman comme ailleurs.

Summary : The three women souks of the Omani Sharqiy-a are weekly markets, of relatively recent appearance (1980’s and 1990’s). They are reserved to women, both sellers and buyers ; in addition, the offered products are only related to the domestic economy and the women and children clothes. This article deals with providing a first approach of these markets - rare in the Arab world - replaced in the geographical, political and social context of the Sultanate of Oman. Their study makes it possible to clarify the position of the women in the patriarchal society and the Omani economy, in particular through the comparison with the "usual" souks, almost exclusively “men souks”, in Oman like elsewhere.

Mots clés : souks – marchés – femmes – commerçantes – Oman – anthropologie

« Pour indiquer que le monde est sens dessus dessous,
on dit que “*les femmes vont au marché*”. »

Pierre Bourdieu,
Esquisse d’une théorie de la pratique [Trois Études d’ethnologie kabyle]

« - *As-tu déjà vu le magasin ?*

- *Non, de ma vie je n’ai jamais été au marché, j’ai seulement été amenée en voiture aux abords. Tu sais, c’est honteux et scandaleux pour une femme d’aller au marché.* »

Cette omanaise, répondant à l’anthropologue Unni WIKAN⁽²⁾ au sujet de l’échoppe de son mari, montre bien qu’en Oman – comme en pays kabyle⁽³⁾ –, le souk était (au moins jusque dans les années quatre-vingt) chargé d’une image dangereuse pour les femmes. Par conséquent, de prime abord, l’organisation de marchés féminins dans une société où “*aller au souk*” était un déshonneur pour les femmes⁽⁴⁾ peut paraître déconcertante, voire insolite.

Pourtant de tels marchés existent, et la présente contribution a pour objet une première approche des souks féminins (*aswâq al-harîm*) de la Sharqiy-a omanaise. Ceux-ci étaient en 2003 au nombre de trois : à Ibrâ’, Samad et Sinâw. Leur périodicité est hebdomadaire et leur caractère exclusivement féminin s’étend non seulement aux vendeuses mais également à la clientèle, parmi laquelle les hommes ne sont pas acceptés. Dans le même registre, les marchandises mises en vente ne concernent que l’économie domestique, les enfants ou les atours féminins.

La rareté de ces structures commerciales et la quasi-absence de littérature les concernant – en Oman comme dans l’ensemble du monde arabo-musulman – incitent à examiner leur fonctionnement et les conditions

⁽¹⁾ Chercheuse associée au CEFAS, doctorante en Anthropologie - Centre de Recherche « Cultures, Santé, Sociétés » (CReCSS), Université Aix Marseille 3 - Maison Méditerranéenne des Sciences de l’Homme, Aix-en-Provence, France.

⁽²⁾ Wikan, 1982, p. 52-53

⁽³⁾ Voir la citation de Pierre Bourdieu en exergue (Bourdieu, 2000 [1ère éd. 1972])

⁽⁴⁾ Wikan, 1982, p. 64

de leur apparition en considérant le contexte omanais de manière globale. De plus, l'étude de ces souks permet en retour d'éclairer quelques grandes lignes de force de la société omanaise, notamment les rapports hommes-femmes.

Ces souks féminins omanais étant apparus récemment, dans une période d'intense effervescence politique, économique et sociale, il paraît nécessaire en ouverture d'envisager de manière globale le pays et la société concernés.

1- Oman et la Sharqiy-a

Le Sultanat d'Oman est une monarchie absolue du Sud Est de la Péninsule Arabique. Le chef de l'État et du gouvernement est le sultan Qabûs bin Sa'îd Al-Sa'îd. Le pays est actuellement peuplé de 2,8 millions de personnes. La population augmente rapidement du fait d'un taux de natalité élevé et d'une transition épidémiologique avancée, amenant un accroissement de l'espérance de vie (actuellement au-dessus de 73 ans⁽⁵⁾).

Une révolution de palais dépose en 1970 le sultan Sa'îd bin Taymûr, qui n'utilise pas les liquidités nouvelles amenées par le pétrole pour la modernisation du pays. Son fils Qabûs prend en main la gestion du pays. Il est confronté à la guerre du Dhofar, rébellion des tribus menée par un front de libération d'inspiration communiste, soutenu par la Chine et le Sud Yémen et désireux d'instaurer dans le pays une « *république populaire démocratique* »⁽⁶⁾. Parvenu à écraser cette rébellion, le nouveau sultan lance dans le pays un vaste programme de modernisation du pays et crée une administration, avec d'importants investissements dans le domaine de la santé, de l'éducation, du commerce et des voies de communication. Les grands chantiers créent un afflux massif de main d'œuvre nationale et étrangère, spécialement en provenance du sous-continent indien. La réouverture du pays permet également le retour de nombreux omanais exilés et déclarés indésirables par le précédent souverain. Ils quittent Zanzibar, l'Afrique de l'Est (anciens comptoirs omanais) ou Centrale et s'en retournent au pays par vagues successives, la dernière ayant suivi la crise des Grands Lacs en 1994. Cette histoire mouvementée a fait d'Oman un foyer d'émigration, mais également d'immigration pour des populations perses, indiennes et africaines ; les traces de ces mouvements de population demeurent, sous la forme de communautés diversifiées. Oman est aujourd'hui un pays paradoxal : théâtre depuis 1970 de bouleversements économiques et sociaux comme peu d'autres contrées en ont connu – surtout en une période si brève –, le sultanat fait pourtant figure d'îlot de stabilité dans une région « politiquement et socialement sismique ». L'État demeure très paternaliste, incarné par et centré sur son monarque malgré quelques timides signes de démocratisation et de diminution de la centralisation du pouvoir.

La région de la Sharqiy-a⁽⁷⁾, dans laquelle se situent les souks féminins, est constituée de quatre zones géographiques distinctes : la côte de la mer d'Arabie, le désert des Wahîba, les oasis de l'intérieur et la ville de Sûr et ses alentours. Al-Sharqiy-a (littéralement « la région orientale ») se situe à environ 300 km de la capitale. Ses limites sont matérialisées par l'Hajar oriental, le Golfe Persique, ainsi que la mer d'Arabie au sud-est. La Dâkhliy-a, l'Oman intérieur, et le désert central pétrolifère finissent de délimiter cette zone de 50.000 km², divisée en onze wilâyât⁽⁸⁾, « *points nodaux* »⁽⁹⁾, organisés autour d'une oasis et de ses terres immédiates. Il résulte d'ailleurs de ce morcellement administratif l'absence d'une véritable centralité régionale. La zone est un ensemble de larges plaines de graviers étendues entre les marges du désert et le pied des montagnes. L'accès par la route depuis Mascate est facilité depuis 1978 seulement, lors du goudronnage de celle-ci. La population de la région est d'environ 248 000 personnes ; les wilâyât les plus peuplées sont Ibrâ et al-Mu/daybî. La majorité d'entre elles vivent autour des grandes oasis, mais il existe beaucoup de campements et de fermes dans les collines près des lits de *wadis*, loin des villages. La moitié des habitants a moins de 15 ans et la région représente 10% de la population du pays. Malgré une énorme progression de la scolarisation, environ 55% des femmes et 30 % des hommes sont illettrés.⁽¹⁰⁾

Les activités traditionnelles de la Sharqiy-a sont l'élevage, l'agriculture, la pêche et le commerce. Cependant l'agriculture n'est plus tellement pratiquée dans la région ; seules les palmeraies sont entretenues,

⁽⁵⁾ Source : Bureau Moyen-Orient de l'OMS (www.emro.who.int/emrinfo/CountryProfiles-oma.htm#HealthStatus)

⁽⁶⁾ Le Cour Grandmaison, 2000, p. 163

⁽⁷⁾ Voir carte

⁽⁸⁾ Dont Ibrâ et al-Mu/daybî.

⁽⁹⁾ Hoek, 1998

⁽¹⁰⁾ Id., p. 82-84

« *l'essentiel des ressources des habitants prov[enant] du commerce, d'emplois salariés, de petites entreprises artisanales.* ».⁽¹¹⁾ En fait, la majorité de la population vit de la culture des dattes – en régression du fait de la diminution des exportations – de la pêche, ainsi que des emplois dans le secteur public. Le commerce consiste surtout en la distribution régionale des produits importés de Dubaï ou de Mascate. La situation est délicate, « *l'emploi des locaux hors de la région renfor[çant] l'interdépendance entre celle-ci et la capitale* ».⁽¹²⁾

La mobilité est fréquente dans la région, pour raisons climatiques, sociales, économiques, qu'il s'agisse de transhumance, de migrations saisonnières, d'emplois lointains... Historiquement, la majorité des Omanais immigrants en Afrique venaient de la Sharqiy-a et partaient de Sûr. D'importants échanges avaient et ont encore lieu avec les côtes africaines. Il y a donc flexibilité mais interdépendance : de nombreux hommes travaillent hors de la région (environ 25% à l'étranger ou dans la capitale, c'est-à-dire presque 20 000 personnes). Selon le lieu de leur emploi, certains habitent encore la région, d'autres habitent une partie du temps sur leur lieu de travail et y installent parfois leur famille. Cette situation crée par conséquent une importance paradoxale de la main d'œuvre étrangère, qui effectue dans la région des travaux quotidiens normalement dévolus aux hommes locaux. Le processus gouvernemental énergique d'omanisation des emplois tente d'enrayer cette situation. On compte très peu de femmes dans cette population de travailleurs « *commuters* »⁽¹³⁾ : seulement les étudiantes, des femmes travaillant temporairement à Mascate et les épouses de travailleurs basés hors de la région.⁽¹⁴⁾ Le coût de la vie moins élevé que dans la capitale, la présence de la famille élargie pour pallier l'absence du mari sont les principales raisons invoquées pour le maintien des foyers dans la région. De plus les femmes qui pratiquent du commerce (souks ou colportage) n'ont pas intérêt à quitter la zone où elles ont leur réseau de clientèle.

Le quotidien dans la région est donc, du fait de l'absence des hommes en semaine, en grande partie géré par des femmes ainsi que des hommes âgés.⁽¹⁵⁾ Les témoignages insistent sur la nécessité d'une forte entraide villageoise et familiale pour que des familles "sans hommes" puissent subsister durant les jours de semaine. Des campagnes gouvernementales ont été organisées par l'intermédiaire des associations de femmes pour tenter de soutenir au quotidien ces épouses de travailleurs migrants.

2- Souks et souks féminins : repères anthropologiques

Si en français le terme souk peut figurativement désigner un « *lieu où règne le désordre, le bruit* »⁽¹⁶⁾, le terme arabe *sûq* peut s'appliquer à un marché dans sa totalité, un marché spécialisé, la partie commerçante d'un quartier – par opposition à résidentielle –, et même à un jour de marché.⁽¹⁷⁾ D'autre part, comme le signale Franck Mermier⁽¹⁸⁾, « *on utilise le mot sûq pour désigner le concept de "marché" comme dans les expressions "marché mondial" (sûq al-*c*-*â*lamî), "marché financier" (sûq al-*m*âl).* »

Il s'agit ici de « *marché, qu'il soit permanent, temporaire, urbain ou rural.* »⁽¹⁹⁾ Plus précisément, Chalmeta⁽²⁰⁾ distingue trois « *principales formes de commercialisation* » : « *les marchés ruraux hebdomadaires (...), les foires, mawsim, (...) et les marchés urbains* ». Il est à noter que la plupart des travaux se sont concentrés sur les marchés urbains traditionnels, organisés, hiérarchisés, extrêmement diversifiés. D'un point de vue plus topographique, le modèle traditionnel du souk urbain arabo-musulman inclut la mosquée centrale dans son périmètre, mais exclut les zones d'habitation⁽²¹⁾. Le souk urbain est un important lieu de contact entre ville et campagne, d'échanges avec l'étranger⁽²²⁾. Il est surtout un espace ouvert à tous, hommes et femmes.

(11) Le Cour Grandmaison, Le Cour Grandmaison *et al.*, 1982, p. 270

(12) Hoek, 1998, p. 13

(13) *Id.*, p. 134

(14) *Id.*, p. 136

(15) *Id.*, p. 140

(16) « Souk » in *Le Robert, Dictionnaire de la langue française t. 1*

(17) Geertz, 1979, p. 126

(18) à paraître (b)

(19) *Ibid.*

(20) 1980, pp. 104-105

(21) Atassi, Bianquis *et al.*, 1998; Le Garrec, 2000; Mermier, à paraître (b)

(22) Mermier, 1997, pp. 12 et 71

Néanmoins, à de rares exceptions près, ces dernières ne peuvent qu'être acheteuses et non commerçantes, la « *mixité confessionnelle et ethnique des espaces commerciaux* »⁽²³⁾ ayant des limites nettes concernant le genre.

Pourtant les souks ne sont pas toujours le cœur d'une grande cité. Ils constituent aussi un maillage commercial important dans les zones rurales, où leur architecture et leur organisation, tout en n'ayant pas l'ampleur citadine, sont également intéressantes à évoquer ; en effet, « *le souk hebdomadaire est probablement l'institution sociale la plus importante en zones rurales qui ne soit pas basée sur la parenté.* »⁽²⁴⁾ Dans les campagnes aussi, les souks ont un effet de "brassage" entre populations.

On le voit, il existe une telle « *variabilité diachronique et régionale des caractéristiques architecturales et fonctionnelles des souks d'un bout à l'autre du monde arabe* »⁽²⁵⁾, qu'une approche spécifique à Oman est nécessaire. "LE souk" aux effluves d'Orient n'existe comme archétype que dans les écrits des orientalistes et des voyageurs nostalgiques, la réalité est sans aucun doute plus pragmatique... et moins parfumée.

Les informations historiques concernant Oman et ses souks sont rares, hormis quelques descriptions de géographes musulmans des premiers siècles de l'Hégire et autres récits d'explorateurs tels que Marco Polo. Tous ces auteurs signalent, à leurs époques respectives, la présence d'un important réseau de marchés quotidiens et périodiques dans tout le pays. Une intense activité commerciale a depuis plusieurs millénaires caractérisé la région. À l'instar d'autres zones du monde arabo-musulman, il est très probable que les souks ont existé avant la conversion du pays à l'islam au VIII^e siècle ; cependant la religion a, en Oman comme ailleurs, profondément influencé le développement des structures commerciales. L'universitaire omanais Na/sîr bin S^caid Al-Jahwarî⁽²⁶⁾ met d'ailleurs l'accent sur l'apparition et la propagation des souks dans le pays durant les premiers temps de l'islam, conjointement à celle du modèle urbain arabo-musulman.

L'intense activité commerciale maritime du pays fait du souk un lieu central d'échange des produits locaux et étrangers, en zone côtière comme dans les terres. Cependant, jusqu'au déclin maritime du pays au XIX^e siècle, le commerce est principalement orienté vers l'étranger. Ce n'est qu'après la perte de son influence internationale que le sultanat se tourne vers l'intérieur des terres et que le souk de Matrah commence à traiter de façon substantielle avec des caravanes venues de l'Oman lui-même.⁽²⁷⁾ Les souks proprement urbains, seule source d'approvisionnement journalier des citadins, étaient des quartiers dédiés au commerce et non à l'habitat. Les souks périodiques étaient quant à eux situés hors des villes et matérialisés par des installations temporaires (tentes, auvents...).

Pour les temps anciens comme pour aujourd'hui, Al Jahwarî insiste sur les échanges sociaux autorisés par le souk, entre compatriotes ou avec les commerçants étrangers de passage. Aujourd'hui dans le pays, les souks sont nombreux et de plusieurs types : les souks saisonniers (*al-aswâq maûsimiy-a*), indexés sur divers événements (fêtes religieuses, saisons agricoles...), les souks de périodicité plus courte, mensuelle comme à al-Mu/daybî ou hebdomadaire comme à Nizwâ et Sinâw et enfin les souks quotidiens, très nombreux, en zone urbaine comme rurale. Les ventes aux enchères sont fréquentes, pour la vente du bétail notamment. Les intermédiaires commerciaux (au singulier : *dallâl*) négociant pour le compte d'autrui sont très présents dans les transactions.

Les souks dans la Sharqiy-a sont principalement à l'air libre, quotidiens ou hebdomadaires, traditionnellement placés à l'entrée de la palmeraie. Cependant, ces localisations anciennes sont progressivement abandonnées pour des souks construits par le gouvernement, sous la forme d'enclos en béton entourés de stalles accueillant les marchands, le tout situé dans des zones facilement accessibles aux véhicules. Ces souks récents sont fréquemment, comme à Ibrâ', situés près des services principaux comme l'hôpital. Il est à signaler qu'à l'exception de quelques Bédouines, les hommes sont absolument majoritaires dans le souk, les femmes utilisant les services d'un *dallâl*, un intermédiaire commercial qui vend pour elles.

Parallèlement, dans cette même région, existent les souks féminins. Dans les écrits de Jean-François Troin consacrés à leurs homologues marocains, « *souks de femmes et rôle commerçant des femmes* » apparaissent comme « *deux données antithétiques* »⁽²⁸⁾, ces deux aspects relevant selon lui de types différents

⁽²³⁾ Mermier, à paraître (a)

⁽²⁴⁾ Michalak, 1983, p. 31

⁽²⁵⁾ Mermier, à paraître (b)

⁽²⁶⁾ 2000

⁽²⁷⁾ Le Garrec, 2000, pp. 10-11

⁽²⁸⁾ 1975, p. 118

« de l'ascension féminine en pays islamique »⁽²⁹⁾. Le commerce féminin s'entend comme participation active à un gain financier pour le foyer, augmentant le poids économique de la femme au sein de celui-ci ; le souk féminin, lui, constitue une activité spécifiquement féminine, sans grande influence économique mais offrant à ses participantes un capital social renforcé, par le rôle d'agora de ces marchés. Je distinguerai donc ici : d'une part la participation féminine aux souks, urbains ou ruraux, dans lesquels les hommes vendent ; d'autre part le commerce dans un cadre spécifiquement féminin, "prohibant la présence masculine".

Qu'il s'agisse de l'un ou l'autre de ces aspects, la documentation est rare et les indications historiques pauvres. *L'Encyclopédie de l'Islam* évoque d'une part la possible présence de vendeuses dans les souks des premiers temps de l'islam puisque « des femmes exercèrent, du temps de Muhammad, la fonction de *‘âmila ‘alâ al-sûq* »⁽³⁰⁾, et d'autre part l'existence de marchés exclusivement féminins à Istanbul et Brousse entre le X^e et le XVII^e siècles.⁽³¹⁾ Les souks féminins ne sont pas mentionnés pour des périodes plus récentes. Pour Jean-François Troin⁽³²⁾, leur existence relève de l'économie de « *survie* ». Franck Mermier⁽³³⁾ constate que les commerçantes dans les souks traditionnels sont encore rares aujourd'hui, et ce dans tout le monde arabe.

Les informations disponibles ne concernent que quelques pays. Au Maroc, dans quelques rares zones comme le pays Jbala, les femmes sont présentes depuis longtemps dans les souks, pouvant même représenter jusqu'à 40% des commerçants pour un produit donné, et être rompues à la contrebande, comme dans l'arrière pays de Tanger⁽³⁴⁾. La présence des femmes dans les souks urbains est plus récente. Troin la signalait à la fin des années 70 comme une « *recherche forcée de moyens d'existence pour échapper au chômage urbain* »⁽³⁵⁾. Cependant l'apparition de femmes dans les souks habituellement masculins, quelles qu'en soient les raisons économiques, ne semble pas aller de soi.⁽³⁶⁾ Dans les souks de la région de Beni Mellal, les femmes "gagnent du terrain" dans les zones masculines, mais certaines utilisent le voile pour vendre incognito. On le voit, le commerce se fait uniquement en dernier recours. De manière générale, la mobilité est toujours plus aisée pour les veuves ou les divorcées. Nombreuses sont les femmes au foyer qui utilisent les services d'un intermédiaire, chargé de négocier pour elles au souk.

En pays rifain, la claustration des femmes est beaucoup plus prégnante ; elles ne se montrent pas dans les marchés, mais organisent leurs propres souks, absolument interdits à la gent masculine. Ces souks féminins sont situés dans le Rif central, autour de *‘Usayma* ; ils sont concurrents d'autres marchés et de ce fait – d'après Jean-François Troin, Anna Maria Di Tolla et Fatima Hajjarabi – dépérissent graduellement et ne conservent qu'une fonction sociale pour la transmission des nouvelles et l'organisation des mariages. Troin les qualifie d'ailleurs de « *survivance exceptionnelle* ».⁽³⁷⁾

Fatima Hajjarabi⁽³⁸⁾ fait état de l'existence passée de souks féminins dans une zone bien plus étendue que le seul Rif, mais seuls des écrits coloniaux en témoignent, et aucune information précise n'est disponible quant à leur périodicité. Hormis une allusion au commerce féminin par Hérodote, il faut attendre le XIX^e siècle pour que les souks féminins soient décrits, mais déjà comme « *phénomène résiduel* »⁽³⁹⁾. À la fin des années 70, Jean-François Troin a tenté d'appréhender les raisons de l'existence de ces souks et conclut qu'il s'agit d'« *une série d'habitudes socio-religieuses solidement implantées dans les tribus berbérophones* »⁽⁴⁰⁾. Détaillant lesdites habitudes, il explique : « *il sied mal de voir ensemble hommes et femmes. Rigorisme des mœurs conjugales, puritanisme accentué, importance de la monogamie et respect remarquable de l'époux pour sa compagne auraient ainsi conduit à une organisation séparée des marchés.* » Les aires de ces marchés sont éloignées des zones de souks habituelles, « *doublent des marchés d'hommes et se tiennent en des lieux voisins et à des jours différents* »⁽⁴¹⁾.

En ce qui concerne l'Algérie, il a été porté à ma connaissance par une personne originaire de Grande Kabylie l'existence d'au moins un souk féminin, dans le village de Taourirt. Le souk se tient tous les dimanches

⁽²⁹⁾ Ibid.

⁽³⁰⁾ Bianquis & Guichard, in Atassi, Bianquis *et al.*, 1998, p. 821

⁽³¹⁾ Fahrooqi, in Atassi, Bianquis *et al.*, 1998, p. 831

⁽³²⁾ 1975, p. 63

⁽³³⁾ à paraître (b)

⁽³⁴⁾ Troin, 1975, p. 39

⁽³⁵⁾ 1975, p. 64

⁽³⁶⁾ Kapchan, 1996, p. 275

⁽³⁷⁾ 1975, p. 63

⁽³⁸⁾ 1987, p. 39

⁽³⁹⁾ Hajjarabi, 1987, p. 47

⁽⁴⁰⁾ 1975, p. 116

⁽⁴¹⁾ 1975, p. 117

devant l'hôpital, durant la matinée seulement, depuis au moins trente ans. Il regroupe uniquement des femmes – acheteuses et vendeuses – parfois venues de villages éloignés. Aucun homme n'est autorisé à y pénétrer, y compris les adolescents. Les marchandises vendues comprennent épices, cosmétiques, bijoux, vêtements et tissus mais pas de produits alimentaires. Le souk ne semble pas diminuer d'activité d'une année sur l'autre, ce qui paraît donc le différencier des souks "en voie de disparition" du pays berbère marocain.

En Tunisie, Laurence Michalak⁽⁴²⁾ signale que dans la majorité du pays, les clientes sont nombreuses dans les marchés, produisant beaucoup de ce qui y est vendu. Par contre, le recours au *dallâl* est généralisé, pour toutes hormis les femmes âgées ou veuves. Cependant, au moment de la rédaction de sa thèse, les femmes commençaient à vendre dans quelques rares marchés.

En Arabie Saoudite, Al Torki et Cole⁽⁴³⁾ signalent, dans l'ancien souk d'Unayzah, quelques femmes vendant des produits spécifiquement féminins. En 1985, la situation s'est modifiée du fait de la construction par la municipalité d'une zone spécifique où 130 femmes vendent sous un auvent, matérialisant la séparation d'avec les commerçants masculins. Il est à noter qu'à Unayzah comme au Maroc⁽⁴⁴⁾, les vendeuses sont majoritairement des femmes "sans hommes", âgées de plus de 40 ans. D'autre part il existe, plus marginalement, un mode d'échange "à domicile" lors des visites fréquentes et ritualisées que se rendent les femmes d'un même voisinage, suite à une naissance par exemple.

Enfin, a été construit au début des années 2000 à Abu Dhabi ce qui pourrait être considéré comme une nouvelle forme de souk féminin. "*She Zone*" est un centre commercial (comportant également cinéma et cafés) dernier cri dédié exclusivement aux femmes, clientes et commerçantes. Les entrepreneurs doivent y travailler de nuit et l'architecte en visite de jour doit auparavant se faire délivrer une dérogation.

Concernant l'Oman, la documentation sur le rôle commercial des femmes est quasi-inexistante. Hormis la récente et énergique politique d'omanisation des emplois amenant la présence de vendeuses omanaises dans certaines boutiques de la capitale, le commerce féminin se décline sous deux formes : la vente à domicile durant les visites entre voisines et les souks féminins. Lesdites visites sont décrites en détail par Christine Eickelman⁽⁴⁵⁾, qui évoque des échanges commerciaux hors des souks, dans les réunions féminines suscitées par la *murabbiya* – la période dévolue aux félicitations après la naissance d'un enfant –, les relations de voisinage ou la venue d'une colporteuse. Dans ce dernier cas, il s'agit fréquemment de femmes de bas statut, descendantes d'esclaves, moins stigmatisées lorsqu'elles exercent une activité rémunérée. D'après Eickelman, certaines ont même une petite échoppe accessible aux voisines. Le marchandage est absent de ces réunions, qui permettent l'échange de nouvelles entre des zones d'une même ville isolées les unes des autres – compte tenu de la mobilité féminine autorisée en tout cas. Des ventes sont également possibles hors de la présence d'une colporteuse : « *Un aspect de la murabbiya concerne des objets – tels que vêtements, parfums, pots et casseroles – que beaucoup de femmes vendent à leurs invitées durant les visites du post-partum. Ces objets sont placés sur des étagères autour de la pièce et les invitées peuvent demander à les voir bien qu'il n'y ait pas d'obligation d'acheter. Les femmes de l'élite tribale ne peuvent pas vendre du fait de leur position sociale (...)* ». ⁽⁴⁶⁾ Il est difficile de dater ces pratiques. Mandana E. Limbert⁽⁴⁷⁾, les nommant « coffee-groups », considère qu'elles sont « *devenues des représentations de pratiques culturelles "traditionnelles"* ». L'évocation la plus ancienne en est donc celle d'Unni Wikan, en 1982, décrivant des scènes similaires à Suhâr.

Les souks féminins, quant à eux, ne sont absolument pas documentés. La seule allusion est due à Na/sîr bin S'ayid Al Jahwarî⁽⁴⁸⁾. Celui-ci signale leur existence, à Ibrâ' notamment. Il évoque la spécificité féminine des produits, la provenance parfois lointaine des clientes et le caractère de forum social féminin de ces marchés.

De manière générale, il ressort que la place des femmes dans le secteur commercial – toutes formes confondues – est minime, bien qu'en augmentation. Les souks féminins sont une institution non spécifique à Oman, présente dans d'autres pays arabo-musulmans. L'ancienneté du phénomène semble plus grande au Maghreb que dans le Golfe. La "vitalité" de ces souks n'est pas non plus semblable : de « *survivances* » bientôt

⁽⁴²⁾ 1983, pp. 48-49

⁽⁴³⁾ 1989, pp. 62 et 140

⁽⁴⁴⁾ Hajjarabi, 1987; Altorki & Cole, 1989

⁽⁴⁵⁾ 1984, pp. 54-57

⁽⁴⁶⁾ Eickelman, 1993, p. 662

⁽⁴⁷⁾ 1998

⁽⁴⁸⁾ 2000, p. 13

disparues au Maroc⁽⁴⁹⁾, ces souks sont actifs en Algérie et dans le Golfe. Cependant, comme cela est signalé par tous les auteurs, et ce quel que soit le pays, les femmes ne vendent qu'au détail.

3- Statut des femmes en Oman

“Cultures de genres”⁽⁵⁰⁾

Si le statut des femmes en Oman reflète le “fonds commun” des sociétés arabo-musulmanes⁽⁵¹⁾, il existe aussi des spécificités omanaises. Selon l'anthropologue Fredrik Barth, les compétences sociales liées au genre sont actualisées dans ce qu'il théorise en Oman comme des “cultures de genre”⁽⁵²⁾, véritables corpus de références – de comportements, de connaissances, de compétences sociales – différenciés. Les deux cultures, masculine et féminine, se développent sans beaucoup d'interactions entre les deux genres, l'évitement mutuel étant la norme théorique.

Barth utilise une pertinente grille de lecture de la société : selon lui, « *sans aucun doute, le genre est tout à fait fondamental dans l'organisation des interactions sociales (...); en observant les différences d'habillement, d'équipement, d'activités et de participation sociale entre les sexes, il est intéressant de les considérer aussi comme des différences de tradition culturelle.* »⁽⁵³⁾ Cette affirmation tient compte du fait que chacun, garçon ou fille, est initialement socialisé par sa mère, mais Barth⁽⁵⁴⁾ affirme que la claustration progressive des filles initie la divergence. Il détaille trois piliers principaux soutenant sa théorie⁽⁵⁵⁾ :

« 1- [les identités de genre] *divisent l'ensemble de la population en catégories explicites d'ascription et d'auto-ascription.*

2- *chaque identité impose la participation à un corpus culturel commun, allant de signes diacritiques manifestes d'appartenance à de substantiels corpus de connaissances, compétences, standards d'excellence et visions du monde, de soi et de la société.*

3- *Il existe un envahissant modèle d'organisation sociale par lequel les deux genres exercent des activités différentes dans des groupes homogènes et isolés, ainsi profondément différenciés dans les situations quotidiennes et le mode de vie.* »

Bien que déjà ancienne, cette analyse est toujours valable en Oman, même si les passerelles entre les deux genres se multiplient. Dans les discours comme dans les actes est constamment actualisée l'appartenance à un genre ou à l'autre, et ce dans tous les champs de la vie sociale. Comme le dit Carol Riphenburg : « *les perceptions du masculin et du féminin ont pris corps dans les lois et coutumes.* »⁽⁵⁶⁾ Cependant, l'aspect social de cette actualisation est central, dans la mesure où le genre, comme « *division socialement imposée entre les sexes* »⁽⁵⁷⁾, est construit et reconstruit en temps réel. C'est là sa caractéristique relationnelle si fortement soulignée par Pierre Bourdieu⁽⁵⁸⁾. J'utilise donc ici le terme de genre et non celui de sexe, afin de souligner le caractère de « *hiérarchisation des sexes, avec affirmation de la prévalence masculine* » – et non de « *simple différence ou différenciation* » – présent dans les pratiques sociales⁽⁵⁹⁾.

Même si, en la matière, le résumé est presque une forfaiture, on pourrait affirmer que si « *la modestie et le repli passif sont accentués et encouragés pour les femmes, les hommes se doivent de faire preuve d'assurance, – fortement tempérée par le tact – et de compétences sociales et de conversation.* »⁽⁶⁰⁾ Plusieurs des auteurs ayant travaillé en Oman s'accordent pour affirmer une réelle disjonction entre le versant féminin et le versant masculin de cette société. Cette scission est à la fois créée et entretenue par une quasi-constante séparation des hommes et des femmes dans les activités quotidiennes. Cependant les deux “zones” ainsi délimitées ne sont pas équivalentes : pour Barth⁽⁶¹⁾, le monde féminin se limite aux « *proches voisins* » alors

⁽⁴⁹⁾ Anna Maria Di TOLLA, communication personnelle, juillet 2002

⁽⁵⁰⁾ Barth, 1983, p. 232

⁽⁵¹⁾ Voir entre autres Lacoste-Dujardin, 1996 et Tillion, 2000 [1ère éd 1966]

⁽⁵²⁾ Barth, 1983, p. 232

⁽⁵³⁾ 1983, p. 72

⁽⁵⁴⁾ Id., p. 240

⁽⁵⁵⁾ Id., pp. 72-73

⁽⁵⁶⁾ 1998, p. 162

⁽⁵⁷⁾ Altorki & Fawzi El Sohl, 1988, p. 4

⁽⁵⁸⁾ 1998

⁽⁵⁹⁾ Mathieu, 2002 [1ère éd. 1991], p. 69

⁽⁶⁰⁾ Barth, 1983, p. 74

⁽⁶¹⁾ 1983, pp. 232-233

que le monde masculin est celui des « *interactions publiques et impersonnelles* ». Cette péremptoire assertion est à relativiser en ce qui concerne les zones urbaines du pays, mais il est vrai que dans certaines régions, les femmes sont presque absentes des espaces “publics”. Il s’agit bien là de ce que Bourdieu⁽⁶²⁾ appelle un « *ordre masculin* », une configuration dans laquelle « *la force de l’ordre masculin se voit au fait qu’il se passe de justification (...) L’ordre social fonctionne comme une immense machine symbolique tendant à ratifier la domination masculine sur laquelle il est fondé : c’est la division sexuelle du travail (...), la structure de l’espace (...), la structure du temps (...)* ». Le terme “ratification” semble vraiment adéquat lorsque l’on examine la notion de « *nistihî* » ou « *yitksayil* » décrite par Unni Wikan⁽⁶³⁾ à propos des femmes de Suhâr ; celles-ci, interrogées sur la raison de leur absence des lieux publics, utilisent ces deux termes, qu’elles explicitent ainsi : « [parce que] *nous sommes timides / honteuses / embarrassées / modestes / mal à l’aise* ». ⁽⁶⁴⁾ Il s’agit d’une agoraphobie “construite”, d’un « *acte de reconnaissance, de soumission* », puisque ce raisonnement se bâtit « *conformément aux structures mêmes de la relation de domination* ». ⁽⁶⁵⁾ Ces femmes ont intériorisé l’interdit de la sphère masculine (publique). En fait, la construction sociale de l’opposition se matérialise dans la tendance « *à exclure de l’univers du pensable et du faisable tout ce qui marque l’appartenance à l’autre genre* » ⁽⁶⁶⁾

L’analyse de Pierre Bourdieu est extrapolable aux relations hommes-femmes dans la société omanaise, notamment en ce qui concerne la « *violence symbolique* », au sens “d’appréhension de lui-même par le dominé à travers les catégories du dominant”. Les indices palpables de ce mode de relation sont légion, telle l’existence dans la plupart des foyers de deux salons de réception distincts : l’un réservé aux femmes et aux parents et amis proches, l’autre destiné aux hommes. Pourtant, la maison familiale est le lieu privilégié du pouvoir féminin, aussi informel soit-il : « *les femmes en Oman jouent un rôle actif dans le soutien de la position sociale de leur foyer et hayyans (parentèle). Leurs perceptions du statut et du prestige sont intimement liées au rôle de reproduction des femmes* ». ⁽⁶⁷⁾ La famille est l’institution de base de la société omanaise et ce principe apparaît même dans la Constitution ; la loyauté envers elle conditionne bon nombre de pratiques sociales et de décisions. Il est à noter que la famille omanaise ne s’entend pas au sens nucléaire du terme : de tels foyers sont encore rares dans le pays.

Ces considérations d’ordre général n’ont pas pour but de gommer la variabilité des comportements d’un foyer à l’autre. Le changement est de toute façon perpétuel, sous l’impulsion opposée de deux forces : « *une intimité croissante dans de nombreux mariages réussis* » et en même temps, « *une distinction catégorique dans les autres parties de leurs activités et relations, réaffirmant les différences entre leurs mondes.* » ⁽⁶⁸⁾ La règle à respecter est moins la répartition des compétences que la séparation des deux sexes. Aussi une femme peut-elle pratiquer des activités d’ordinaire masculines, aussi longtemps qu’elle n’enfreint pas la fameuse règle.

Ainsi, d’après ce qu’il m’a été donné d’observer en Oman, les grandes lignes du système de domination masculine sont toujours aussi prégnantes. Même si des ponts sont jetés entre les deux “mondes parallèles” que sont le quotidien des femmes et celui des hommes, la bipolarité entre deux “cultures de genres” est toujours d’actualité. Elle est matérialisée de façon caricaturale par la comparaison opérée par Franck Mermier⁽⁶⁹⁾ entre souks féminins et cabarets masculins, deux lieux centraux de deux cultures disjointes. Au croisement des enjeux économiques, associatifs, familiaux ou politiques, les souks féminins apparaissent, sinon comme un fait social total, du moins comme un indicateur pertinent de la position des femmes dans l’Oman actuel.

Il est donc essentiel de considérer les souks du point de vue de ces “cultures de genres” : en Oman, comme de manière générale dans le monde arabo-musulman, la présence des femmes dans les marchés n’est que sporadique, peu encouragée, voire interdite. ⁽⁷⁰⁾ Des femmes suhâries rencontrée par Unni Wikan⁽⁷¹⁾ affirment avec fierté ne jamais avoir pénétré dans le souk proche de leur domicile. Elles n’auraient pu le faire

⁽⁶²⁾ 1998, p. 15

⁽⁶³⁾ 1982, p. 68

⁽⁶⁴⁾ Ibid.

⁽⁶⁵⁾ Bourdieu, 1998, p. 19

⁽⁶⁶⁾ Id., p. 29

⁽⁶⁷⁾ Eickelman, 1993, p. 652

⁽⁶⁸⁾ Barth, 1983, p. 239

⁽⁶⁹⁾ 2002, pp. 253-254

⁽⁷⁰⁾ Maher, 1984 [1ère éd. 1981], p. 122 à propos du pays berbère./ Dorsky, 1986, p. 53 concernant le Yémen. / Barth, 1983, p. 6, Eickelman, 1984, p. 30 et Rippenburg, 1998, p. 165 pour Oman.

⁽⁷¹⁾ 1982, p. 51

qu'expressément conviées et accompagnées par leur mari, ce qui ne semble pas s'être produit. Les facettes de cette abstention sont diverses : du point de vue spatial, il s'agit d'une pénétration dans une zone masculine, donc prohibée. Du point de vue des compétences ensuite : comme le dit Barth⁽⁷²⁾, marchander et commercer dans le souk n'est pas une capacité attendue chez une femme. Du point de vue du statut enfin : Unni Wikan affirme que les Suhâries perçoivent les achats au marché comme du « *travail* », comble du déshonneur pour une femme au foyer.⁽⁷³⁾

Aussi stratégiquement "aménageable" que soit cette contrainte sociale, à l'instar des autres, la transgression n'est possible que dans quelques cas. S'il existe une tolérance en cas de force majeure⁽⁷⁴⁾, acheter ou vendre est tout de même considéré comme « *honteux aux yeux de Dieu* ». Un autre élément facilitant la transgression semble être l'éloignement du domicile ; ainsi les femmes vivant loin de Mascate, Nizwâ et 'Ibrî ne voient-elles pas d'inconvénient à se rendre dans ces marchés : « *toutes les femmes vont là-bas ; et les gens de nous connaissent pas, donc nous ne sommes pas timides* »⁽⁷⁵⁾. Le concept de *nistihi* est donc à spatialité variable. Il s'agit là d'une variante locale de l'appropriation d'un lieu éloigné comme « *espace public d'anonymat* »⁽⁷⁶⁾ : il y a donc complémentarité entre les souks principaux du pays et les bourgs et villages d'où viennent les acheteuses, comme il y a complémentarité entre les rues de Dubaï ou Londres et les villes du Golfe dans lesquelles les habitants, entourés de personnes de connaissance, se doivent d'être conformes aux normes en vigueur – notamment en matière d'habillement.

Place des femmes dans l'économie omanaise

Si rien dans l'islam n'interdit aux femmes de travailler ni ne les force à donner leurs gains à leur mari (la communauté de biens n'existe pas), dans la vie économique, les "cultures de genres" prévalent également : travailler – contre rémunération – n'est pas un acte honorable pour les femmes. En Égypte, par exemple, là où, pour les hommes, le statut de travailleur est valorisé face à celui de chômeur, « *les femmes cachent leurs travaux de bas statut en utilisant le titre « respectable » de femme au foyer.* »⁽⁷⁷⁾ En Oman, quelques centaines de femmes possèdent leur propre affaire.⁽⁷⁸⁾ Dans les années quatre vingt en Oman, Christine Eickelman constatait que seules les femmes des statuts les moins élevés étaient libres d'accepter de l'argent pour un service et tendaient donc à être plus actives que les autres dans des activités rémunérées.⁽⁷⁹⁾ Pour cette raison, les femmes descendantes d'esclaves étaient majoritaires parmi les colporteuses.

Par contre, en Oman comme dans de nombreux autres pays, l'importance informelle des femmes est énorme, notamment au niveau des relations familiales, ligne de force centrale de la société.⁽⁸⁰⁾ Cependant il ne s'agit pas d'un poids directement économique. Les femmes qui travaillent en Oman sont massivement employées dans des secteurs conformes à la domination masculine : la santé et l'éducation, de plus en secteur public. Le marché du travail aussi est partitionné : « *De nombreux emplois ne sont pratiqués que par les hommes et n'ont qu'un reflet indirect dans l'existence des femmes, à travers le salaire, le rang social et les modalités de présence et d'absence domestiques des hommes de leur foyer.* »⁽⁸¹⁾ Le code du travail comporte d'ailleurs un alinéa stipulant l'interdiction d'employer les femmes dans des conditions pouvant porter atteinte « *à leur santé ou à leur moralité* ». Lorsque l'on sait que toute femme occupant un emploi a dû préalablement obtenir l'autorisation de son père ou de son mari, on mesure facilement l'étendue des interprétations possibles.

⁽⁷²⁾ 1983, p. 75

⁽⁷³⁾ 1982, p. 64

⁽⁷⁴⁾ Maher, 1984 [1ère éd. 1981], p. 124

⁽⁷⁵⁾ Wikan, 1982, p. 68

⁽⁷⁶⁾ Franck Mermier, cours d'Anthropologie des sociétés arabo-musulmanes, Université Lumière Lyon 2, 2001

On peut signaler au passage les considérations analogues que livre Jean-Claude Kaufmann dans son ouvrage *Corps de femmes, regards d'hommes. Sociologie des seins nus*, Paris, Nathan, 1995, pp. 74-75 : « *L'idéal des seins nus est le corps exposé aux regards totalement étrangers, anonymes. Excepté parfois pour le mari, tout lien social préexistant à la socialisation instantanée de la plage est source potentielle de gêne et de difficultés diverses. C'est pourquoi il y a recherche systématique de l'éloignement, du dépaysement, pour mettre le plus de distance possible avec tous les "gens que je connais" (...) A défaut d'éloignement (quand les ressources du ménage ne le permettent pas) il est donc préférable de ne pas se situer dans un environnement où le lien social est trop fort, trop prenant. Le modèle est celui de la solitude, ou de l'immersion dans des relations éphémères et à distance (...)* »

⁽⁷⁷⁾ Hoodfar, 1997, p. 112 ; il en est notamment ainsi du métier d'infirmière, de plus en plus mal considéré par une société réprouvant les contacts entre les sexes.

⁽⁷⁸⁾ Environ 1500 en 1995. Source : Allen & Rigsbee, 2000, p. 177

⁽⁷⁹⁾ 1984, p. 54

⁽⁸⁰⁾ Wikan, 1982; Eickelman, 1984; Hoodfar, 1997; Rippenburg, 1998

⁽⁸¹⁾ Barth, 1983, p. 54

À la différence du Maroc, l'économie omanaise ne comporte pas un « *nombre incalculable de petits commerces féminins* »⁽⁸²⁾ ; les femmes participent à la production des dattes et de nombreux autres produits agricoles mais ne sont pas présentes à l'avant-scène, excepté dans la zone de la capitale où les prescriptions sont moins rigides. Les stratégies y sont spécifiques : de nombreuses femmes employées, portent le « *voile conventionnel pour défendre leurs activités non conventionnelles* »⁽⁸³⁾. Les premières femmes omanaises entrées sur le marché du travail ont été les « *Zanzibaries* » (Omanaises de retour d'Afrique) et plus largement des expatriées revenues de divers pays.⁽⁸⁴⁾

On le voit, les femmes sont encore peu présentes sur le marché du travail, excepté dans le secteur public. Elles sont cependant nettement plus actives dans le secteur associatif féminin ; celui-ci est uniquement constitué d'associations gouvernementales dépendant du ministère des Affaires sociales. Les associations de province sont toutes rattachées à l'association-mère de Mascate ; il en est de même des nombreux centres de développement des femmes en zone rurale créés pour soutenir les épouses des hommes travaillant loin de leur domicile. Pourtant ces activités peuvent comporter un revers, mis en évidence par Carol Riphenburg : à son avis ces associations d'entraide féminine « *perpétuent la notion que le travail non rémunéré pour le bénéfice des autres définit le travail des femmes dans la communauté, comme une extension de leur rôle domestique* ».⁽⁸⁵⁾

Par ailleurs, il convient en Oman de ne pas surestimer l'influence du facteur religieux quant à la position sociale des femmes. D'après Riphenburg⁽⁸⁶⁾, les éléments clefs à considérer sont « *l'idéologie d'état, le niveau et le type de développement économique, et le système de classes* ». Le discours et la politique du gouvernement à l'égard des femmes se caractérisent par une grande ambiguïté. D'une part, la Constitution de 1996 affirme (chapitre III, article 17) que « *tous les citoyens sont égaux devant la loi. Ils sont égaux en droits et en devoirs. Aucune discrimination fondée sur le sexe, l'origine, la couleur, la langue, la religion, le rite (mazhab), la résidence ou la situation sociale n'est permise.* » Mais d'autre part, le reste du système législatif est en grande partie basé sur la *shariy'a* qui n'institue pas d'égalité entre hommes et femmes. Globalement, l'action gouvernementale en direction des femmes est focalisée sur l'éducation et la maternité. La disjonction nette entre les mondes féminin et masculin évoquée plus haut est présente dans le discours officiel qui, en utilisant la loi islamique, « *maintient l'illusion de différences de genres immuables* ».⁽⁸⁷⁾ Aujourd'hui encore d'actualité, cette attitude équivoque aurait des racines aisément définissables : le gouvernement du sultan Qabûs a brusquement changé de politique après avoir prôné une importante participation féminine lors des premières années de gouvernement : « *à la fin des années 70, début des années 80, le nombre d'Omanais de retour d'exil et d'étudiants masculins récemment diplômés avaient grimpé à un tel niveau que les emplois commençaient à devenir difficiles à trouver. L'urgence de la construction nationale passait et les femmes en particulier commencèrent à percevoir un durcissement du contrôle et la création de barrières rendant leur passage vers la sphère publique d'une difficulté grandissante. (...) Cette transformation se traduisit de la part du gouvernement par une révision et un durcissement des frontières délimitant le comportement de genre approprié dans la société omanaise.* »⁽⁸⁸⁾ Ainsi aurait débuté l'ambivalence actuelle maniant conjointement discours sur le « *développement des femmes* » et affirmation patriarcale. Malgré les inégalités subsistant entre les genres en politique, Oman est le seul pays de la Péninsule où les femmes y ont un rôle – membres du *majlis al-Shurâ* et ministres –, et donc où la hiérarchie religieuse en a accepté le principe. Pourtant ce rôle est récent et reste limité, au contraire de son exploitation médiatique, bien orchestrée.

4- Ethnographie des souks féminins de la Sharqiy-a

Topographie

Les trois souks féminins de Sinâw, Ibrâ' et Samad forment respectivement les trois sommets d'un triangle équilatéral d'environ 50 km de côté.⁽⁸⁹⁾ Il semble qu'il s'agisse actuellement des trois uniques souks féminins du pays. En effet, si un quatrième a brièvement existé à al-Mu/daybî, il a rapidement périclité.

⁽⁸²⁾ Hajjarabi, 1987, p. 4

⁽⁸³⁾ Hoodfar, 1997, p. 120

⁽⁸⁴⁾ Chatty, 2000, p. 244

⁽⁸⁵⁾ Riphenburg, 1998, p. 174

⁽⁸⁶⁾ Id., p. 152

⁽⁸⁷⁾ Id., p. 155

⁽⁸⁸⁾ Chatty, 2000, p. 243

⁽⁸⁹⁾ Voir carte de la région

À l'inverse des souks féminins marocains, fréquemment situés en rase campagne, leurs homologues omanais sont au cœur de petites bourgades. Cependant, ils se sont “greffés” dans une organisation villageoise préexistante et n'ont donc pas de rôle “urbanisant” propre, d'autant plus qu'ils doublent en général des souks “masculins” bien plus anciens et actifs. Les différences entre souks féminins omanais et marocains ne s'arrêtent pas là : alors que dans le Rif, les marchés sont rapprochés, de façon à permettre à des femmes à pied ou à dos d'âne de se rendre de l'un à l'autre, en Oman la référence est liée au transport en véhicule, à 100 km/h sur une route nationale goudronnée de frais. Il n'est pas possible, à pied, de se rendre d'un souk à l'autre en une journée. Cette accessibilité aux véhicules motorisés n'annule pas pour autant la « *hiérarchie des marchés créée par les axes routiers* »⁽⁹⁰⁾ : ainsi, le souk d'Ibrâ' est situé sur l'axe national qu'est la route de Sûr, alors que Sinâw et Samad sont excentrés. Par contre, Sinâw est un point traditionnel de vente de bestiaux pour les Bédouins, ce qui explique en partie l'importance de son souk.

Il est intéressant de noter la similitude de situation des marchés dans les trois villes concernées : la plus criante concerne Ibrâ' et Sinâw, où les souks féminins sont adossés au mur d'enceinte de l'hôpital local. À Samad, s'il n'en est pas de même, la localisation est également facile d'accès car le marché est en vue de la route nationale. Il est enfin à signaler qu'aucun des trois marchés n'amène la dissémination des marchandes dans les rues de la ville, comme ce que décrit Jemmali⁽⁹¹⁾ à propos des souks hebdomadaires tunisiens. Dans les trois bourgs, le lieu du souk reste inutilisé et vide durant la semaine.

À l'opposé de l'absence de « *balisage des espaces* » et de « *construction sédentaire* » constatée par Fatima Hajjarabi⁽⁹²⁾ dans les souks féminins du Rif, l'emplacement des marchés féminins omanais est clairement matérialisé. Chacun des trois marchés consiste en un assemblage plus ou moins complexe de terre-pleins cimentés, de murets et d'auvents de tôle.

À Ibrâ', le souk est couvert par deux abris contigus : le plus ancien est constitué de murs en maçonnerie percés d'arcades et d'un toit en tôle supporté par deux rangées de piliers et par des mâts métalliques installés environ tous les 3 m. Il accueille d'ordinaire une trentaine d'étals. Le second, plus près de la route et directement dans le prolongement du premier, est un simple toit en tôle avec une structure métallique de soutien. Sa capacité est d'environ vingt-cinq étals. Les deux toits sont équipés de ventilateurs, mais aucun n'est fonctionnel. Le sol est en terre battue.

À Sinâw, le périmètre du souk est entouré de barrières métalliques d'environ un mètre de haut qui matérialisent l'espace au centre duquel est situé un unique abri rectangulaire métallique soutenu par des mâts, au sol surélevé par une dalle de béton.

À Samad, le souk consiste en un ensemble de deux auvents comparables à ceux de Sinâw et Ibrâ', le plus petit octogonal, le plus grand formant un L. Le sol des deux abris est carrelé.

Il est à signaler que dans chacun des trois marchés, bien que l'espace soit délimité, des étals “débordent” et sont installés dans les abords immédiats des auvents. D'autre part, tous ces marchés sont entourés d'importantes zones de parking ; ils sont également tous trois à proximité d'une zone de souk “masculin”, distante de quelques dizaines de mètres. Dans chacune des trois villes, un écriteau apposé sur l'un des auvents par la municipalité porte le nom du souk (*sûq al arb'a*, *sûq al-khamîs*...). À Sinâw, un panneau fiché dans le sol à quelques mètres de l'abri annonce “social place for women”.

Il en est de l'apparence des étals comme de celle des installations fixes : elle est à peu de choses près identique d'un marché à l'autre. Toutes les marchandes déploient à même le sol un ou plusieurs bâches de plastique sur lesquelles elles déballetent leur marchandise : les articles, de façon à être plus facilement emportés, sont fréquemment empaquetés dans des *lîsû* usagés utilisés comme baluchons ; ces voiles de coton sont donc ouverts et étendus sur les bâches préalablement installées. Chaque objet non vendu est ainsi prêt à être remporté.

Les marchandes sont assises à même les bâches, en général un peu en retrait derrière leurs marchandises. Certaines utilisent piliers et arcades pour suspendre leurs plus belles pièces de tissu ou d'habillement, rompant l'horizontalité du marché. Ce méli-mélo de bâches n'a que l'apparence du désordre ; les vendeuses de brocart sont en général regroupées, des allées sont ménagées et comme toutes mes interlocutrices me l'ont dit, chacune a sa place, même si aucun placier ne gère la répartition. Les changements ne sont possible

⁽⁹⁰⁾ Troin, 1975, p. 279

⁽⁹¹⁾ Jemmali, 1986, p. 57

⁽⁹²⁾ 1987, p. 97

que temporairement en cas d'absence d'une marchande. Les places sont en fait attribuées au fur et à mesure et les habitudes acquises conservées.

Historique et temporalité

Les souks féminins du Maghreb semblent être un phénomène ancien, d'ailleurs pour partie en cours de déliquescence. Il apparaît qu'en Oman la situation est bien différente ; en effet, l'apparition de ces marchés est récente, et ils sont en développement. Ils sont unanimement décrits comme récents par leur participantes et seraient le fait de nouveaux besoins amenant la nécessité de travailler : « *Les enfants veulent de la viande et du poulet à tous les repas, le poisson ne leur suffit plus !* » alors qu'à la génération précédente, « *les maisons en terre et les dattes suffisaient bien* »⁽⁹³⁾.

Alors que Fatima Hajjarabi présente les souks féminins du Rif marocain comme les scories d'un système en cours de disparition et s'interroge sur les raisons de la subsistance de certains marchés, en Oman la dynamique est inverse et il convient d'examiner les conditions d'apparition de ces marchés. Malheureusement, il en est par contre de même d'Oman et du Maroc en ce qui concerne la rareté des archives concernant ces souks ; le bref historique qui suit est donc directement tiré des discours des femmes impliquées.

Le *sûq al arb^ca* d'Ibrâ' est de loin le souk au sujet duquel les informations sont les plus nombreuses. Tout a commencé avec deux femmes vendant des galons de leur fabrication devant l'hôpital. Ceci aurait débuté en 1974. Pour l'ancienne directrice de l'Association des Femmes d'Ibrâ', le phénomène ne remonte qu'à 1980-82, avec quelques femmes vendant dans l'enceinte de l'hôpital, le mercredi, jour de consultation pour les futures mères. Cependant, l'affluence allant croissant et le marché naissant gênant le fonctionnement de l'hôpital, les marchandes durent s'installer à l'extérieur de l'enceinte. Les versions sur le responsable de ce déménagement initial varient : la direction de l'hôpital, la municipalité ou encore l'Association de femmes (qui n'existe pourtant que depuis 1986). L'importance de la fréquentation augmentant encore, le cheikh fit construire un auvent sur ses terres, à quelques dizaines de mètres de là. Nous sommes en 1985 et cette date marque le début du *sûq al-arb^ca* (marché du mercredi) d'Ibrâ' pour la plupart des femmes rencontrées. La date de 1992 inscrite sur le deuxième auvent marque en fait uniquement le moment de la construction de celui-ci par la municipalité, devant la permanente augmentation de la taille du marché.

Il semble que jusqu'à la construction du premier auvent, des hommes se mêlaient aux femmes – ou en tout cas utilisaient des emplacements proches – pour vendre. Mais, devant l'attitude « *incorrecte* » de certains, les femmes auraient sollicité auprès de la municipalité la création d'un espace exclusivement féminin. Le poids de la concurrence dans cette décision est difficile à évaluer. Il est singulier de constater qu'à Unayzah (Arabie Saoudite) à la même époque, on assiste également à la reconnaissance par les autorités d'un marché spécifiquement féminin, auquel un emplacement est alloué.⁽⁹⁴⁾ Il y a ensuite, exactement comme à Ibrâ', extension rapide de l'activité et donc nouvelles constructions.

Le souk de Sinâw a, lui, entre trois et cinq ans. Il est situé près de l'hôpital, d'après toutes les femmes rencontrées, pour la même raison commerciale qu'à Ibrâ' : la proximité des femmes se rendant en consultation ou en visite. La séparation initiale d'avec les hommes serait due aux hommes bédouins trop entreprenants qui allaient et venaient dans le souk. La municipalité en a donc limité l'accès aux femmes et les hommes se sont vus allouer un emplacement quelques dizaines de mètres plus loin pour leur propre marché.

Le souk féminin de Samad aurait entre quatre et sept ans. L'idée viendrait d'une habitante du bourg qui, ayant vu le marché d'Ibrâ', aurait demandé à la municipalité de construire un auvent afin de créer un souk comparable à Samad.

Si, après le récit de la naissance de ces marchés, l'on peut certainement parler du « *caractère spontané du phénomène soukier* »⁽⁹⁵⁾, il est nécessaire de signaler que l'apparition de nouvelles activités féminines au début des années quatre-vingt était un événement en phase avec la politique ambiante. En effet, le ministère des Affaires sociales promouvait alors l'ouverture d'associations féminines, de centres de formation professionnelle dans tout le pays, et même avant cela de centres sociaux à Ibrâ', Nizwâ et Rustâq. La dynamique ne semble pas s'inverser, puisque l'expansion de ces marchés paraît constante ; les étals débordent aujourd'hui à nouveau des auvents construits quelques années auparavant pour que les récentes arrivantes puissent travailler à l'ombre.

⁽⁹³⁾ Entretien avec une commerçante, Ibrâ', mai 2002

⁽⁹⁴⁾ Altorki & Cole, 1989, p. 143

⁽⁹⁵⁾ Jemmali, 1986, p. 45

Bien qu'identiques de par leur aspect exclusivement féminin, les trois souks n'ont pas de dénomination commune spécifique. Ils sont principalement désignés en liaison avec le jour de leur tenue : souk du mercredi (*sûq al-arb'a*), du jeudi (*sûq al-khamîs*) ou du mardi (*sûq al-thalâthâ*). On leur applique parfois un autre terme : *âswâq al-harim*, littéralement "marchés des femmes", celui là même utilisé Arabie Saoudite et au Maroc. Ce terme, en Oman en tout cas, sert indifféremment à nommer les marchés où l'on trouve des marchandises féminines (vendues par des hommes), la zone d'un souk "masculin" où quelques femmes vendent au milieu des hommes, ou encore cette institution entièrement féminine qu'est le souk féminin au sens. En définitive l'appellation dominante est celle se référant aux jours de tenue des souks, comme pour les souks hebdomadaires traditionnels.

Les variations topographiques se doublent de variations temporelles, de l'aspect labile des marchés décrit par Michèle de la Pradelle à travers son étude de celui de Carpentras : « *sur une trame grossièrement semblable, chaque vendredi est un événement différent. Les acteurs, les produits, l'étendue et la densité du marché varient constamment, en particulier selon les saisons. (...) Qui plus est, d'une heure à l'autre le marché se transforme, le flux des chaland est plus ou moins dense et la clientèle socialement différente (...)* ». ⁽⁹⁶⁾ Les variations observables dans les souks féminins sont périodiques, à l'instar des marchés eux-mêmes, mais de période différente selon les aspects observés.

Tout d'abord, l'absence de montre au poignet de la majorité des vendeuses n'empêche pas le souk de respecter des horaires assez réguliers, en grande partie liés à la chaleur. Tous les marchés débutent entre cinq et six heures du matin, parfois même plus tôt à Sinâw car beaucoup de vendeuses, ayant passé la nuit sur place, sont déjà à pied d'œuvre. La première heure du marché est celle où les hommes sont les plus présents, certains installant l'étal de leur épouse, laquelle arrive plus tard. Dans les trois souks, l'affluence est maximale entre huit et neuf heures du matin, alors que toutes les vendeuses sont installées et que la température est supportable ; avant l'arrivée du gros des acheteuses, de nombreuses marchandes se rassemblent en petits groupes pour déguster café et halwa. L'heure de fin est en partie liée à la fréquentation, et en partie également à la chaleur insupportable qui règne dès dix heures passées sous les auvents. Un souk important comme celui d'Ibrâ' se termine aux alentours de midi, alors qu'à Samad, les marchandes emballent leurs baluchons dès dix heures trente. Lorsque la fin s'approche, de nombreux véhicules s'avancent au plus près, conduits par les fils ou les maris, afin de charger la marchandise.

N'ayant que très peu de liens avec l'agriculture, les souks féminins semblent peu influencés par le calendrier de celle-ci. Sa seule conséquence serait peut-être l'arrivée massive des Bédouins – et donc de clientes – dans leurs nombreux jardins de Sinâw à la fin de la saison de pêche qui leur fait quitter la côte du désert des Wahîba. Cependant, la principale variation saisonnière est liée au calendrier religieux : l'ampleur des marchés est maximale en période de *ʿîd* (*al-kabîr* notamment). Les auvents sont si pleins qu'il est difficile de se mouvoir, tant les clients – venus de Mascate entre autres – sont nombreux. De nombreuses femmes ne viennent d'ailleurs vendre qu'à cette occasion – parfois même depuis Salâlah, à huit cents kilomètres de là, à la frontière yéménite. Lorsque l'activité est très importante, le souk se termine plus tard (aux alentours de midi) et peut même, comme à Ibrâ', s'étendre sur trois jours, du mercredi au vendredi. Les autres périodes fastes sont liées à la saison des mariages (en été) et à la rentrée scolaire.

Marchandises et services

Bien que ces souks soient caractérisés par une « *absence générale d'affichage des prix* » ⁽⁹⁷⁾, il est possible d'un coup d'œil de constater qu'ils n'ont pas la modicité de certains souks ruraux d'alimentation. Ils sont par contre beaucoup moins diversifiés que les zones consacrées aux produits féminins dans les souks urbains. Ce qui frappe en premier lieu est l'absence de nourriture sur les étals. Cette caractéristique empêche d'ailleurs de classer ces marchés à l'aide du système exposé par Jean-François Troin ⁽⁹⁸⁾, qui tient compte d'un grand nombre de variations, mais suppose toujours un secteur alimentaire, aussi minime soit-il. D'autre part, ces marchés ne proposent que des produits féminins, c'est-à-dire concernant les femmes dans les rôles qui leur sont socialement assignés : mère, épouse, et maîtresse de maison. Aucun produit destiné spécifiquement aux hommes n'est en vente. Le type principal de

⁽⁹⁶⁾ 1996, p. 60

⁽⁹⁷⁾ Comme le signale Lecarme-Frassy, 2000, p. 60 à propos des marchés de Dakar, mais comme ce n'est pas toujours le cas dans les souks omanais, notamment lorsqu'ils sont touristiques.

⁽⁹⁸⁾ 1975, p. 142

marchandises est lié à la “*panoplie*”⁽⁹⁹⁾ des vêtements féminins : *dishdashha* (tunique à manches longues arrêtée sous le genou), *sarwâl* (pantalou bouffant resserré aux chevilles), *lîsû* (voile de tête en coton importé d’Inde), et surtout les fournitures pour confectionner les deux premiers.

Les tissus représentent une grande partie des étals : velours et brocarts (*brîsam*) utilisés pour confectionner *dishdashhas* et *sarwâl*, imprimés synthétiques et voile de coton pour des robes de coupe plus moderne, soie pour les robes portées par les Bédouines. Ils sont vendus à la coupe, par *dra* (environ 50 cm, en un mètre de large) ; les rouleaux de tissus des marchandes mesurent entre 10 et 30 *wâr* (un peu moins d’un mètre). On trouve beaucoup d’accessoires de mercerie, dont des bas de pantalon brodés (*kbiâ/t-a*), près à être montés sur une pièce de brocart, mais également le fil métallique nécessaire à la confection de ces articles et de galons au crochet vendus eux aussi (*sifah* ou *sîm*). Des vêtements de confection industrielle et artisanale sont aussi vendus – vêtements d’enfants, quelques rares vêtements féminins ; les sous-vêtements sont rares, seulement présents sur quelques étals, les plus pauvres. Hormis quelques slips et pantalons de dessous, aucune lingerie féminine n’est déballée. Des étals proposent produits domestiques, épices, cosmétiques... Ces derniers sont ou non de fabrication locale, comprenant aussi bien de la crème Nivea que du henné et du *mahlab* (herbe équivalente) en poudre, de l’huile pour les cheveux, de l’eau de rose, du kôhl, des parfums omanais à base d’encens, de l’encens (*lubân*) et des brindilles à brûler (*bukbûr*), des pots pour brûler lesdites brindilles (*mijmar*), ainsi que des produits utilisés spécifiquement par les femmes Bédouines : *wars* et /*sandal*, deux substances utilisées comme protecteurs solaires. Les chaussures sont rares et les bijoux absents. Un jeune homme bédouin d’Adam m’explique qu’il s’agit d’un travail d’homme... et c’est un fait, de nombreux hommes tiennent boutique d’orfèvrerie dans le périmètre immédiat du souk, notamment à Ibrâ’.

« *L’échange porte sur des quantités minimales mais n’exclut pas la spécialisation* »⁽¹⁰⁰⁾ : ainsi, hormis les étals les plus pauvres proposant un faible échantillonnage de divers produits, beaucoup de vendeuses proposent un choix de marchandises du même genre. Bien que les marchandises soient finalement assez peu variées, il convient de préciser qu’on ne peut en aucun cas parler d’« *indigence* »⁽¹⁰¹⁾ des souks féminins omanais comme le fait Fatima Hajjarabi concernant ceux du Rif. Même si les produits ne sont pas “biologiquement” périssables, l’approvisionnement est fréquent car nombreuses sont les clientes s’enquérant auprès des vendeuses de ce qui, sur leur étal, est *jadîd* (nouveau) par rapport à la semaine précédente... Par ailleurs, les marchandises de fabrication locale sont très minoritaires, mais il ne s’agit pas entièrement d’un phénomène récent, puisque les importations de tissus et d’épices, par exemple, sont un phénomène très ancien⁽¹⁰²⁾ en Oman et dans la région en particulier.

Enfin, il faut signaler que les services sont absents des souks féminins omanais ; si Michalak en Tunisie évoque les écrivains publics, Troin au Maroc dépeint les « *fonctions de distraction* » avec des « *conteurs, charlatans, jeux, musiciens* »⁽¹⁰³⁾... rien de tout ceci n’existe à Ibrâ’, Sinâw et Samad. Fatima Hajjarabi, affirme catégoriquement⁽¹⁰⁴⁾ : « *Au souk féminin on ne mange pas, on ne boit pas non plus. La pudeur l’exige. (...) La restauration manque. Y manquent également les odeurs qui font l’intimité des souks.* » Ceci concerne le Maroc, mais il est vrai qu’en Oman, hormis quelques dattes, du halwa et du café consommés entre elles par les vendeuses au début du marché, aucune nourriture n’est présente dans l’enceinte. Seule concession : un bidon isotherme commun, rempli d’eau et posé à même le sol.

Les actrices des souks

La principale caractéristique des marchandes des souks féminins peut-être formulée ainsi : « *Aucune femme ne vend si elle n’a pas été mariée.* »⁽¹⁰⁵⁾ En effet, la majorité d’entre elles sont “sans homme” : veuves ou divorcées. Les quelques femmes mariées présentes ne sont pas jeunes, et très peu d’enfants accompagnent leur mère, y compris le week-end. Aucune des marchandes présentes n’est apparemment originaire du sous-continent indien – à l’exception d’une femme indienne vendant des robes hors de l’auvent principal à Ibrâ’. Il en est de même des Bédouines d’ailleurs, présentes parmi les acheteuses comme on le verra plus loin, mais non parmi les propriétaires d’étals. Certaines d’entre elles vendent tout de même à la sauvette des porte-clefs tissés.

⁽⁹⁹⁾ Au sens de Baudrillard (1972, p. 21), à savoir une « *filière d’objet qui suscitent chez le consommateur des contraintes d’inertie : il ira logiquement d’un objet à l’autre.* » : je n’ai vu aucune femme portant uniquement une dishdashha ou un sarwâl.

⁽¹⁰⁰⁾ Hajjarabi, 1987, p. 170

⁽¹⁰¹⁾ Hajjarabi, 1987, p. 285

⁽¹⁰²⁾ Signalé par Dutton, 1983.

⁽¹⁰³⁾ 1975, p. 112

⁽¹⁰⁴⁾ Hajjarabi, 1987, p. 99

⁽¹⁰⁵⁾ Entretien, Samad, avril 2002

Il semble que la grande majorité des marchandes vende pour son propre compte, mais quelques femmes sont “salariées” par des vendeuses plus fortunées pour vendre une partie de leur stock. Le profil “type” de la marchande veuve ou divorcée semble fréquent – hors d’Oman également, comme le signalent Al Torki et Cole pour le souk d’Unayzah en Arabie Saoudite⁽¹⁰⁶⁾ et Lessinger⁽¹⁰⁷⁾, pour les commerçantes en Inde dans les années quatre-vingt. Cependant, au delà de ces remarques générales semble se dessiner une différenciation hiérarchique locale, distinguant les femmes dont les gains sont nécessaires à la survie de la famille de celles qui « *sont avares : leurs maris travaillent mais elles vendent quand même* »⁽¹⁰⁸⁾. Il existe clairement – dans les discours et les comportements – à l’intérieur de ces marchés une “aristocratie” de vendeuses plus fortunées, spécialisées en général dans le tissu à la coupe de bonne qualité.⁽¹⁰⁹⁾ Parmi ces femmes, on retrouve d’une part les vendeuses les plus anciennes, mais également celles dont les places attirées sont sous les auvents et non aux abords non aménagés de ceux-ci. Jemmali⁽¹¹⁰⁾ constate d’ailleurs en Tunisie le même phénomène spatial de séparation des vendeurs de tissus en fonction de la qualité de leur marchandise. D’autre part, hors des jours de souks, certaines marchandes de tissus reçoivent des acheteuses à leur domicile, sur le même modèle que ce que Homa Hoodfar⁽¹¹¹⁾ signale pour l’Égypte. Les étals les plus nombreux sont les plus modestes ; ils occupent pour partie les emplacements situés sous les auvents, pour partie les zones extérieures. Cette hiérarchie prend plusieurs formes : parmi ce second type de vendeuses, beaucoup vendent de la marchandise de basse qualité, industrielle et importée. Les rares qui proposent des brocarts importés d’Inde n’en ont qu’un ou deux coupons. La hiérarchie se lit donc dans l’apparence des étals mais aussi dans les situations familiales : il semble que les vendeuses dont la réussite financière est flagrante – beaucoup de stock et marchandises de haute qualité – soient plus souvent épaulées par une personne de leur famille (mari, fille...), notamment pour le transport des marchandises.⁽¹¹²⁾ Quoi qu’il en soit, les tensions palpables régnant entre certaines vendeuses sont une preuve supplémentaire, si besoin était, que la communauté de genre ne crée pas forcément la cohésion.

De prime abord, les acheteuses se distinguent les unes des autres par le style de leur habillement : certaines portent la *abaya* et le *hijab* noirs en vogue à Mascate, d’autres la *dishdasha* et le *sarwâl*, d’autres enfin – les Bédouines – des robes très colorées aux épaulettes larges, drapées d’un voile de tulle noir, ainsi qu’un masque. Le point principal qui se dégage concernant les acheteuses est la catégorie spécifique représentée par les Bédouines aux yeux de toutes les vendeuses, toutes provenances confondues. Les premiers indices ont été des plaisanteries nombreuses, visant les femmes vendant leurs travaux à la sauvette. Il se dégage de ces propos un mélange de fascination-répulsion étonnant au regard de la retenue qui règne dans tous les autres domaines. On prête aux Bédouines une richesse importante, notamment du fait de leurs nombreux bijoux en or mais cela est rapidement explicité, avec un haussement de sourcils méprisant, par leur absence d’habitat stable, et donc de frais. Leur habillement est la cible de critiques acerbes. Leurs robes sont jugées trop moulantes, leurs cheveux visibles sous le tulle choquants, leurs décolletés trop ouverts. Plusieurs vendeuses affirment que la seule raison de leur présence était la proximité des hommes, eux-mêmes dépeints comme des voleurs qui « *n’ont pas le même mode de vie* », dont les femmes « *sont insupportables et font beaucoup trop de bruit* » et les « *filles sont mal élevées* »⁽¹¹³⁾ Leur rejet par les femmes des bourgs est motivé de diverses manières : « *elles sont très belles, mais sales* », elles « *n’ont pas de lois* », « *elles vont avec les hommes* » et « *se mettent en colère très vite* »⁽¹¹⁴⁾ ... autant d’agissements contraires aux bonnes mœurs locales, qui n’empêchent pourtant aucune vendeuse de faire affaire avec elles, en admettant clairement qu’elles sont de bonnes clientes. La clientèle des souks féminins permet donc d’appréhender une des grandes dichotomies de la société omanaise : le diptyque *bâdu* - *ha/dar* qui coupe Oman en deux pour beaucoup d’habitants, chacun choisissant les frontières de son goût ; de fait, cette « *dichotomie, telle qu’elle est comprise et largement pratiquée en Oman est celle entre deux modes de vie distinctifs et deux cultures* ».⁽¹¹⁵⁾

⁽¹⁰⁶⁾ 1989, p. 147

⁽¹⁰⁷⁾ 1986

⁽¹⁰⁸⁾ Entretien, Ibrâ’, mai 2002

⁽¹⁰⁹⁾ Il est intéressant de noter que chez Eickelman, Barth, Wikan pour Oman et Hajjarabi pour le Rif, les vendeurs de tissu représentent « *l’aristocratie marchande* » (Hajjarabi, 1987, p. 129).

⁽¹¹⁰⁾ 1986, p. 260

⁽¹¹¹⁾ 1997, p. 127

⁽¹¹²⁾ C’est également ce que note Lessinger en Inde (1986, p. 593).

⁽¹¹³⁾ Entretien, Ibrâ’, mai 2002

⁽¹¹⁴⁾ Entretiens, Ibrâ’ et Sinâw, mai 2002

⁽¹¹⁵⁾ Barth, 1983, p. 68

À propos des interactions entre vendeuses et clientes, il convient en premier lieu de signaler que dans ces souks féminins, les échanges concernent exclusivement de la vente au détail. La vente est directe, sans utilisation de *dallâl*, et les enchères ne sont pas pratiquées. En revanche, le marchandage l'est, bien qu'il s'agisse d'une forme moins haute en couleurs et en décibels que dans les souks fréquentés par les hommes. Il règne dans les souks féminins un certain brouhaha, mais aucune apostrophe ne fuse et les marchandes ne hèlent pas les clientes. L'interaction est initiée par l'acheteuse, questionnant à propos d'un prix. Une fois cette étape passée, il apparaît que les vendeuses opèrent une « *claire distinction entre marchander pour "prendre la température" (...) et marchander pour conclure ou échanger* ». ⁽¹¹⁶⁾ Il en est d'ailleurs de même lorsque le prix proposé par l'acheteuse est jugé trop bas : la tactique consiste à rester muette. Ce type d'interaction est fréquemment mené avec plusieurs interlocutrices simultanément, mais comme le signale Mireille Lecarme-Frassy ⁽¹¹⁷⁾ à propos des vendeuses dakaroises : « *en fait, la marchande gère plusieurs dialogues simultanés mais clôt une transaction à la fois* ».

Réseaux (mobilité, approvisionnement, écoulement du stock)

Interconnectés par les vendeuses mobiles de l'un à l'autre – et par certaines acheteuses – ces souks constituent un réel réseau de distribution des produits féminins dans la région de la Sharqiy-a. Dans les discours des personnes rencontrées, ils sont liés, et évoqués ensemble très fréquemment. Le réseau des marchés entre lesquels les femmes rencontrées se déplacent ne comprend que Samad le mardi, Ibrâ' le mercredi et Sinâw le jeudi. Comme on l'a vu plus haut, les jours choisis à Sinâw et Ibrâ' sont liés aux consultations hospitalières, et il est probable que pour Samad, il s'est agi de n'entrer en concurrence directe ni avec ceux-ci ni avec le grand marché du week-end de Nizwâ. Même si, compte tenu de leur fréquentation uniquement féminine et de l'absence de produits agricoles, les souks féminins n'appartiennent pas au même réseau que les autres souks hebdomadaires, il n'est sûrement pas fortuit que les plus vivants d'entre eux – Ibrâ' et Sinâw – soient situés dans les bourgs où les marchés locaux sont très fréquentés. Le marché du vendredi à Sinâw représente un réel pôle régional quant à la vente aux enchères du bétail et les échanges entre Bédouins et sédentaires. ⁽¹¹⁸⁾

Concernant le trio des souks féminins eux-mêmes, il ne semble pas y avoir de complémentarité des marchés en ce qui concerne la variété des produits. Ils sont par contre nettement complémentaires des souks hebdomadaires "masculins" comme celui de Nizwâ, dans lesquels la qualité et le choix de marchandises – notamment les brocards et l'artisanat – est bien moindre. D'autre part, Ibrâ' apparaît de façon évidente comme le barycentre dudit trio, du fait de son ancienneté et de sa taille sans doute ; toutes les vendeuses rencontrées à Sinâw et à Samad vendaient également à Ibrâ'. Enfin ces trois souks féminins n'ont pas à mon sens les caractéristiques de proximité de parenté propres – d'après Fatima Hajjarabi ⁽¹¹⁹⁾ – aux souks « *locaux* » : vendeuses et acheteuses ne se connaissent pas toutes et les marchés ont un rayonnement bien supérieur aux 5-7 km évoqués par cette historienne. Ces souks seraient plus certainement classables dans la catégorie des souks « *tribaux* », au sens notamment où ils mettent en contact des femmes nomades et des sédentaires, de villages différents et parfois même de régions différentes.

Si les souks féminins prennent une importance économique croissante, ils n'en sont pas moins connectés, par l'intermédiaire des vendeuses, avec une multitude d'autres lieux de vente : les échoppes où les marchandes écoulent leur stock hors des jours de marchés, près de leur domicile, ainsi que toutes les maisons où s'échangent les marchandises durant les visites de voisinage. Je ne dispose pas des données permettant d'évaluer l'importance relative de ce mode de commercialisation "entre femmes", mais il semble répandu, en particulier chez les vendeuses les plus aisées. À ce propos, il est à signaler qu'il n'existe aucune boutique dans le souk et qu'aucune femme n'en possède dans les bourgs concernés ; seules des ventes à domicile existent. Il n'y a donc pas, comme en France par exemple, de fonctionnement conjoint d'un étal temporaire et d'un permanent pour une même marchande.

Les vendeuses mobiles d'un souk à un autre sont très nombreuses, et habitent la Sharqiy-a. Certaines peuvent venir de Salâlah (distante de douze heures de route), mais plus spécialement durant les périodes de fêtes. Quelques femmes n'habitant aucune des trois localités de marché passent la nuit à Sinâw, sous l'abri du souk.

⁽¹¹⁶⁾ Geertz, 1979, p. 225

⁽¹¹⁷⁾ 2000, p. 79

⁽¹¹⁸⁾ Hoek, 1998, p. 170

⁽¹¹⁹⁾ Hajjarabi, 1987, pp. 118 à 126

La cohésion du réseau de souk semble assurée uniquement par le bouche-à-oreille : toutes les vendeuses interrogées ont ajouté un souk ou un autre à leur périple après discussion avec d'autres marchandes. En l'absence de véritable réseau de transport en commun, les vendeuses n'ont que peu de solutions (et peu de temps) pour aller d'un souk à l'autre. Les choix les plus fréquents sont les taxis collectifs – partagés par quatre ou cinq femmes – et les véhicules familiaux, conduits par le fils, le mari ou la fille. Aucune des femmes que j'ai rencontrées ne conduisait elle-même depuis son domicile ; rares sont les vendeuses voyageant seules, quel que soit son mode de transport.

À l'exception des quelques pièces de broderie que les femmes produisent sur place – parfois même pendant les temps morts du marché –, la majorité des marchandises sont importées. Ces produits d'importation – comme les épices, parfums, tissus (coton et soie), vêtements – sont des denrées communes dans la région, mais leur mode d'acheminement est variable. Alors que ces marchandises sont longtemps arrivées par mer jusqu'aux ports de la Sharqiy-a, elles sont maintenant surtout importées par les zones portuaires de la capitale ou par la terre depuis les pays voisins. À de rares exceptions près, l'approvisionnement suppose la mobilité des marchandes. Il n'y a pas dans le pays de marché de gros concernant les produits vendus dans les souks féminins. Du fait de l'absence de produits alimentaires et de la spécificité des marchandises, les circuits d'approvisionnement de ces marchandes leur sont propres, et ne recourent qu'assez peu ceux des commerçants des autres marchés hebdomadaires.

Il semble que seules les vendeuses les plus aisées soient approvisionnées à domicile. Les coupons de tissus leur arrivent par camionnette au départ de Mascate ou de Sûr. Les négociants s'approvisionnent directement dans les ports en question, à l'arrivée de bateaux en provenance d'Inde ou du Pakistan. Il semble qu'il n'y ait pas vraiment de commandes : lorsque la camionnette arrive chez une vendeuse, elle choisit ce qui lui paraît être la meilleure marchandise. Ceci se produit environ une fois par mois en temps normal, et de manière bimensuelle avant les périodes de fêtes. Il ne semble jamais y avoir, comme ce que décrit Franck Mermier à Sanaa⁽¹²⁰⁾, de distribution équitable des marchandises arrivées par convoi.

Les conditions d'approvisionnement semblent beaucoup plus favorables à Dubaï, mais toutes les vendeuses n'ont pas les moyens de s'y rendre. Nombreuses sont celles, parmi les plus pauvres, qui constituent leur stock à Mascate. D'ailleurs, à l'autre extrémité de la chaîne commerciale, Maï Le Garrec confirme ce que racontent les marchandes : « [les femmes de l'intérieur du pays] arrivent à plusieurs dans un taxi collectif pour rencontrer les commerçants du souk avec lesquels elles ont l'habitude de faire des affaires. Elles repartent le soir même chez elles. Contrairement aux femmes de la côte, [elles] n'achètent pas seulement des produits dans le souk pour leur usage personnel mais elles les revendent ensuite dans les souks de l'intérieur. »⁽¹²¹⁾ L'approvisionnement se fait donc par groupe – mais semble-t-il sans négociation commune avec un grossiste – à Matrah, le souk le plus ancien de la capitale ou à Rûwi, zone commerçante en pleine expansion non loin de là. Les vendeuses s'approvisionnent ainsi ensemble à Mascate, trois fois par mois en moyenne et jusqu'à trois fois par semaine en période de fêtes ; elles n'ont en effet pas assez de liquidités pour constituer un stock important. Pour celles dont les finances le permettent, Dubaï a l'avantage de limiter le nombre d'intermédiaires (la majorité des marchandises vendues à Mascate en vient, tant les conditions d'importation y sont meilleures) et de permettre des frais de douane faibles, du fait d'accords spécifiques entre Oman et les Émirats limitant ceux-ci à 5%.

Pour financer ces achats de marchandises, il ne semble pas exister de "tontine" entre commerçantes⁽¹²²⁾ – c'est-à-dire de « *caisse mutuelle de crédit rotatif entre pairs* » – comme les décrit, entre autres, Mireille Lecarme-Frassy⁽¹²³⁾ pour le Sénégal. De ce fait, les vendeuses s'approvisionnent en priorité auprès de ceux qui pratiquent le crédit. Ainsi certaines vendeuses préfèrent-elles les négociants itinérants mascatis, car ceux de Dubaï se refusent à avancer le prix du stock. Cependant ceci dépend énormément de la quantité de marchandise et les femmes les plus pauvres en sont réduites à acheter presque au détail à Mascate et à vendre à flux tendu. Elles n'ont en effet pas assez d'argent pour conserver un stock, si minime soit-il.

Dans un tel contexte, la grande majorité des femmes préfèrent vendre dans le souk – même les plus aisées d'entre elles – car le profit y est bien supérieur, du fait de l'absence de redevance pour l'emplacement

⁽¹²⁰⁾ 1997, p. 66

⁽¹²¹⁾ 2000, p. 76

⁽¹²²⁾ Bien qu'elles soient par ailleurs très nombreuses, notamment entre les particuliers ayant des projets immobiliers.

⁽¹²³⁾ 2000, p. 28

occupé. Si quelques-unes des marchandes tiennent des comptes écrits, de nombreuses ne le font pas. L'aspect principal concernant l'écoulement de la marchandise concerne l'adaptation de la mobilité aux profits potentiels évalués par les marchandes⁽¹²⁴⁾. Certaines s'étonnent que des femmes viennent de Salâlah pour vendre sans évaluer auparavant le montant relatif de leur profit potentiel et du coût du voyage (environ 13 rials, 26 €). Certaines vendeuses habitant Ibrâ' ne se rendent à Sinâw qu'une semaine sur deux, du fait du coup des 80 km de route nécessaires. D'autres, lors des périodes creuses, pèse le pour et le contre avant de dépenser le demi rial – 1 € – que coûte le taxi entre chez elles et Samad. Malgré le manque de liquidités auquel certaines doivent faire face, il ne m'a été donné de voir aucune pratique de troc. Tous les échanges semblent monétaires. Le crédit est presque absent des échanges, à l'exception des clientes fidèles des commerçantes les plus riches. Il n'y a pas d'accord généralisé entre vendeuses sur les prix, d'autant plus que la fourchette de valeur des étals s'étend de quelques rials pour les plus pauvres à un millier (deux mille euros environ) pour les plus riches.

Autorités, emprises

Si le mode d'organisation des souks féminins paraît relativement labile, des contrôles extérieurs s'exercent, qu'ils soient officiellement établis ou qu'il s'agisse que de l'impact des "cultures de genres" évoquées plus haut.

Tout d'abord, le rôle de la police est assez minime dans ces souks ; aucun officier ne pénètre dans les marchés, mais plusieurs d'entre eux organisent alentour la circulation des dizaines de véhicules déchargeant la marchandise. Ils ne semblent pas tenus de faire respecter l'interdiction d'accès aux hommes. Dans la mesure où les emplacements ne sont pas payants et où leur disposition est gérée par les femmes elles-mêmes, le contrôle extérieur du souk semble très limité, et en tout cas sans commune mesure avec l'intervention policière municipale qui existe dans les marchés européens. Le rôle de la municipalité semble dans les trois villes se borner à entériner l'existence du souk et à assurer la construction des bâtiments.

L'association des femmes d'Ibrâ'⁽¹²⁵⁾ – environ cinq cents membres – a été créée en 1986, après le début du souk dans cette ville. Le ministère de tutelle est celui des Affaires sociales, et les fonctionnaires mascatis du directeur général au développement des femmes connaissent personnellement les femmes composant la direction de l'association. Bien que n'ayant aucun rôle formel dans l'organisation du marché, l'association influe tout de même, à travers celles de ses membres qui vendent le mercredi et à travers ses prérogatives⁽¹²⁶⁾, qui sont certainement un vecteur d'innovation. Cependant, à l'inverse de ce que Laurence Michalak⁽¹²⁷⁾ signale en Tunisie pour les souks hebdomadaires, les travailleurs sociaux sont absents de ces souks. Et si la politique de développement actuelle a amené l'ouverture de bureaux du ministère du Commerce et de l'Industrie à Ibrâ' et Sinâw, dans le but d'encourager le secteur commercial, ceux-ci ne semblent avoir aucun lien avec les souks féminins.

Hormis ces autorités patentes, les règles de l'habitus féminin, bien que non écrites, façonnent également l'apparence et la vie de ces souks. La principale manifestation de la culture de genre féminine dans ces souks est le type de marchandise proposé : aucune ne s'éloigne de la sphère du domestique, et ce d'autant plus qu'aux yeux de plusieurs vendeuses, ces marchés ne sont que le prolongement « *normal* » des ventes à domicile qu'elles pratiquaient auparavant et pratiquent encore aujourd'hui. Le discours d'un cheikh concernant les femmes de sa tribu – qui n'auront d'après lui jamais de souk car personne ne les laissera s'abaisser jusque là – montre bien que même exclusivement féminins, ces marchés restent « *à la limite du licite* »⁽¹²⁸⁾. Le modèle de la femme au foyer est prégnant et ce regroupement de femmes en "territoire masculin", au propre comme au figuré, puisqu'il s'agit de commerce, n'est pas en phase avec ledit modèle.

Marie-France Guesquin-Barbichon⁽¹²⁹⁾ décrit à propos de la foire française de Corbigny une « *division des sexes garantie par la division des espaces* » diamétralement opposée à celle qui prévaut dans les trois villes de souks féminins : « *le bourg hors-foire appartient au monde féminin. La foire est un événement fort de la convivialité et de la consolidation des rapports de parenté : elle permet les retrouvailles pour les individus dont certains parents résident en ville* ». En effet, alors que les femmes sont rassemblées dans le périmètre du souk,

⁽¹²⁴⁾ Fatima Hajjarabi signale la même chose dans les souks féminins du Rif (1987, p. 242).

⁽¹²⁵⁾ Il n'y a pas d'association équivalente à Sinâw et Samad.

⁽¹²⁶⁾ Madrasa pour adultes et enfants, bibliothèque, festivals pour enfants, école maternelle, cours de couture, programmes de santé publique, garderie pendant les mois chauds...

⁽¹²⁷⁾ 1983, p. 45

⁽¹²⁸⁾ Hajjarabi, 1987, p. 31

⁽¹²⁹⁾ 1980, pp. 328-329

leurs accompagnateurs masculins investissent la ville ; plusieurs vendeuses m'ont expliqué qu'ils se rendaient chez des amis ou des membres de leur famille, le temps du marché. Les marchandes ne s'éparpillent pas et les retardataires ne sont pas installées à plus de vingt ou trente mètres de l'enceinte du marché. À Sinâw, celles qui tentent une installation extérieure sont souvent rabrouées par la police.

Du fait de la présence des hommes alentour, l'impression dégagee par ces marchés est celle d'enclos, d'îlots féminins. À Samad en particulier, les abords des deux auvents étant dégagés, de nombreux hommes déambulent en cercle – à pied ou en voiture – autour du marché. À Sinâw, certains hommes déchargent les marchandises par-dessus le “garde-fou” métallique enserrant le souk. Cependant cet isolement central des femmes n'est pas le fait d'une règle légale ni écrite. La présence des hommes n'est pas explicitement interdite – à l'exception du panneau à Ibrâ', à destination des touristes peu au fait des convenances – ; si les hommes n'entrent pas, dit-elle, c'est « *parce que seules des femmes y sont* ». Il s'agit bien là de “l'autoréférentialité” du système des cultures de genres, qui se passe de justification.

On peut donc parler d'un maintien du “contrôle domestique” sur des femmes travaillant à l'extérieur de leur domicile par le simple regard d'hommes ou de femmes de leur voisinage proche. Johanna Lessinger⁽¹³⁰⁾, observant de tels comportements en Inde, nomme ce phénomène “chaperonnage public”. Il s'agit d'un “aménagement” permettant aux femmes de rester honorables tout en apportant leur soutien économique au foyer. En Oman, où la mobilité des femmes est d'ordinaire très réduite, les déplacements et l'activité économique hors de la sphère locale peuvent paraître surprenants, non conformes en tout cas. Pourtant il n'en est rien, car même si elles ne sont pas accompagnées d'un homme de leur famille, les marchandes ne voyagent jamais seules – pour vendre ou s'approvisionner⁽¹³¹⁾. Elles se déplacent en taxis collectifs, au départ du même village. L'arrivée au marché et la vente se fait sous les yeux de femmes connues personnellement, ou au moins de vue, depuis plusieurs années. Non seulement les vendeuses “incorrectes” s'afficheraient face à des femmes de connaissance, mais de plus non loin d'hommes également connus : à la question « *qui est cet homme ?* », les vendeuses répondent immédiatement : « *c'est le frère de..., le beau-frère de...* ». La sortie de ces femmes hors de la sphère du foyer n'est rendue possible que par ce contrôle omniprésent.

Cependant la ségrégation spatiale des genres n'est que de pure forme : les souks masculins sont situés à quelques dizaines de mètres, les fils et maris de certaines marchandes aident à l'installation des étals en début de marché – mais s'éclipsent rapidement –, un ou deux hommes âgés vendent de la vaisselle à la marge du marché d'Ibrâ', le mari d'une vendeuse fait une incursion rapide pour lui amener de la monnaie, quelques femmes n'hésitent pas à s'installer hors des barrières à Sinâw, etc. Pourtant ces incohérences ne sont qu'apparentes ; elles sont intimement liées au contrôle social mutuel évoqué plus haut, dans la mesure où elles sont aussi codifiées que les règles tacites qu'elles semblent transgresser : les hommes entrant dans le souk se doivent d'être les parents proches, et connus, de l'une des vendeuses, les incursions sont plus autorisées durant les périodes d'activité intense où les étals sont plus importants et plus difficiles à installer, leur présence est acceptée tant qu'ils ne vendent pas eux-mêmes... Les limites du licite sont donc une deuxième fois mouvantes, mais à l'intérieur d'un cadre défini.

L'impression de liberté de mouvement dans le marché, soulignée par les clientes, serait-elle due à la qualité de “quasi-cadre domestique” translaté du marché ? En effet, bien que les hommes soient à proximité, les règles prévalant à l'intérieur du souk sont celles des sociabilités féminines, celles-là même pratiquées pendant les visites de voisinage et les ventes qui les accompagnent. Le souk féminin apporte sans doute plus de clientèle du fait qu'il n'est pas limité aux voisines et parentes, mais il a beau se situer en plein cœur d'une zone publique, il n'en est pas moins en quelque sorte “semi-privé”, du fait des activités spécifiquement féminines, de la séparation des genres comme dans les *majlis* domestiques, et du « *chaperonnage public* » rappelant le regard des voisines...

Conclusion

Les pages précédentes tentent de rendre palpable le contexte d'apparition, le développement et le fonctionnement quotidien des souks féminins omanais, et de montrer leur intérêt en tant qu'objet ethnologique. Pourtant, en premier lieu, force est de constater la rareté des publications consacrées aux marchés, sans parler de la quasi-absence de travaux sur les souks féminins, y compris dans les écrits des anthropologues ayant été

⁽¹³⁰⁾ 1986

⁽¹³¹⁾ Constaté en Inde également par Lessinger, 1986, p. 590.

présents en Oman dans les années quatre vingt. Par ailleurs, comme le dit bien Carol Riphenburg⁽¹³²⁾, « *la croissance économique n'est pas neutre du point de vue du genre* », et il est donc intéressant de situer l'apparition de ces souks par rapport à celle-ci. Les souks féminins omanais n'ont rien des « *marchés-reliques* »⁽¹³³⁾ décrits par Troin au Maroc, et les causes de cette dissemblance sont à examiner.

Même si les souks féminins n'ont pas toutes les caractéristiques de gain d'autonomie que certains leur prêtent, ils représentent « *l'émergence des femmes dans un domaine discursif anciennement réservé aux hommes* »⁽¹³⁴⁾. Il s'agit d'un déplacement récent des limites du licite. Le jeune âge de ces marchés ajoute encore à leur intérêt, la question se posant, au regard du cas marocain : « *qu'est-ce qui est omanais à propos des souks féminins omanais, et quelle différence cela fait-il ?* »⁽¹³⁵⁾ Les questions de mobilité, de finances, d'approvisionnement, permettent d'appréhender sous un angle singulier le statut des femmes et leur rapport aux hommes. Si les souks féminins ne sont pas un fait social total, ils permettent toutefois de donner « *un éclairage de la totalité* »⁽¹³⁶⁾. Leur intérêt est bien plus vaste que celui d'un simple « *particularisme exotique* ».⁽¹³⁷⁾ Ils ne sont ni des « *marchés-reliques* »⁽¹³⁸⁾, ni des « *phénomène[s] résiduel[s]* »⁽¹³⁹⁾ et si leur fonction sociale est importante de par les sociabilités diverses qu'ils induisent, leur rayonnement économique est loin d'être minime ; ces marchés ne se limitent pas à « *une assemblée et une fête féminines* ».⁽¹⁴⁰⁾ En effet, s'ils sont en partie « *un conservatoire des produits traditionnels nécessaires à la pratique des rituels sociaux* »,⁽¹⁴¹⁾ ces souks n'en sont pas moins la seule ressource financière de nombres de foyers dans la région, ainsi que le point de départ de la fortune de quelques femmes d'affaires avisées. Il existe de plus une complémentarité – quant au type de produits proposés – entre ces souks et les commerces de la capitale.

Si Jean-François Troin – mais aussi plus récemment Fatima Hajjarabi et Anna Maria Di Tolla – affirme la primauté de la fonction sociale des souks féminins marocains, en particulier à travers leur statut de “foires matrimoniales”, la situation omanaise apparaît donc très différente. De plus, le gouvernement développe un discours quasi-folkloriste au sujet de “l'héritage” omanais, tout à fait conscient de la poésie et de l'authenticité prêtées par les Européens au marché, ainsi que de leur fascination pour les souks et autres bazars.

Au regard de l'opposition “fonctions sociales et fonctions économiques” utilisée par Jean-François Troin dans son analyse marocaine, les souks féminins omanais revêtent tout de même plusieurs fonctions sociales importantes. Tout d'abord, ils permettent d'entretenir les sociabilités féminines : les vendeuses partagent café et halwa en début de marché, par petits groupes d'interconnaissance. On ne peut pas pour autant parler de liens très étroits à l'échelle de l'ensemble du marché. Pourtant, du fait des régions très diverses d'où proviennent les femmes, ces marchés sont un lieu notable de brassage de populations féminines d'ordinaire isolées les unes des autres. Les stratégies matrimoniales féminines, si elles sont présentes dans ces marchés, me sont restées inaccessibles. Si elles existent, elles sont beaucoup moins prépondérantes dans ces marchés à rayonnement régional que dans les souks marocains dont le bassin de clientèle est très restreint et qui sont qualifiés de « *locaux* » par Fatima Hajjarabi. Sans parler comme elle de ballets de jeunes femmes « *très bien habillées et maquillées* »⁽¹⁴²⁾, j'ai pu observer de nombreuses jeunes femmes non mariées visitant le marché en groupes. La séparation des espaces selon les sexes est observable dans ces souks, mais les rencontres entre jeunes de sexe opposé ne sont pas une des fonctions visibles de ce souk, ni même un corollaire : les femmes restent cantonnées dans l'enceinte et les clientes sont fréquemment accompagnées par des hommes de leur famille qui les attendent au-dehors. Il existe de surcroît une fonction sociale d'intégration des femmes “sans hommes” mais d'une part cet aspect est aussi largement économique, et d'autre part il n'est pas exclusif dans la mesure où de nombreuses vendeuses mariées viennent également chercher un revenu supplémentaire.

En second lieu, ces souks paraissent « *tourné[s] vers la production d'une image de soi communautaire* »⁽¹⁴³⁾ : au niveau local, en permettant la transmission aux plus jeunes de l'habillement de leurs

(132) 1998, p. 164

(133) 1975, p. 113

(134) Kapchan, 1996, p. 2

(135) Pour paraphraser Geertz, 1979, p. 140.

(136) Kilani, 1992, p. 33

(137) Bourdieu, 1998, p. 56

(138) Troin, 1975, p. 113

(139) Hajjarabi, 1987, p. 47

(140) Troin, 1975, p. 117

(141) Mermier, à paraître (a)

(142) 1987, p. 99

(143) Mermier, 2002

âînées, mais également au niveau national, à travers leur utilisation par le ministère des Affaires sociales comme vitrine du “développement féminin” en Oman, présenté comme respectueux des “traditions”. Paradoxalement, ces mêmes marchés permettent également de disséminer la mode féminine en provenance de la capitale et des pays limitrophes, de Dubaï notamment. Dans le discours de mes interlocutrices les plus âgées perce un réel enjeu de générations quant à leur volonté de perpétuer leur costume quotidien, dont certaines déplorent qu’il ne soit plus porté que « *dans les festivals* ». Il convient cependant de ne pas avoir de ces marchés une vision bipolaire, entre étals “traditionalistes” et “innovants”, dans la mesure où la recherche acharnée du *jadîd* (nouveau) n’est pas l’apanage exclusif des jeunes femmes.

Une vendeuse parmi les plus anciennes, m’expliquant que « *certaines femmes vendent parce que leurs familles sont pauvres, d’autres parce qu’elles veulent de l’argent à elles* », exprime bien les deux fonctions économiques principales qui se dégagent de l’observation de ces marchés. D’un côté se trouvent des femmes mariées dont le conjoint travaille, qui vendent pour acquérir une certaine indépendance financière. De l’autre côté, on trouve des femmes, mariées ou non, dont le revenu familial insuffisant nécessite un apport financier supplémentaire. Le commerce dans les marchés, peu prenant pour celles qui habitent la région, est un bon moyen de gagner sa vie. Ces marchés, bien que ne concernant pas des produits de première nécessité, sont vus par les vendeuses comme une réponse adéquate à de nouveaux besoins, lesquels sont liés à la modification du mode de vie intervenue durant les trente dernières années. D’une manière difficile à quantifier, il est d’autre part probable que ces marchés ont des retombées financières non négligeables pour le commerce permanent des trois villes concernées : même si toutes les acheteuses ne fréquentent pas d’autres lieux que le souk, leurs accompagnateurs masculins, ainsi que ceux des vendeuses, investissent la ville durant le marché et font le tour des boutiques, souvent en groupes. La venue au marché est également pour beaucoup de familles l’occasion des opérations bancaires. Le discours des vendeuses comme celui des acheteuses insiste sur l’intérêt commercial de ces souks, offrant des profits intéressants et des prix très concurrentiels. Il n’y a donc pas en Oman d’antithèse entre rôle commercial des femmes et souks féminins, contrairement à ce que notait Troin au Maroc.

L’existence de souks expressément “féminins” amène en premier lieu une question simple : “*c’est donc qu’il existe des souks masculins ?*” L’examen des traits principaux des souks du monde arabe et d’Oman en particulier tend à prouver la pertinence de cette interrogation. Si quelques-uns, comme les marchés urbains marocains, se distinguent par leur mixité, globalement la fréquentation féminine y est faible et désapprouvée, véritable enjeu de domination. Peut-être cette diabolisation du marché pour les femmes passe-t-elle inconsciemment par le vecteur linguistique, dans la mesure où « *l’adjectif arabe sùqî [désigne] un comportement ou un usage langagier “grossier, populacier, vulgaire” et [le] nom sùqâ (...) désigne le “bas-peuple”* » ?⁽¹⁴⁴⁾

Les souks se présentent réellement comme des territoires de présence et de compétence masculines. D’autre part, la caractéristique masculine de certains marchés se trouve dans l’atmosphère générale, décrite par Deborah Kapchan à propos de Beni Mellal (Maroc) : il s’agit d’un espace « *d’exagération où les gens se permettent de perdre leur flegme, de crier et d’accuser les autres à la moindre provocation.* »⁽¹⁴⁵⁾ De plus, il est possible de s’interroger sur l’organisation des souks féminins, qui apparaît dans la littérature bien moins structurée par exemple que celle des souks urbains – quotidiens ou non.

On peut également appréhender l’opposition fonction sociale / fonction commerciale comme une opposition souks “masculins” – souks féminins. Pierre Bourdieu observe que « *les femmes sont exclues de tous les lieux publics, assemblée, marché, où se jouent les jeux ordinairement considérés comme les plus sérieux de l’existence humaine, tels les jeux de l’honneur.* »⁽¹⁴⁶⁾ Les marchés masculins supposent des ventes aux enchères et un marchandage intensif. De telles compétences, spécifiquement masculines, ne sont pas transférées dans le lieu de sociabilité “uni-genre” qu’est le souk féminin, ou en tout cas pas sous la même forme. La piste d’une radicale opposition terme à terme est cependant brouillée : il apparaît que dans le souk féminin également prend place une « *recherche d’informations* » dans un espace commercial ne contenant « *ni distribution cérémonielle ni publicité.* »⁽¹⁴⁷⁾ Fatima Hajjarabi⁽¹⁴⁸⁾ affirme que « [le souk féminin] *n’existe que parce qu’il y a sa négation, le souk masculin* ». Or, la fréquentation des souks dans le monde arabe – pour ce qui est des marchands en tout

⁽¹⁴⁴⁾ Mermier, à paraître (b)

⁽¹⁴⁵⁾ 1996, p. 41

⁽¹⁴⁶⁾ 1998, p. 55

⁽¹⁴⁷⁾ Geertz, 1979, p. 124

⁽¹⁴⁸⁾ 1987, p. 23

cas – étant très majoritairement masculine, le second terme de cette opposition recouvre en fait l'ensemble du système soukier. Il y aurait donc d'une part des souks "habituels" – masculins – et d'autre part des souks réservés aux femmes. Admettant cette distinction, j'estime tout de même qu'il ne s'agit pas d'une opposition terme à terme ; ces souks ne constituant pas un exact « *symétrique* »⁽¹⁴⁹⁾ des souks masculins – au sens de "semblable mais opposé". Il s'agirait plutôt d'une translation-réinterprétation du modèle commercial masculin dans le monde féminin, infléchissant au passage celui-ci dans le sens du "fémininement correct". Ainsi, l'éclectisme de l'offre des souks masculins est-il réduit ; les marchandises des souks féminins se limitent à la sphère domestique. De même, si les souks masculins sont considérés comme un "lieu de perdition pour la moralité féminine", les participantes aux marchés féminins – tout en pratiquant le marchandage et la concurrence – conservent à ces lieux une modération à l'opposé du « *grotesque* »⁽¹⁵⁰⁾ des forums masculins. Un exemple frappant est le contraste appuyé entre le bruit et l'agitation de la vente aux enchères du souk de Sinâw, et le calme relatif du souk d'Ibrâ'.

La « *logique profonde* »⁽¹⁵¹⁾ – économique en tout cas – de ces marchés étant semblable à celle de leurs homologues masculins, certains aspects centraux caractérisant académiquement ces derniers sont pourtant absents de ces souks : la division très poussée du travail et l'ouverture à tous notamment⁽¹⁵²⁾. Puisque ces souks ne sont pas seulement des "gadgets économiques" vitrines du régime, peut-être faudrait-il modifier, en tout cas élargir les conditions d'acceptation du terme "souk" dans les sciences humaines à leur lumière...? Quand bien même cette affirmation ne se suffit pas à elle-même, il est important de noter que pour leurs actrices, ces souks sont bien des *aswâq*, sans dénomination spécifique les différenciant de leurs "translatés" masculins.

Devant la spécificité de ces marchés se pose donc la question de leur caractérisation : sont-ils le fruit d'un "séparatisme – gain d'autonomie – commercial" ou plutôt du "renforcement des cultures de genres" ? En effet, au premier abord, la sortie des femmes hors du foyer pour se livrer à une activité économique nouvelle peut apparaître comme un signe d'ouverture et de diversification des modèles sociaux. Pourtant il est possible – notamment à la lumière des analyses de Pierre Bourdieu – de faire varier l'éclairage. À ses yeux, tout se passe « *comme si la féminité se mesurait à l'art de se faire petite* »⁽¹⁵³⁾ ; si l'on ajoute à cela son analyse de la claustration, on est amené à s'interroger sur ces souks féminins : ne seraient-ils pas qu'un enclos domestique translaté ? Ne s'agirait-il pas en fait d'un glissement des frontières du privé, et donc de l'acceptable ? Il est en somme possible d'appréhender ces souks comme une forme – certes atypique, mais bien réelle – de "ratification" de la domination masculine. L'anthropologue Dawn Chatty⁽¹⁵⁴⁾, applique ce questionnement à une autre donnée omanaise : la tendance récente et encore très minoritaire à l'emploi des femmes dans des places auparavant occupées par des hommes immigrés. Ces travaux non qualifiés sont en fait selon elle considérés comme une extension du travail domestique. Elle ne perçoit donc dans cette tendance aucun changement intrinsèque du système ; seulement un déplacement des frontières de l'acceptable par les hommes de la famille donnant leur accord au travail de la femme concernée, pour des raisons de crise économique naissante. Néanmoins, le statut familial de l'homme repose en Oman sur son rôle économique de soutien des siens.

Ainsi, même si, au premier abord – comme dans les discours de marchandes officiellement médiatisés –, l'activité économique des femmes dans les souks féminins peut apparaître comme une petite "révolution" des relations hommes-femmes, les choses ne sont pas si tranchées. Il ne s'agit pas d'un gain d'autonomie par sortie du système de domination masculine, mais plutôt d'un déplacement du cadre du fémininement correct assorti de "mesures" maintenant l'innovation dans les limites du licite. Le « *chaperonnage public* » et le constant accompagnement des marchandes ainsi que la spécialisation de l'activité dans la sphère domestique⁽¹⁵⁵⁾ ne rompent en aucun cas avec la continuité des "cultures de genres" évoquées plus haut. Peut-être même les renforcent-ils, en trouvant le moyen de leur intégrer un aspect jusque là exclu : l'activité économique rémunérée des femmes. La création de ces souks "unigenre" apparaîtrait comme une "ratification" de la

⁽¹⁴⁹⁾ Hajjarabi, 1987, p. 330

⁽¹⁵⁰⁾ Kapchan, 1996, p. 41

⁽¹⁵¹⁾ Hajjarabi, 1987, p. 63

⁽¹⁵²⁾ Y compris dans une configuration "unigenre" : aucune femme bédouine ne vend ouvertement dans ces marchés.

⁽¹⁵³⁾ 1998, p. 34

⁽¹⁵⁴⁾ 2000, p. 252

⁽¹⁵⁵⁾ Ainsi que la présentation, dans toutes les publications touristiques, de ces souks comme satisfaisant les besoins des femmes, tous leurs besoins.

définition des rôles de chaque genre. Fatima Hajjarabi⁽¹⁵⁶⁾ conçoit les homologues marocains de ces marchés comme une sorte de “soupape” destinée à permettre aux femmes de « souffler », dans une société où la ségrégation sexuelle est très respectée. Cet aspect est sûrement valable en Oman aussi, puisque ces marchés permettent à des femmes n'appartenant pas au même voisinage ni à la même parentèle de se rencontrer, événement théoriquement exclu. Il s'agirait donc d'une configuration où « *les fluctuations cycliques de leur position dans le pouvoir, combinées avec les considérations de statut, résultent en une active collusion [des femmes] dans la reproduction de leur propre subordination* ». ⁽¹⁵⁷⁾

De nombreuses zones d'ombre persistent concernant ces marchés, au sujet desquels il serait certainement fructueux d'effectuer une étude “interactionniste”, et de considérer les liens avec le système tribal. La famille constituant un « *canal de redistribution des ressources* » ⁽¹⁵⁸⁾, les liens entre l'activité des femmes dans ces souks et leur “pouvoir” au sein de leur foyer sont importants à évaluer. Les changements intervenant dans ces souks sont également à suivre : la scolarisation féminine amenant sur le marché du travail des jeunes femmes non socialisées à ce type de pratiques – aussi rentables soient-elles – va-t-elle signer la disparition de celles-ci ? Ces marchés ne constituent-ils qu'une forme transitoire d'activité féminine ? Quels vont être les effets de la modification douanière prévue par le Conseil de Coopération des Pays du Golfe ? Les pistes de recherche sont ouvertes.

Références citées

- Allen C. J. & Rigsbee L. W., 2000: *Oman under Qaboos, from coup to constitution, 1970-1996*, Londres, Franck Cass.
- Altorki S. & Cole D. P., 1989: *Arabian Oasis city, the transformation of 'Unayzah*, Austin, University of Texas Press.
- Altorki S. & Fawzi El Sohl C., 1988: *Arab Women on the field*, Syracuse, Syracuse University Press.
- Atassi S., Bianquis T., *et al.*, 1998: "Sûq." in *Encyclopédie de l'Islam - tome IX*. Bosworth, Donsel, Heinrichs & Lecomte, Brill, pp. 820-836.
- Barth F., 1983: *Sohar: culture and society in an Onani town*, Baltimore (Mass.); London, Johns Hopkins University Press.
- Baudrillard J., 1972: *La Société de consommation, ses mythes, ses structures*, Paris, Gallimard.
- Bourdieu P., 1998: *La Domination masculine*, Paris, Seuil.
_ 2000 [1ère éd. 1972]: *Esquisse d'une théorie de la pratique précédé de Trois études d'ethnologie kabyle*, Paris, Seuil.
- Chalmeta P., 1980: "Markets." in *The Islamic city*. R. B. Serjeant. Paris, UNESCO, pp. 104-113.
- Chatty D., 2000: "Women working in Oman: individual choice and cultural constraints." *International Journal of Middle Eastern Studies*, 32(2), pp. 241-254.
- Dorsky S., 1986: *Women of 'Amran. A Middle Eastern ethnographic study*, Salt Lake City, University of Utah Press.
- Dutton R. W., 1983: "Handicrafts in Oman and their role in rural community development." *Geoforum*, 14(3), pp. 341-352.
- Eickelman C., 1984: *Women and community in Oman*, New York et London, New York University Press.
_ 1993: "Fertility and social change in Oman: women's perspectives." *Middle East Journal*, 47(4), pp. 652-666.
- Fawzi-Elsohl C. & Mabro J., 1994: *Muslim women's choices, religious belief and social reality*, Providence, Berg.
- Geertz C., 1979: "Suq: the bazaar economy in Sefrou." in *Meaning and order in Moroccan society: three essays in cultural analysis*. C. Geertz, H. Geertz & L. Rosen. Cambridge, Cambridge University Press, pp. pp. 123-243.
- Gueusquin-Barbichon M.-F., 1980: "Différenciation et espaces sexuels dans les foires et marchés à Corbigny (Nièvre)." *Études Rurales*, 78-79-80, pp. 327-330.

⁽¹⁵⁶⁾ Hajjarabi, 1987, p. 60

⁽¹⁵⁷⁾ Fawzi-Elsohl & Mabro, 1994, p. 34

⁽¹⁵⁸⁾ Hoodfar, 1997, p. 138

- Hajjarabi F., 1987: *Les souks féminins du Rif Central, anthropologie de l'échange féminin*, thèse de doctorat, Paris, Histoire, Université Paris VII.
- Hoek C. W., 1998: *Shifting sands. Social-economic development in al-Sharqiyah region, Oman*, Nijmegen, Nijmegen University Press.
- Hoodfar H., 1997: *Between Marriage and the Market, Intimate Politics and Survival in Cairo*, Berkeley, University of California Press.
- Jemmali S., 1986: *Les souks hebdomadaires du Cap Bon. Etude sociale et économique*, Tunis, Maison Tunisienne de l'Edition.
- Kapchan D., 1996: *Gender on the market: moroccan women and the revoicing of tradition*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Kilani M., 1992: *Introduction à l'anthropologie*, Lausanne, Payot.
- Lacoste-Dujardin C., 1996: *Des mères contre les femmes*, Paris, La Découverte / Poche.
- Le Cour Grandmaison B., 2000: *Le Sultanat d'Oman*, Paris, Karthala.
- Le Cour Grandmaison B., Le Cour Grandmaison C., et al., 1982: "Oman." in *La Péninsule arabe aujourd'hui, tome 2 "Études par pays "*. P. Bonnenfant. Paris, CNRS éditions, pp. 263-414.
- Le Garrec M., 2000: *Le Souk de Matrah*, Mémoire de maîtrise (dir. D. Balland), Paris, Faculté de Géographie, Sorbonne.
- Lecarme-Frassy M., 2000: *Marchandes dakaroises entre maison et marché*, Paris, L'Harmattan.
- Lessinger J., 1986: "Work and modesty, the dilemma of women market traders in South India." *Feminist Studies*, 12(3), pp. 581-600.
- Limbert M. E., 1998: "The social work of women's coffee-groups in Bahla ", site web du Oman Studies Center (www.oman.org/bonn_008.htm).
- Maher V., 1984 [1ère éd. 1981]: "Work, Consumption and Authority with the Household." in *Of Marriage and the market, women's subordination and its lesson in International Perspective*. K. Young, C. Wolkovitz & R. Mc Cullagh. Londres, CSE Books, pp. 69-87.
- Mathieu N.-C., 2002 [1ère éd. 1991]: "Les transgressions du sexe et du genre à la lumière de données ethnographiques." in *Sexe et genre, De la Hiérarchie entre les sexes*. M.-C. Hurtig, M. Kail & H. Rouch. Paris, CNRS éditions, pp. 69-80.
- Mermier F., 1997: *Le Cheikh de la nuit, Sanaa: organisation des souks et société citadine*, Paris, Sindbad-Actes Sud.
- _ 2002: "De l'invention du patrimoine omanais." in *L'Oman contemporain. Etat, territoire, identité*. M. Lavergne & B. Dumortier. Paris, Karthala, pp. 245-260.
- _ à paraître (a): "Souk et citadinité dans le monde arabe." in *Les manifestations de l'urbain dans le monde arabe*. J.-L. Arnaud. Paris, IRMC-Maison neuve et Larose.
- _ à paraître (b): "Souk." in *Un Trésor des mots de la ville*. J.-C. Depaule & C. Topalov.
- Michalak L., 1983: *The Changing weekly markets of Tunisia: a regional analysis*, Thèse de doctorat, Anthropologie, Berkeley.
- Nâ/sîr bin S'aid Al-Jahwarî, 2000: "Al-âswâq al-'umânniy-a al-taqlîdiy-a [les souks traditionnels omanais]." *Nizwâ*, 21, pp. 9-16.
- Pradelle M. d. l., 1996: *Les Vendredis de Carpentras, faire son marché en Provence ou ailleurs*, Paris, Fayard.
- Rippenburg C., 1998: *Oman, political development in a changing world*, Westport, Praeger.
- Tillion G., 2000 [1ère éd 1966]: *Le Harem et les cousins*, Paris, Seuil.
- Troin J.-F., 1975: *Les Souks marocains, marchés ruraux et organisation de l'espace dans la moitié nord du Maroc*, Aix-en-Provence, Edisud.
- Wikan U., 1982: *Behind the Veil in Arabia. Women in Oman*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.