



HAL
open science

Itinéraires d'une commerçante angolaise dans la mondialisation

Léa Barreau-Tran

► **To cite this version:**

Léa Barreau-Tran. Itinéraires d'une commerçante angolaise dans la mondialisation. 2015, pp.5-12.
halshs-02386403

HAL Id: halshs-02386403

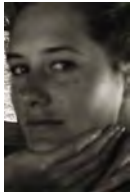
<https://shs.hal.science/halshs-02386403>

Submitted on 29 Nov 2019

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

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

Itinéraires d'une commerçante angolaise dans la mondialisation



Léa Barreau-Tran

Léa Barreau-Tran est doctorante à Les Afriques dans le Monde (LAM), Sciences Po Bordeaux. Elle travaille depuis plusieurs années sur l'aire linguistique lusophone et s'intéresse à l'émergence économique des femmes dans les Suds. Son projet de thèse s'axe sur une enquête multisites entre le Brésil, l'Angola et la Chine dans laquelle elle accompagne les trajectoires de plusieurs commerçantes angolaises dans la mondialisation Sud-Sud

Pour une compréhension « par le bas » de la mondialisation

Les échanges commerciaux entre l'Afrique et les pays dits « émergents » font l'objet d'une attention croissante dans les sciences sociales. Ces études s'intéressent généralement aux impacts économiques et politiques de ces flux au sein d'accords régionaux ou bilatéraux. Cette façon de regarder la mondialisation par le « haut », prend surtout en compte la participation des agents institutionnels publics ou privés que sont les États et les firmes multinationales. Limitée sur beaucoup d'aspects, cette perspective occulte par exemple la participation de petits entrepreneurs migrants qui contribuent, avec des capitaux plus ou moins conséquents, à la multiplicité des transactions entre pays du Sud. Au contraire, l'approche de la mondialisation par « le bas » a pour point de départ une observation de « l'intérieur », au plus proche des réseaux tentaculaires et transnationaux du commerce informel (Portes 1996, Tarrus 2002). Cette approche s'intéresse donc aux hommes et aux femmes qui agissent dans l'ombre du contrôle économique, fiscal et politique de l'État (Mathews and all 2012, Kernén & Mohammad 2014). En suivant les réseaux, les individus ou même les objets de la mondialisation « par le bas » sur plusieurs sites à la fois, ces méthodes d'enquêtes parviennent à donner un visage humain aux nombreux réseaux invisibles du système monde (Marcus 1995). La mise en lumière de

ces parcours de vie engage à mettre en relief la capacité de réaction des acteurs et actrices du continent africain généralement considérés comme subordonnés. En effet, une littérature de plus en plus riche s'intéresse aux mouvements de ces petit(e)s commerçant(e)s africain(e)s qui chamboulent notre perception de l'insertion de l'Afrique dans les mouvements capitalistes mondiaux (Lan & Xiao 2014).

Conformément à ces critères de recherche, notre enquête a pour ambition d'accompagner plusieurs commerçantes africaines dans leur mobilité internationale grâce à une observation multisites entre le Brésil, l'Angola et la Chine¹. Elle s'inscrit dans une nouvelle tradition de recherches sur le genre et la mondialisation, qui valorise l'importance du rôle des femmes du Sud dans l'économie mondiale (Falquet and all 2010). Dans notre cas, nous nous concentrons sur l'implication des femmes africaines dans le secteur de la confection qui fait l'objet d'un nombre croissant d'études empiriques (Bredeloup 2012, Diallo 2014). La contribution de cet article consistera à retracer l'itinéraire d'une commerçante angolaise dans la mondialisation en montrant les défis propres au fait d'être une femme et d'exercer une activité précaire. Dans cet article, nous nous focaliserons sur la présentation du parcours de vie de Lindaⁱⁱ, commerçante angolaise à l'échelle mondiale et revendeuse à l'échelle locale sur un marché de l'habillement à Luanda. À travers un travail

expérimental sur la cartographie, nous proposons une réflexion sur l'internationalisation d'une trajectoire professionnelle, dans l'espoir de dévoiler les rapports de pouvoir sous-jacents à ce type de pratiques féminines.

En Angola, les femmes entrepreneuses sont depuis 2002 de plus en plus nombreuses à se diriger vers les pays dits « émergents » à la recherche de produits bon marché. Appelées *Muambeira*ⁱⁱⁱ en Angola, elles achètent des vêtements, des accessoires de mode ou des chaussures directement en Chine, au Brésil, à Dubaï ou en Afrique du Sud. Ces produits sont ensuite revendus en gros ou au détail avec une marge plus ou moins grande en fonction de la qualité. Sur le *marché de la Thaïlande*^{iv}, nom informel donné à un marché de l'habillement de Luanda, 95% des vendeurs sont des femmes. Toutes n'ont pas les mêmes capacités d'investissements mais la grande majorité effectue, en dehors des périodes de vente, des séjours à l'étranger pour s'approvisionner sur les marchés internationaux. À coups de containers, de valises ou de baluchons, ces « femmes navettes » participent à la « mondialisation par le bas » du continent africain. La régularité de leurs voyages varie aussi, les plus fortunées feront des allers retours Luanda-Canton une fois par mois, d'autres, moins chanceuses, attendent plusieurs mois pour écouler leur stock et réunir assez de fonds pour les voyages. Les trajectoires de ces commerçantes ne sont pas toutes des histoires de succès comme les fameuses Nanas Benz^{vi} du Togo dont nous parle très bien Nina Sylvanus (2007). Ce sont des histoires de lutte au quotidien dans le cadre d'une économie du « poor to poor »^{vii} où les risques sont nombreux et les revenus incertains. Cette activité semble d'autant plus contraignante pour les femmes qui doivent concilier l'organisation de la vie de famille, les voyages à l'international et la concurrence de la vente sur le marché. On peut alors se demander pourquoi, malgré les contraintes qui semblent barrer la route à leur mobilité, les femmes sont plus nombreuses à pratiquer le commerce international dans le secteur de la confection.

Récit de l'internationalisation d'une commerçante de Luanda

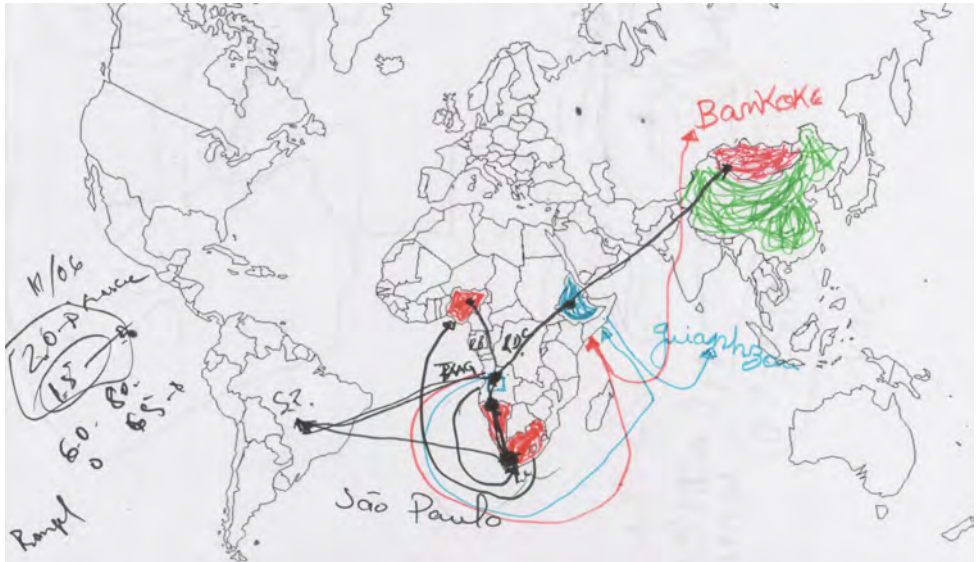
Linda ouvre l'emballage de feutres colorés. Elle choisit le rouge car c'est l'une de ses couleurs

favorites, elle porte d'ailleurs un t-shirt du même ton. La carte du monde^{viii} est éclairée par une ampoule qui trône au-dessus de la table, le blanc du papier rayonne, le reste de la pièce est dans l'obscurité. Linda approche son feutre du continent africain, survolant les pays, hésitante. « Moi je vais au Brésil... Ah, voilà, je crois que c'est là le Brésil ». Elle inonde la Côte d'Ivoire d'un rouge foncé sous les regards admiratifs de ses deux petites filles en pyjama.

Angolaise de 34 ans, Linda a commencé à voyager à l'âge de 24 ans. À l'époque, un voisin de son quartier lui lance l'idée : « *porquê não fazes Brasil?* », expression angolaise ayant pour signification littérale « faire le Brésil », c'est-à-dire prendre la route du commerce d'importations de produits brésiliens (à l'époque à Rio ou à São Paulo). Cette route vers le Brésil correspond, d'un point de vue historique, aux flux migratoires de la période de conflit armé en Angola. Les premières vagues migratoires se situent au début des années 1975 (à la période du Governo de transição), et s'intensifient dans un second temps dans les années 1990 au moment de l'intensification du conflit au lendemain des élections de 1992 (Tourinho Baptista 2009).

Le premier départ de Linda, quelques mois à peine après les accords de paix de 2002, correspond à la troisième vague de migration et à l'ouverture économique du pays. Grâce au soutien de son frère qui lui propose une petite avance, elle parvient à réunir suffisamment de fonds pour partir. Tombée accidentellement enceinte à l'âge de dix-sept (17) ans, sans emploi et son jeune mari au chômage, le commerce à l'échelle internationale est donc une solution de survie. « Avant je bricolais, je vendais des trucs dans la rue mais ce n'était pas un vrai travail ». Les difficultés économiques de sa famille ne permettent pas à Linda de poursuivre ses études qu'elle interromp à la fin de sa troisième année de collège.

Support de l'entretien, la carte du monde vierge sur laquelle Linda dessine ses trajets dénoue la parole malgré ses difficultés à se représenter « son » monde sous cette forme. Elle délimite tout d'abord ses trajets en Afrique et en Amérique latine, puis ceux vers l'Asie. Cet ordre chronologique respecte l'évolution de sa carrière internationale. Elle a d'abord débuté par l'achat de vêtements et de chaussures en Namibie,



Carte des trajets effectués dans le cadre du commerce transnational, remplie par une commerçante angolaise de Luanda, le 11 juin 2014.

puis en Afrique du Sud et au Brésil. Même si elle ne parle pas anglais, Linda n'a pas vraiment de problème pour communiquer, il lui suffit de montrer les produits et de dire « *how much* ? ». Comme ses collègues du marché, Linda a développé un ensemble de compétences acquises par l'expérience qui lui permettent d'adapter ses trajets aux évolutions du commerce international et à la demande locale.

Pour délinéer ses trajets en Asie, Linda choisit une autre couleur. « Maintenant l'Asie c'est compliqué », dit-elle en cherchant la Chine sur la carte. Après quelques instants elle colorie la Mongolie d'un rouge cerise et choisi du bleu turquoise pour marquer les circuits aériens. Pour se rendre en Asie, elle prend la compagnie éthiopienne Ethiopian Airlines qui est la plus économique, les escales à Addis Abeba sont donc fréquentes. Comme pour beaucoup d'autres commerçant(e)s angolaises en Chine, la ville d'achalandage est Guangzhou (Bertoncello et Bredeloup 2007, Bodomo 2012, Diallo 2014). Linda ne sait pas écrire ni épeler le nom de la ville, elle ne parle pas non plus le chinois mais cela ne lui pose pas de problème, elle dit se « débrouiller » avec une

calculatrice. Elle utilise aussi un langage corporel pour faire baisser ou monter les prix en faisant des signes avec les mains.

L'évolution des trajectoires de ces *Muambeiras* qui peuplent le *Marché de la Thaïlande*, nous informe précisément sur les mouvements économiques de ces échanges Sud-Sud dont ces petites entrepreneuses sont le reflet. Comme elles, Linda avait débuté en Thaïlande il y a cinq (5 ans) et en Chine depuis deux (2) ans. Son premier voyage en Chine n'a pas été facile, notamment à cause du racisme, se lamente-elle. « Avant ils (les chinois) pensaient que nous étions des singes mais maintenant c'est un peu différent, il y a beaucoup d'africains là-bas. Les chinois ne sont pas un peuple très « bon », les thaïlandais et les brésiliens sont « meilleurs » que les chinois. Le chinois est plus raciste et il s'intéresse qu'à l'argent. Ce n'est pas une personne sincère, il peut te dire qu'il te vend une chose mais en fait il t'en vend une autre ». Linda a déjà de mauvaises expériences avec ses marchandises achetées en Chine, elle voit aussi beaucoup de ses collègues se plaindre à l'arrivée de la marchandise.

La carte pratiquement complétée, Linda reste muette pendant quelques temps comme si elle prenait conscience de l'ampleur de ses trajets dans l'espace monde. L'écart entre la perception de sa trajectoire professionnelle et la transfiguration de sa mobilité sur la carte du monde montre clairement une dévalorisation de soi. L'étendue et l'audace de son parcours, révélées sur le papier, ne sont pas évidentes pour Linda, ni même pour son entourage.

Le « poor to poor » : origines et expansion d'un commerce international pour les pauvres

Comme beaucoup d'autres commerçantes angolaises, les trajectoires de Linda témoignent des nouveaux rapports Sud-Sud dont le moteur est à la fois culturel et économique. En effet, Linda explique que pour choisir ses produits, et donc ses destinations, elle s'inspire des séries télévisées brésiliennes et mexicaines. Ses clients veulent s'habiller comme les actrices de leurs séries préférées diffusées sur la ZAP (chaîne angolaise exclusivement consacrée aux séries télévisées). La mode évolue vite, les destinations d'hier ne sont pas celles de demain. Le Brésil, qui était depuis une quinzaine d'années l'un des pôles les plus attractifs dans le secteur de la mode, commence à décliner^x. Peu nombreuses à l'époque, les commerçantes angolaises qui se rendaient au Brésil et revendaient leurs produits sur le marché du *Roque Santeiro* pouvaient réaliser des bénéfices considérables ; Linda explique qu'un Jeans pouvait être revendu jusqu'à soixante (60) dollars pièce. « Aujourd'hui, la situation est différente, la concurrence est très grande », dit-elle. Le constat d'une décadence du secteur du textile se retrouve dans d'autres contextes africains, comme en témoigne un commerçant camerounais qui explique que les marges dans le domaine de la chaussure et de l'habillement sont passées de 60% à 20% (Kernen & Mohammad, 2014 :115).

On constate également une grande hétérogénéité des parcours professionnels chez les commerçantes angolaises qui se rendent toutes dans le même quartier au Brésil (le quartier de Brás), choisissent des produits similaires (vêtements bon marché et des chaussures en plastique de marque Havaianas) voire dans les mêmes hôtels (l'hôtel *Gonzaga*, l'hôtel *Vitoria*, l'hôtel *21* à São Paulo) (Santil 2003). Ce

mimétisme fonctionne comme un réseau d'apprentissage et d'interconnaissances mais il augmente la probabilité d'échecs de la carrière puisque ces dernières éprouvent des difficultés à différencier leurs offres sur le marché. Ce phénomène s'observe aisément sur le *Marché de la Thaïlande* à Luanda où les produits proposés sont tous semblables, on trouvait à cette époque de mon enquête (2014) une quantité innombrable de vêtements de couleurs fluos ou en motifs panthères à la coupe identique. Il serait par ailleurs intéressant de se pencher sur les logiques de consommation en réalisant une enquête auprès des clients du marché : cette enquête pourrait révéler de façon plus précise sur quels critères reposent les choix de consommation, liant des logiques d'utilité, de distinction et de plaisir (Langlois 2005). On soulignera le rôle joué par les commerçant(e)s africain(e)s de produits chinois dans la diffusion d'une nouvelle culture matérielle en Afrique et l'impact de ce phénomène sur la reconfiguration des rapports de pouvoir liés à cette nouvelle consommation de masse (Kernen & Khan 2014).

L'augmentation du nombre de femmes qui s'initient à la *Muamba* (activité d'importation de produits à l'étranger) est alimentée par les rêves de succès rapide dans un ailleurs fictif. Face aux difficultés économiques et à l'arrivée d'une concurrence de plus en plus féroce, les commerçantes angolaises se détournent depuis le début des années 2000 du Brésil qui propose des produits de qualité mais beaucoup plus chers. Le succès grandissant des séries télévisées mexicaines a également un impact sur le choix des pièces, « avant on suivait tous les séries brésiliennes, mais maintenant les séries mexicaines ont des bonnes histoires et des bons vêtements. C'est fini la mode brésilienne, maintenant c'est la mexicaine! » explique Linda. Pour pallier aux coûts d'achat des vêtements brésiliens, certaines commerçantes angolaises achètent seulement des prototypes fabriqués au Brésil pour les faire reproduire en Chine. Ici encore, nous soulignons l'intérêt heuristique d'une analyse de l'adaptation de la production textile chinoise aux critères esthétiques sud-américains et aux exigences de consommation africaine.

Pour rester concurrentielles, les commerçantes doivent donc adapter leurs trajets aux évolutions des conditions de production du textile. Elles doivent

également s'adapter aux exigences de leurs clients, très souvent des revendeuses originaires des provinces voisines qui viennent à Luanda pour s'approvisionner en vêtements de premier prix. « Mon commerce est pour les pauvres, je vends seulement pour les pauvres. C'est pour ça que je préfère acheter des vêtements en Chine, parce que là-bas il y a des vêtements pour tous les portes monnaies. Il y a des vêtements adaptés au marché sur lequel je vends » commente Linda. Chaque voyage à l'étranger lui rapporte environ 2000 dollars mais certains sont à perte, notamment quand les taxes de la douane sont trop élevées. Par voyage Linda investit 10 000 dollars directement dans le commerce, il faut rajouter à cela le prix du billet d'avion et du logement, ce qui réduit considérablement les bénéfices. « Parfois je ne parviens même pas à gagner 1000 dollars, parce que nous devons payer la douane mais ça varie, y'a pas un tarif fixe, ça dépend de la marchandise. Il faut que tu montres la facture de tes achats, ça dépend aussi du nombre de valises que tu as, c'est eux qui décident le prix! ». L'extrait de cet entretien montre clairement le caractère aléatoire des tarifs de douane ce qui réduit le commerce de Linda à une sorte de loterie.

Sans entrer dans les débats sur la corruption des fonctionnaires des douanes dans les États Africains (Debos & Glasman 2012), nous souhaitons souligner l'impact émotionnel du contrôle des douanes pour Linda qui considère ce moment comme particulièrement angoissant. Elle parle de « désespoir », de « larmes » au moment d'apprendre le verdict de la somme à payer aux douanes. Cette instabilité des prix participe à la précarisation de ce type d'activité professionnelle, et par conséquent, à la dévalorisation de soi causée par un sentiment d'illégitimité. Cette précarité du statut de commerçante internationale est caractéristique d'une grande part de l'économie du « poor to poor » qui fonctionne généralement sur un tissu de non-droit.

Une émergence économique en travaux

Réunis autour d'une petite table carrée, les enfants de Linda écoutent avec une vague attention, le regard parfois hypnotisé par les dessins animés diffusés à la télévision, les récits de voyages de leur mère. Dans le vaste salon de la maison de Linda, il n'y a presque

aucun meuble. Ici tout est en travaux, tout doit être imaginé. « Là nous allons mettre un grand vaisselier pour exposer la vaisselle, ici nous mettrons un grand canapé pour recevoir des visites... » explique son mari. Seuls une télévision plasma, un congélateur et un cadre photo posé à même le sol occupent cette pièce rectangulaire couleur ciment d'une cinquantaine de mètres carrés.

Depuis trois ans, grâce à l'argent du commerce de Linda et au salaire de son mari, le couple économise pour construire leur maison dans la ville de Viana. Cette zone périphérique de Luanda située à 18 km au Sud-Est de la capitale compte environ 68 000 habitants, c'est l'une des plus peuplées de la région de Luanda. La population de Viana est socialement diversifiée, elle concentre à la fois la « petite classe moyenne » fuyant l'inflation des loyers du centre-ville pour construire une maison plus spacieuse et les populations délogées des centres urbains suite aux projets urbains de Luanda visant à détruire les « Musseques » (appellation mozambicaine pour désigner les bidonvilles) pour les remplacer par des grands projets architecturaux. Ce qui oblige donc les populations locales à se retrancher vers la périphérie et notamment les nouvelles zones urbaines comme Viana^x.

Ces difficultés quotidiennes sont accentuées par le coût de la vie à Luanda : « ici en Angola nous n'avons pas le soutien du gouvernement, c'est sauve qui peut » dit le mari de Linda. Le coût de l'alimentation et de l'éducation revient comme un problème central pour beaucoup de ménages de notre enquête. Résignée, Linda ne croit plus en la politique et qualifie le gouvernement d'injuste, elle dit ne pouvoir compter que sur Dieu ou sur ses propres efforts. Pour pallier à la mauvaise qualité de l'enseignement public, Linda finance un collège privé pour ses deux filles qu'elle paye 25 000kz (250 US\$) par mois mais elle ne sait pas jusqu'à quand elle pourra continuer à financer cette école. Elle et son mari parlent de conditions de vie très difficiles, refusant d'ailleurs de s'identifier à la « classe moyenne »^{x1}: « je voyage énormément mais nous vivons une vie de pauvres » regrette-elle. Pour le moment, le rêve de Linda est de terminer la maison, d'acheter des meubles et peindre les murs. Elle espère un jour pouvoir s'approvisionner aux États-Unis mais les difficultés d'obtention du visa lui font comprendre que « le marché américain est très fermé pour les Africains ».

Une émancipation féminine négociée à prix fort

Une question reste en suspens, comment Linda parvient-elle à concilier son rôle de mère et d'épouse avec celui d'une commerçante au long cours ?

Fruit de négociations, les départs en voyages exigent en effet une organisation familiale parfois complexe et souvent stressante pour les femmes. Pour ses voyages d'affaires à l'étranger, Linda s'absente de la maison quinze (15) voire vingt (20) jours. La garde des enfants est à la charge du mari ou de l'aîné de quinze (15) ans mais aucun des deux n'a souhaité témoigner à ce sujet. Pour concilier sa vie de famille avec son activité, Linda est parfois obligée d'emmenner ses enfants avec elle, notamment quand ses enfants sont en bas âge. C'était notamment le cas pour sa dernière fille qu'elle a emmené lors d'un de ses derniers voyages en Chine. Lorsque Linda laisse ses enfants à la maison, elle prépare son départ de façon à ce que sa famille ne sente pas son absence : « je laisse à manger pour deux semaines, je prépare des plats et ils n'ont qu'à les réchauffer ». Cette organisation permet alors à Linda de continuer à voyager sans perturber la répartition des tâches domestiques dans la famille.

Comme nous l'avons suggéré au début de cet article, le rapport à la carte du monde, complétée manuellement par Linda, lui permet de prendre conscience de son inscription dans le monde et de mesurer l'ampleur de son activité. La faible reconnaissance de son travail est significative en termes de rapports de genre et de pouvoir, et s'observe notamment, à la fin de l'entretien, lorsque le mari de Linda intervient sur le travail cartographique en « corrigeant » les erreurs de localisation géo-spatiale de son épouse.

À la fin de l'entretien, la carte du monde remplie par Linda était restée sur la table, silencieuse au milieu de

nos discussions. Le mari de Linda, qui s'était absenté pendant l'entretien (pour nous laisser plus à l'aise avait-il fait comprendre) revient à table, un verre de vin à la main. Ses yeux s'arrêtent sur la carte du monde qu'il observe rapidement. Il repère tout de suite les « erreurs » de localisation commises par sa femme et s'empare d'un stylo feutre noir pour « corriger » la carte. Licencié en gestion d'entreprise, le mari de Linda travaille comme agent de l'immigration à l'aéroport de Luanda. Sa fonction au Service des Migrations pour Étrangers (SME) est de contrôler l'arrivée des passagers à l'aéroport. Il repère tout d'abord l'erreur du Brésil que Linda avait situé au niveau de la Côte d'Ivoire (voir carte). Embarrassée, Linda laisse son mari rectifier ses trajets entre l'Angola et São Paulo, signalé comme S.P sur la carte. Il rectifie également ces itinéraires en Afrique du Sud et en Chine tout en gribouillant la carte de plusieurs chiffres sur le nombre de morts pendant la guerre civile^{xii}.

Le décalage entre la connaissance acquise par Linda lors de ses nombreux voyages et les connaissances « théoriques » de son mari qui assume un rôle de domination dans cet exercice cartographique semble nous montrer que l'expérience professionnelle et l'autonomie financière acquise par le commerce ne conduisent pas forcément à un renversement des rapports de pouvoir. La question de S. Bredeloup (2012), qui demande très justement si la mobilité spatiale des commerçantes est une voie vers l'émancipation, nous apparaît particulièrement pertinente. Dans le cas présent et d'après l'analyse que nous proposons de l'objet cartographique, nous pourrions conclure que les itinéraires de Linda dans la mondialisation par le bas témoignent d'un côté d'une formidable insertion des femmes dans le marché mondial mais, d'un autre côté, la précarité de ces parcours n'augure pas de changements significatifs en termes de rapports de pouvoir et de rapports de genre. C'est du moins, ce que nous pensons avoir été capables d'observer dans cette enquête.

ⁱ Ces enquêtes de terrain ont été financées par le Réseau Français d'Études Brésilienne (REFEB) pour le travail d'observation de trois mois à Sao Paulo de mai à juillet 2013. Pour le terrain angolais, l'enquête de trois mois à Luanda de juin à août 2014, a été financée par l'Institut Français d'Afrique du Sud (IFAS). L'enquête en Chine est en cours de préparation, elle aura lieu de juin à août 2015 à Canton. Nous remercions ces deux institutions pour leur soutien financier sans lesquels nous ne pourrions pas réaliser cette enquête ambitieuse.

- ii Pour converser l'anonymat de l'enquêtée nous avons modifié son prénom.
- iii Le terme *Muambeira*, importé du Brésil, signifie « une personne qui transporte illégalement des marchandises d'une côté à l'autre de la frontière ». Incorporé dans le langage courant en Angola, le terme *Muambeira* qualifie surtout les femmes qui revendent des produits de bonne qualité qu'elles achètent à l'étranger. En Angola la définition a donc progressivement pris une connotation positive, notamment pour ses racines communes avec la « Muamba », plat traditionnel angolais très riche en sauce et en saveurs. D'autres termes qualifient les commerçantes ambulantes ou des marchés : « quitandeiras, kinguilas e zungueiras » (Santos 2011).
- iv Traduction française de « Mercado da Tailandia », nom informel donné au *Mercado Afrocampo* fondé par un entrepreneur privé angolais en 2011. La construction de ces zones commerciales à ciel ouvert fait suite à une orientation politique du gouvernement angolais visant formaliser la vente ambulante en réduisant le commerce de rue. La mesure la plus parlante de cette politique est la destruction du gigantesque marché du Roque Santeiro en 2010, marché dont l'histoire est intimement liée au lancement de beaucoup de carrières des commerçant(e)s à l'échelle internationale. Pour plus d'informations sur le marché voir : Lopes Carlos, *Roque Santeiro : entre a ficção e a realidade*, Príncipe, 2007.
- v Expression tirée du texte de Sylvie Bredeloup, « Mobilités spatiales des commerçantes africaines : une voie vers l'émancipation ? », Autrepart, vol. 61 / 2, avril 2012, p. 23-39.
- vi Les Nanas Benz, célèbres commerçantes d'Afrique de l'Ouest sont connues pour avoir fait fortune dans la vente de pagens ou Wax en provenance de Hollande il y a une quarantaine d'années. Aujourd'hui, ce sont leurs filles qui reprennent le négoce en achetant des tissus d'imitation en Chine. Voir l'article de Nina Sylvanus, « L'habilité entrepreneuriale des Nana Benz du Togo », *Africultures*, 20.02.2007.
- vii Le concept du « poor to poor » (du pauvre au pauvre) ne fait pas encore l'objet d'une théorisation solide. Nous l'avons utilisé pour reprendre l'expression de notre enquêtée qui qualifie son commerce d'un « négoce pour les pauvres » (traduction du portugais « o meu negocio para os pobres », entretien du 11 juin 2014). Lamia Missaoui (2014) dans son article sur les transmigrants définit le poor to poor comme « une puissante mobilisation internationale de la force de travail de populations pauvres : le poor to poor, ou l'entre, se déploie mondialement avec comme arrière-fond les grandes firmes multinationales ».
- viii L'enquête a été réalisée auprès de plusieurs commerçantes angolaises pendant notre séjour de trois mois de juin à août 2014 à Luanda en Angola. Les extraits d'entretiens présentés dans cet article datent du 11 juin 2014.
- ix Nous avons confirmé cette information lors de notre enquête à São Paulo où la fréquentation des angolaises dans les hôtels du quartier de la confection du Bras diminue largement. Les commerçantes de notre enquête expliquent cette baisse de fréquentation par la hausse du prix des vêtements brésiliens et la baisse de la valeur du dollar en Angola.
- x Voir à ce sujet le texte de Gastrow, Claudia, « « Vamos construir ! » : revendications foncières et géographie du pouvoir à Luanda, Angola », *Politique africaine*, vol. 132 / 4, décembre 2013, p. 49-72, qui montre l'implication politique de ces déplacements de populations.
- xi Sans entrer dans la profondeur du débat sur la classe moyenne, on préférera utiliser le terme de « petite classe moyenne » pour souligner le caractère précaire, voire éphémère de certaines de ces trajectoires. Voir l'article de Nallet, Clélie, « Trajectoires d'émergence : "classes moyennes" d'Addis-Abeba entre prospérité et précarité », *Les annales d'Ethiopie*, 2012, s.p.
- xii Nous n'aurons pas le temps de nous étendre la relation que le mari de Linda a lui aussi développé avec ce support cartographique. Nous noterons simplement que ce travail sur la mappemonde a déclenché chez lui un récit de la guerre civile dans lequel il déplorait l'absence de données sur le nombre exact de morts au cours des longues années de ce conflit (1975-2002).

Références bibliographiques :

Baptista, Dulce Maria Tourinho, 2007, « Migração na metrópole: o caso dos angolanos em São Paulo », *Cadernos Metrópole*, 2007. [En ligne : <http://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/8766>].

Bertoncello, Brigitte et Bredeloup, Sylvie, juillet 2007, « De Hong Kong à Guangzhou, de nouveaux « comptoirs » africains s'organisent », *Perspectives chinoises*.

Bredeloup, Sylvie, avril 2012, « Mobilités spatiales des commerçantes africaines : une voie vers l'émancipation ? », *Autrepart*, vol. 61 / 2, p. 23-39.

Borgeaud-Garcandia, Natacha et Georges, Isabel, avril 2014, « Travailleuses en migration dans « les Suds » », *Revue Tiers Monde*, n° 217, p. 7-24.

Debos Marielle et Glasman Joël, avril 2012, « Politique des corps habillés. État, pouvoir et métiers de l'ordre en Afrique », *Politique africaine*, N° 128, p. 5-23.

Diallo, Aïssatou, avril 2014, « Yakaar, Dakar-Dubaï-Guangzhou : trajectoire des commerçantes de Dakar », *Revue Tiers Monde*, n° 217, p. 97-112.

Falquet Jules, Helena Hirata, Danièle Kergoat, Brahim Labari, Nicky Le Feuvre, Fatou Sow, 2010, *Le sexe de la mondialisation, Genre, classe, race et nouvelle division du travail*, Presses de Sciences Po, 334p.

Kernen, Antoine, et Guive Khan Mohammad, juin 2014 « La révolution des produits chinois en Afrique Consommation de masse et nouvelle culture matérielle ». *Politique africaine* 134, n° 2.

Miassaoui, Lamia, avril 2014, « Pour une anthropologie du poor to poor apparenté au peer to peer. », *Revue électronique des sciences humaines et sociales*, [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/pour-une-anthropologie-du-poor-to-poor-apparente-au-peer-to-peer/>].

Marcus, George E., 1995, « Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography », *Annual Review of Anthropology*, vol. 24 / 1, p. 95-117.

Mathews, Gordon, Ribeiro, Gustavo Lins et Vega, Carlos Alba, 2012 *Globalization from Below: The World's Other Economy*, London ; New York, Routledge.

Portes, Alejandro, 1999, « La mondialisation par le bas, l'émergence des communautés transnationales », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 129 / 1, p. 15-25.

Santos, Orlando, décembre 2011, « Mamãs quitandeiras, kinguilas e zungueiras: trajetórias femininas e cotidiano de comerciantes de rua em Luanda », *Revista Angolana de Sociologia*, p. 35-61.

Sylvanus Nina, 20 février 2007, « L'habilité entrepreneuriale des Nana Benz du Togo » [En ligne : <http://www.africultures.com/php/?nav=article&no=5821>]. Consulté le 30 octobre 2014.

Tarrius, Alain, *La Mondialisation par le bas: les nouveaux nomades de l'économie souterraine*, Ed. Balland, 2002, 180 p.