



**HAL**  
open science

## Les cafés des quartiers populaires à Casablanca: nouveaux lieux de sociabilité féminine

Sana Benbelli

► **To cite this version:**

Sana Benbelli. Les cafés des quartiers populaires à Casablanca: nouveaux lieux de sociabilité féminine. Revue Operis, 2017, Espace public & société, 1 (1), pp.12. halshs-03265309

**HAL Id: halshs-03265309**

**<https://shs.hal.science/halshs-03265309>**

Submitted on 4 Jul 2021

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

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

## **Les cafés des quartiers populaires de Casablanca : nouveaux lieux de sociabilité féminine**

### **Résumé :**

Les cafés des quartiers populaires de Casablanca sont des espaces publics exclusivement investis par les hommes. L'accès des serveuses à ces cafés reflète non seulement l'irruption des femmes dans un espace et un métier masculins mais il est le signe d'une forme d'une certaine transformation du regard des habitants sur le travail des femmes dans le café d'hommes. Étudier les cafés des quartiers populaires de Casablanca, c'est saisir un espace public urbain en plein processus de changement entre l'exclusion et l'inclusion, le rejet et l'acceptation des femmes.

Mots clés :café– quartiers populaires- serveuses – sociabilité – changement social

### **Introduction**

La ville de Casablanca est la capitale économique du Maroc. Sa population a atteint 3 359 818 habitants selon le recensement général de la population et de l'habitat (RGPH 2014, HCP), avec 50,7% de femmes. En plus de la forte croissance démographique de sa population, la ville accueille des flux migratoires internes et externes<sup>1</sup>, ce qui pose un problème de logement et engendre un débordement de la population vers les espaces périphériques et périurbain qui l'entourent (Belarbi, 2015). Ainsi, Casablanca vit au rythme de deux dynamiques ; d'une part, la ruralisation d'une partie de sa population urbaine qui s'installe dans le périurbain pour des raisons économiques et immobilières<sup>2</sup>, de l'autre, une forte installation de la population rurale en exode est enregistrée dans les quartiers populaires et ceux à proximité des zones industrielles (Rachik, 2002).

Cet article s'intéresse à l'accès des femmes à un espace de sociabilité dominé par les hommes dans les quartiers populaires et périphériques de Casablanca; à savoir le café. Il ne s'agit pas

---

<sup>1</sup> La ville de Casablanca accueille depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle des masses de migrants de toutes les régions du Maroc surtout les régions de la Chaouia, Doukkala et Lhaouz (Montagne, 1952). Depuis la fin du siècle dernier, Casablanca s'est transformée, à l'instar de tout le pays, d'une ville de passage des flux de migrants subsahariens vers l'Europe à une ville d'installation.

<sup>2</sup> En raison de la rareté et de la cherté des fonds immobiliers, les projets de relogement des habitants des bidonvilles et ceux des logements économiques sont transférés vers des terrains périphériques voir des espaces ruraux de la ville.

de dresser une comparaison entre les cafés dans les quartiers populaires (Cafés d'hommes) et les cafés qui acceptent la mixité dans les quartiers commerciaux et résidentiels. L'article essaye de saisir, à travers l'observation de terrain et l'analyse du discours des acteurs, une partie du processus de transformation de l'espace du café d'un lieu, reconnu traditionnellement, de sociabilité masculine vers un lieu de construction de nouvelles formes de sociabilité féminine. Avant d'étudier l'accès des serveuses aux cafés, leurs différentes stratégies d'appropriation de l'espace et comment elles participent à réconcilier la population féminine à l'espace masculin. Nous allons définir d'abord, le café et le quartier populaire, lieux de théâtralisation de ces transformations sociales.

## **I- Les quartiers populaires de Casablanca : histoire et norme sociale**

Par l'appellation « quartiers populaires » de Casablanca nous désignons des quartiers qui répondent à un certain nombre de critères architecturaux, économiques, sociaux et culturels. Coing définit le quartier populaire comme « une communauté auto-suffisante » dont les habitants partagent le mode de vie, la culture et les formes de sociabilité (Coing, 1966).

Ce sont des quartiers bâtis sous la colonisation française à partir 1950 à travers la mise en place du plan d'aménagement de Michel Ecochard (1905-1985), qui visait l'amélioration des conditions de vie de la population ouvrière défavorisée par la création de cités satellites au sud-est de Casablanca. L'alternative architecturale proposée par Ecochard est basée sur la « trame 8x8 », dont le principe est de « coucher l'immeuble au lieu de le dresser » sur des parcelles (8x8 m<sup>2</sup>) c'est-à-dire des logements de deux pièces s'ouvrant sur un patio de 22m<sup>2</sup>, une cuisine et un WC. Une conception qui respecte l'intimité des familles émigrés fraîchement du rural et économiquement rentable (Adam, 1968). Après diverses transformations urbaines, l'architecture répond, aujourd'hui, au modèle de la maison économique marocaine composée d'un rez-de-chaussée en plus d'un étage ou deux, rarement plus. Ce type de maisons convient aux familles étendues, avec plusieurs enfants.

Ces quartiers connaissent une forte densité de population, souvent en situation précaire (Khalil, 2014). Quand les enfants réalisent une certaine ascension économique, ils déménagent vers des quartiers de moyen et rarement de haut standing. L'espace libéré est aussitôt investi dans la location à des prix qui attirent les familles ou les individus à faible revenu, notamment ceux issus de l'exode rural. Culturellement, ces quartiers sont connus par

la prévalence de valeurs comme la solidarité, l'entraide et le contrôle des membres de la communauté. Hamid (patron de Café) explique « C'est un quartier populaire ; Il a ses propres lois de fonctionnement qui doivent être respectées, ce sont les lois des habitants. Ici, tout le monde connaît tout le monde ». Ces valeurs composent d'une certaine manière l'identité sociale des habitants et façonnent les formes de sociabilités.

Subséquent, les lieux de sociabilité dans les quartiers populaires sont sexuellement divisés. Les espaces publics de sociabilité sont majoritairement investis par les hommes et résistent fortement à l'accès des femmes (Belarbi, *et al*, 2013 ; p. 5). Ils reflètent de façon générale le schéma synoptique des oppositions de Bourdieu (2002) du fait de la présence d'un mode de vie presque fermé dans le quartier. Par contre, les lieux de sociabilités réservées aux femmes sont le *hammam* (bain maure) (Carlier, 1998), les salons de coiffure (Ossman, 1998), les marchés et les espaces de commerce à caractère féminin (Ait Mous, 2010), ainsi que les dispensaires de santé et les jardins publics (Gillot, 2004) liés généralement à des activités du care. Bien que le taux d'activité des femmes de la ville de Casablanca soit important, il se limite dans ces quartiers à l'économie de soin ou à des activités précaires<sup>3</sup> qui favorisent une « sociabilité de voisinage » (Bacque et Sintomer, 2002).

En parallèle de cet ancrage spatial d'une partie de la population féminine dans le quartier populaire, des déplacements, permanents ou provisoires, sont réalisés par les nouvelles générations de femmes aspirant à un mode de vie individualisé, voire moderne. Elles accèdent désormais à des espaces publics d'activités et surtout de loisirs (Khalil, 2014), notamment les cafés d'où elles sont exclues dans leurs quartiers d'origine. « Une fille ne peut fréquenter le café de son quartier, elle sera perçue comme impudique et manque de respect à sa famille et aux hommes du quartier. Une fille doit s'éloigner du quartier si elle veut fréquenter les cafés », explique Kamal (patron de café).

Le café comme espace public masculin dans le quartier populaire subi un double contrôle ; un contrôle interne de la part de ses patrons, employés et usagers, et un contrôle externe de la part des habitants du quartier. Dès lors, l'apparition des serveuses dans ces lieux de sociabilité est perçue par une grande partie de la population du quartier comme un phénomène « anémique » dans la mesure où il trouble l'identité sexuelle de cet espace.

---

<sup>3</sup> 66% des femmes actives dans la ville de Casablanca travaillent dans le secteur informel.

## II- Le café dans les quartiers populaires : Un sanctuaire exclusivement masculin

Le café du quartier populaire ou « *qahwat derb* »<sup>4</sup> à Casablanca est un espace de loisirs, de détente, de travail et de convivialité. C'est une occupation et un passe-temps. Un lieu où plus d'hommes que de femmes peuvent lier des amitiés comme ils peuvent faire des rencontres éphémères. Dans les deux cas, le café reste un lieu de sociabilité par excellence car le lieu des relations qui se créent et se cultivent avec ou sans intérêt puisque basées sur le plaisir du partage ; partager une boisson, partager la parole, partager des stimulants ou partager un jeu. Selon Simmel (2013), le principe de partage est un élément clé dans l'action de socialisation car il favorise les formes d'action réciproques, qu'elles soient réelles ou symboliques, de coopération ou de concurrence sous des formes ludiques où le plaisir reste la principale motivation et l'unique fin. C'est un deuxième « chez soi » selon Khalid, un usager du café « Ici on est chez soi. On est entre paires même si on ne connaît pas les autres clients ou on les connaît à peine »

Depuis son apparition au XV<sup>e</sup> siècle, le café -boisson, métier et espace de consommation- a été considéré comme une tradition masculine. C'est un lieu qui possède ses propres rites de passage et de transmission des normes de masculinité (Connell, 2005). Des normes propres à l'espace du café et dont l'objet est de mettre en valeur une virilité héroïque à travers les tournées de boisson, les jeux de défis, les diverses violences verbales et surtout à travers la séduction d'une population féminine qui se trouve souvent à l'extérieur du Café.

Du point de vue architectural, la structure des cafés à Casablanca correspond plus au modèle européen qu'au modèle turc dominant dans les pays d'Afrique du Nord. En effet, au contraire de ces pays qui ont connu le café à travers l'expansion de l'Empire Ottoman, le café boisson et espace a fait son entrée au Maroc vers le XVIII<sup>e</sup> siècle grâce à l'installation de la population européenne dans les villes marocaines surtout pendant la période précoloniale (Lakhsassi et Sebti, 1999).

La présence française au Maroc a permis la multiplication des espaces cafés/bars. Elle a introduit en plus de la structure architecturale avec comptoir, espace intérieur puis terrasse extérieure ouverte sur des places et des jardins, une organisation sociale et culturelle de l'espace ; les hommes dans le comptoir et les femmes les dimanches et jours de fêtes sur la terrasse (Dufour, 1989).

---

<sup>4</sup> *Derb* ou *derouba* (pluriel) sont des sous espaces qui correspondent à la structure spatiale de l'impasse (Montagne, 1952) et aux réseaux de voisinage et d'entraide de proximité. Ce sont des tissus sociaux présents dans les quartiers populaires.

À Casablanca, le « café de France », un des plus anciens espaces de consommation créé au début du XXe siècle, fait toujours partie du patrimoine architectural et social de la ville. Il est l'incarnation même du modèle du Café marocain. Placé entre la Médina et la ville européenne, il est ni traditionnel ni moderne. Créé pour rassembler les négociants, les commerçants et les notables à cause de sa proximité du port, il a été également le lieu de rencontre des traducteurs, des aventuriers, des dockers sans travail, des ouvriers sans emploi et des prostituées (Arrif, 2010). Le café de France n'a aujourd'hui, malgré le temps, rien perdu de cet aspect composite. Sauf qu'actuellement, il peut être situé entre deux types de cafés : le café moderne et celui du quartier populaire.

En dépit des efforts fournis pour la modernisation des cafés dans les quartiers populaires à travers l'innovation dans la décoration, le matériel et le service, ces derniers gardent toujours le critère de café populaire. D'abord par l'ancrage géographique dans le quartier populaire, par la nature sociale de sa clientèle appartenant généralement au même quartier, et surtout par la norme sexuelle ; c'est un café d'hommes.

L'exclusion des femmes de l'espace du café populaire n'est pas explicite. C'est une norme sociale incorporée autant par les femmes que par les hommes et qui nous amène à parler d'une « auto-exclusion des femmes » (Taïeb-Davis, 1998 : p 217). Une norme construite sur la base d'une association du café et du profane. Une représentation qui trouve sa légitimité dans l'imaginaire collectif d'abord par l'opposition de l'espace sacré de la mosquée ou de la *Zaouïa* (prière et dévotion) à l'espace profane du café (oisiveté). Les deux espaces refusent la mixité, mais ils diffèrent par le permis et l'interdit qui agit sur la prédisposition des femmes à entrer dans l'un ou l'autre.

De plus, l'image de l'espace profane est accentuée par la présence de divers stimulants : *kif*, *haschich*, *kalla*<sup>5</sup> et dans de rares cas des boissons alcoolisées, préparés et consommés selon des rituels exclusivement masculins. Enfin, les activités et les pratiques des hommes dans les

---

5 Le « *Kif* » : c'est les feuilles et les tiges du Chanvre indien, plante hallucinante qui pousse au Nord Afrique, coupés finement et fumer dans des pipes traditionnelles. Le mot « *kif* » désigne en arabe le plaisir obtenu de sa consommation

Le « *Hachich* » : appelé aussi shit, « *Zatla* », « *hach* », est une résine visqueuse obtenu par le battage des feuilles et des fleurs séchées et compressées, le « *hachich* » est souvent mélangé avec du tabac

La « *Kalla* », désigne un mélange de tabac de cendre et de l'eau auquel on ajoute parfois des antidépresseurs moulus et mélangés. Deux origines sont possibles pour le mot *kalla*, il viendrait du mot français « la calle », qui explique le mode de consommation car le mélange doit être enroulé dans un morceau de mouchoir en papier et mis entre les lèvres et les dents pour une période allant de 1 à 2 heures. La deuxième origine, moins probable, viendrait de El Kala, région en Algérie près d'Annaba car on suppose que la pratique est entrée au Maroc à travers l'Algérie, aussi bien que les antidépresseurs, ingrédients essentiels de *Kalla* qui entrent au Maroc en contrebande de l'Algérie.

cafés des quartiers populaires telle la masculinité du langage ou les pratiques de séduction frôlant parfois le harcèlement sexuel, renforcent l'auto-exclusion des femmes de cet espace.

### **III- De la serveuse de Café au « Café de la serveuse » : les stratégies d'appropriation de l'espace**

Dès leur apparition, les cafés de Casablanca sont devenus des espaces de rencontre masculins. Les hommes y viennent pour se détendre après une longue journée de travail, prolonger des discussions avec des collègues ou retrouver des amis. Mais avec la crise de chômage qui s'accroît d'année en année<sup>6</sup>, les cafés des quartiers populaires sont devenus un passe-temps pour la population sans emploi ou qui vit de la débrouille. Ils sont l'endroit idéal pour « tuer le temps » seul ou en groupe (Carlier, 1990). De ce fait, les cafés se sont multipliés dans les quartiers populaires jusqu'à devenir une partie intégrante de leur structure architecturale (Hakouch, 2015), ce qui peut être illustré par la fameuse phrase des casablancais « entre deux cafés, il y a un café ». La présence de ces établissements est tellement incorporée par la population, elle fait partie du sensible et de l'observable au point que leur absence peut non seulement perturber l'architecture des quartiers mais créer une rupture dans le quotidien des individus qu'ils soient des usagers ou non (Sennett, 1991). Kamal, patron de café illustre cette idée par l'exemple du Ramadan ; mois du carême « pendant le Ramadan, quand les cafés sont fermés durant le jour, les quartiers deviennent déserts, les gens perdent leurs repères et parfois ont peur de passer par certains "*derouba*" ».

Par ailleurs, vu le temps que les individus consacrent désormais aux cafés<sup>7</sup>, ces derniers devaient adapter leur cadre, leurs activités et leurs services aux besoins et aux préférences de leur clientèle afin de la fidéliser. Ainsi, plusieurs catégories de cafés se sont développées suivant l'activité ou le service présenté: le café boisson où seules les boissons sont servies, le café des jeux de cartes qui est réparti spatialement selon les cercles des joueurs et où on consomme par tournée de boissons, le café *chicha* qui est conçu pour la consommation du narguilé (pipe orientale) qui doit accompagner la boisson, le café tiercé qui organise aux clients des paris en parallèle des paris officielle de la PMU (Pari Mutuel Urbain) et le café

---

<sup>6</sup> Le taux de chômage a atteint 10,1% en 2015, 15,1% en milieu urbain et 4,5% en milieu rural (La situation du marché de travail au troisième trimestre de l'année 2015, note d'information du Haut Commissariat au Plan)

<sup>7</sup> Selon les résultats de l'enquête budget temps réalisée par l'HCP en 2011/2012, 25% des hommes passent quotidiennement plus que 1h54 min aux Cafés contre 1% des femmes

*barbouqa*<sup>8</sup> où les clients peuvent consommer clandestinement des stimulants prohibés par la loi dont les plus connus sont le *haschich*, *qarqoubi*<sup>9</sup>, *Kalla*, et *kif*.

En plus des catégories citées, une nouvelle catégorie a fait son apparition dans les quartiers populaires de Casablanca. C'est « le café de la serveuse "*Qahwat serbaya*" » qui répond à son tour à une demande des clients. Ainsi, au lieu d'être catégorisé par l'activité dominante, l'établissement est désigné par le personnel de service. Certes, l'activité féminine a commencé dans le café des quartiers populaires bien avant l'apparition des serveuses avec les femmes de ménage, les plongeurs, et les femmes chargées de la préparation des galettes et des crêpes marocaines. Ces femmes suscitent moins l'intérêt que les serveuses dans le cadre de cet article pour deux raisons : la première, c'est qu'elles ne sont pas visibles dans le décor général du Café ; la deuxième c'est qu'elles ont très rarement un rapport direct avec les clients.

Dans ce travail, la question a été posée pour connaître les motivations qui incitent les patrons et gérants de Cafés à employer des femmes serveuses avant de poser la question sur les motivations des serveuses à choisir une activité masculine, dans un cadre dominé par les hommes. Les réponses des patrons étaient presque identiques. Ils commencent par une énumération des qualités fonctionnelles : « Elles sont "*ma'aqoulat*" (sérieuses), "*digourdiat*" (dégourdiées), "*nquiyat*" (propres) », avant d'évoquer le processus de modernisation dans lequel ils sont obligés de s'engager pour rester sur le marché et enfin, une certaine pression exercée par les clients pour avoir des serveuses qu'ils associent en parallèle à une autre qualité des serveuses « "*kayjibou clian*" (Elles attirent les clients) ». Les serveuses citent les mêmes qualités fonctionnelles et ajoutent d'autres que nous pouvons qualifier de qualités d'ordre moral « "*hanyat rass* (elles gardent la tête baissée) » qui renvoie vers le critère de la docilité, d'ordre relationnel « "*kayta'amlou ma'a clian*" (Elles se comportent bien avec les clients) ». « *katjib* (elle attire) » et « *Kata'amel* (elle se comporte bien) » sont deux actions qui reviennent

---

<sup>8</sup> Mot argotique en arabe dialectal *darja* qui désigne toute substance utilisée pour son effet stimulant et dont l'effet peut ôter la capacité de parler correctement ou de produire des phrases compréhensibles.

<sup>9</sup> Médicaments psychotropes sur ordonnance généralement le Rivotril ou le Gardenal qui sont vendus au Marché noir au Maroc. Le mot *qarqoubi* Issu du verbe *qarqab* qui signifie « faire du bruit », par analogie aux sons que le consommateur perçoit en consommation. (Anglade, 2013)



beaucoup dans le discours des serveuses en expliquant à la fois les motivations des patrons de cafés à employer les serveuses et ceux des clients pour venir aux « cafés de la serveuse ». Ces deux actions constituent pour elles des qualités ou plus précisément un « capital » indispensable pour intégrer l'espace masculin du café (Bourdieu, 1972). Si la première action d'« attirer » renvoie à une situation de séduction et attribue aux serveuses une fonction « hédoniste » en plus de la fonction de service, la deuxième action relative au « comportement » renvoie, quant à elle, à une fonction sociale des serveuses et aux différentes stratégies que ces dernières mobilisent pour entrer en relation avec les clients.

En effet, « *kata'amel* » est un verbe qui dénote plusieurs comportements que les serveuses adoptent pour se faire une place dans l'espace des cafés populaires. Elles l'utilisent quand elles parlent de l'attention qu'elles réservent aux clients « Je passe une serviette sur la table, je lui apporte de l'eau, je change le cendrier régulièrement » (Ilham). Elles l'emploient pour expliquer les relations matérielles « si un jour, il [le client] n'a pas de monnaie pour payer son café, je lui propose de laisser pour une autre fois » (Kawtar), « il y a des personnes qui ne peuvent pas payer régulièrement, je prends le risque de mettre leurs consommations sur la note » (Hind). Enfin, c'est un mot qui résume la fonction d'écoute et de parole que la serveuse exerce pour entrer en échange avec les clients « Je dois les écouter et comprendre ce qu'ils racontent » (Hind), « Si la serveuse ne sourit pas aux clients, s'elle passe rapidement le service sans parler à eux, si elle refuse de parler, elle va être rapidement renvoyée du café. Les clients vont dire au patron qu'elle est antipathique » (Fatima), « Un homme ne vient pas au café que pour boire du café, il peut bien le faire chez lui ou ailleurs, il vient car il veut se détendre, il veut parler, il veut être libre de dire ce qu'il veut » (Zineb). Parler et écouter forment la stratégie qu'adoptent les serveuses pour se faire une place dans le café du quartier populaire. D'un côté, c'est une forme de socialisation basée sur la réciprocité qui s'inscrit dans l'espace matériel et symbolique du café (Simmel, 2013). De l'autre, elle répond à la spécificité de l'espace « café du quartier populaire "*qahwat derb*" », où le service est personnalisé et où la proximité sociale et culturelle est de mise.

Certes, les jeux de séduction sont présents avec forces dans les cafés et les serveuses les reconnaissent « le client aime être servi par une femme, il aime observer le corps de la serveuse qui passe et qui repasse devant lui » (Hanane), « pour être embauchée, la serveuse doit avoir un corps qui plaît aux clients, un corps bien rempli des hanches et de la poitrine » (Khadija). Cependant, il n'est pas le principal élément de l'acceptation des serveuses. Ces dernières mettent en avant d'abord leurs capacités relationnelles et leur rigueur dans le travail

et arrivent dans plusieurs cas à imposer leurs propres exigences en matière de comportement et de moralité. Ainsi, si l'usage des femmes de l'espace public ne s'accompagne pas d'un rejet de son exclusivité masculine, puisqu'elles inventent d'autres lieux qui répondent à leurs exigences de moralité (Davis-Taïeb, 1998). L'irruption des serveuses dans l'espace des cafés populaires de Casablanca est cependant acceptée grâce à leur capacité d'inventer des liens dont la force émane du processus d'adaptation de leurs propres exigences à celles de leur clientèle masculine. En tant qu'actrice, les serveuses opèrent un changement dans les règles de conduite des hommes à l'égard des femmes dans l'espace public. Que ce changement soit minime et insignifiant, nous l'avons pourtant observé dans la manière de certaines serveuses de réagir face à ce que Goffman (2002) appelle « les commentaires d'évaluation gratuite » qui peuvent aller des compléments corporels aux insinuations sexuelles ou face à des comportements de violence verbale. Se comporter de manière moins agressive, répondre de manière moins sèche et indirecte sont des « savoirs culturels tacites » mais « inconscients » qui renforcent l'identité sexuelle des serveuses selon Spradly et Mann (1979). Chez les serveuses des cafés dans les quartiers populaires, ces comportements, au-delà de la confirmation d'une identité sexuelle socialement et culturellement reconnue dans le café et le quartier populaire, sont exploités consciemment pour contourner la violence ou le harcèlement à l'intérieur du café sans entrer dans une confrontation directe.

#### **IV-Rôle des serveuses dans la reconstruction des représentations autour de l'espace du café des quartiers populaires à Casablanca**

L'irruption des serveuses dans l'espace masculin du café du quartier populaire n'était pas sans résistance. Les récits des principaux acteurs montrent clairement les divergences qui existent autour de l'accès des femmes à un espace public reconnu socialement et culturellement comme un espace d'hommes. Mis à part les patrons que nous avons interviewé, c'est à travers le discours des serveuses que nous avons relevé les différentes représentations des clients, de la famille, des habitants des quartiers populaires hommes et femmes autour de l'espace. Dans ces discours, les serveuses se redéfinissent à partir du regard et du discours de l'autre.

Bien que les demandes, explicites ou implicites, d'une catégorie de clients sont un facteur important qui favorise l'accès des femmes au métier de serveuses dans les quartiers populaires de Casablanca. Certaines attitudes et modes de consommation d'une autre catégorie restent, cependant, le principal obstacle devant cet accès. Kamal qui est patron de Café depuis plus de 29 ans, nous explique la raison pour laquelle il n'embauche jamais les serveuses dans son

établissement : « Tous mes clients sont des hommes retraités, des hommes pieux, des *Hadjs*<sup>10</sup> qui viennent prendre un café et lire le journal. Ils n'ont aucune envie de voir une fille traîner entre les tables (...) c'est un café, ce n'est pas un bar ! ». À cette représentation du passage de l'espace du sacré au profane par l'accès des femmes, qui justifient le refus des clients « pieux » de la présence des serveuses, nous opposons le récit de Hind, serveuse de café, sur l'installation de la confiance des clients : « il y a un groupe de vieillards, ils passent toujours après la prière du « *'Aser* » (après-midi) pour prendre un café. Au début, l'un deux m'avait demandé pourquoi je faisais ce métier au milieu des hommes. Je lui ai expliqué que j'avais une fille à ma charge. Alors il m'a encouragée et m'a dit que la femme *'horra*<sup>11</sup> est celle qui travaille et qui ne tend pas la main aux autres ».

La notion de travail revient dans le discours des serveuses comme un élément positif. Elles l'évoquent par fois avec fierté « les gens me considèrent comme une femme qui travaille pour vivre, peu importe le lieu du travail » ( Zineb), « Il y a des hommes qui fuient ce travail car il demande beaucoup d'efforts, de concentration et surtout de patience pour gérer l'humeur des clients » (Hanane), « ce qui importe au client c'est d'être servi par une personne agréable, propre, qui fait bien son travail » (Fatima). Ainsi, pour les serveuses, seule la qualité du service peut fidéliser un client et changer son comportement pour accepter la présence de la femme dans le Café.

Ce processus de transformation de la représentation autour de la femme serveuse dans le Café ; de « la fille qui traîne » vers « la femme qui travaille » pourra introduire un changement de représentation de l'espace chez les hommes aussi bien que chez les femmes. Dans les divers récits, on a relevé certains exemples qui annoncent un début de réconciliation des femmes avec l'espace comme l'exemple de « *hadja* », une vieille dame qui avait l'habitude de s'asseoir à même le trottoir pour attendre le taxi. Avec la présence de la serveuse dans le café, elle a commencé à prendre une chaise sur la terrasse et si le taxi tarde, elle commande un jus.

L' « *hadja* » n'est pas un exemple isolé car les récits renferment d'autres exemples, comme la vendeuse de la boutique à côté qui a commencé à utiliser les toilettes du Café ou l'employée de banque qui prend son petit déjeuner le matin. Ces exemples sont révélateurs d'un certain

---

<sup>10</sup> Personne qui a fait un pèlerinage à la Mecque. Le masculin « *hadj* » et le féminin « *hadja* »

<sup>11</sup> *Horra* veut dire femme libre par opposition à la femme esclave. Dans la littérature arabe, la femme libre possède des qualités comme l'honneur, l'orgueil et la persévérance. La *horra* ne mendie pas et ne se prostitue jamais.

changement dans les représentations de la population des quartiers populaires de Casablanca. C'est le signe que le café dans ces quartiers se transforme à un lieu public de sociabilité qui accepte les hommes et peut être aussi les femmes.

### **Conclusion :**

À Casablanca, la séparation entre les sexes n'existe pas. Cependant, la présence des femmes dans l'espace public, dominé par les hommes, reste strictement codée et contrôlée. Si l'accès des femmes à certains espaces publics s'est réalisé de manière horizontale c'est-à-dire en revendiquant leur droit à l'espace public en tant qu'usagères (jardins publics, places de la ville, centres commerciaux, salles de sport et restaurants). Dans le cas des cafés des quartiers populaires, espace masculins par leurs usagers et leurs pratiques, l'irruption des femmes s'est faite de manière verticale, en s'infiltrant à travers l'exercice d'un métier qui a été depuis son apparition dominé par les hommes.

Devenir un nouveau lieu de sociabilité féminine, n'est pas synonyme de lieu exclusivement féminins dans ce texte. Nous considérons les cafés des quartiers populaires comme de nouveaux lieux sociabilité féminine dans la mesure où ils initient une coexistence et une co-jouissance des hommes et des femmes des espaces communs dans les quartiers populaires. Notamment, le rôle pédagogique qu'ils assument pour habituer les usagers de l'espace public à la présence féminine. Cette présence qui commence d'abord par la serveuse et qui incluent par la suite d'autres acteurs. En effet, les serveuses ne sont plus les seules femmes ayant conquis l'espace du café et qui ont féminisé le métier du service, dans les cafés nous avons rencontrés des employées de comptoir, appelées communément des « barmaids » ou « presseuse "Assara" »<sup>12</sup>, un métier purement masculin qui s'est féminisé, en plus des clientes dont l'accès en masse pourrait couronner la transformation de l'espace et provoquer un changement social et culturel dans la vie du quartier populaire.

---

<sup>12</sup> « Assara » (masculin « Assar ») en français « presseuse » vient de la fonction qu'occupe cette employée dans le café et qui se résume dans la préparation des boissons surtout le Café en utilisant la cafetière à pression d'où vient son nom

## Références Bibliographiques :

- ADAM, A. (1968). *Casablanca: essai sur la transformation de la société marocaine au contact de l'Occident* (Vol. 1). Centre national de la recherche scientifique.
- AIT MOUSS. F, (2010), « Portrait d'une ménagère casablancaise », In. *Casablanca figures et signes métropolitaines*, Péraldi et Tozy (dir.), Casablanca, Ed. Karthala.
- ANGLADE. M.-P., (2013), «Mouvements urbains et stratégies de femmes toxicomanes : entre violences familiales et fuite au dehors à Casablanca, Maroc », In. *Expériences du genre, Intimités, marginalités, travail et migration*, Paris, Karthala, pp. 23-48.
- ARRIF. A, (2010), « Café de France, un personnage ! », In. *Casablanca figures et signes métropolitaines*, Péraldi et Tozy (dir.), Casablanca, Ed. Karthala.
- BACQUE, M.H., SINTOMER, Y., (2002), « Peut-on encore parler de quartiers populaires ? », *Espaces et Société, Espaces modes d'emploi*, Vol. 1, N° 108-109, pp. 29-45.
- BELARBI, A., ACHY, L., and KSIKES, D., (2013), *Comment aller vers l'égalité économique hommes-femmes ?*, Casablanca, HEM.
- BELARBI, W., (2015), « Les mobilisations sociales dans les territoires périphériques de Casablanca pendant les années 1990 », *L'Année du Maghreb*, (12), 137-153.
- BOURDIEU. P, (1972), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les éditions de Minuit.
- BOURDIEU. P, (2002), *La domination masculine*, Paris, Ed. Seuil, col Points Essais.
- CARLIER. O, (1990), *Le café maure. Sociabilité masculine et effervescence citoyenne (Algérie XVIIe- XXe siècles)*. in : *Annale. Economies, Sociétés, Civilisations*, 45<sup>ème</sup> année, N°4, pp.975-1003.
- COING.H (1966), *Rénovation urbaines et changement social*, Paris, Les éditions ouvrières
- CONNELL.R. W., (2005), *Masculinities*, Los Angeles, University of California Press, 2e édition révisée.
- DAVIS-TAIEB. H, (1998), « « Là où vont les femmes ». *Notes sur les femmes, les cafés et les fast-foods au Maroc* », in OSSMAN.S (dir.), *Les miroirs maghrébins : itinéraire de soi et paysage de rencontre*, Paris, CNRS Editions, pp.217-226
- DEMAZIERE. D et DUBAR. C, (2004), *Analyser les entretiens biographiques, L'exemple de récits d'insertion*, Laval, Les Presses de l'Université de Laval.
- Gillot, G. (2004). « nature urbaine patrimonialisée: usage et perception. Le cas de deux jardins marocains ». *Habiter le patrimoine*, Maria Gravari-Barbas (dir.), (CD-Rom).

- GOFFMAN. E., (2002), *L'arrangement des sexes*, (édition française), Paris, La Dispute
- HAKOUCH, K., (2015), « Du café aux cafés », In. *Zamane. Histoire du Maroc* (version arabe), N° 25, pp. 39-41.
- Khalil, J. (2014). *Perceptions de la violence à Casablanca. Préfecture Bernoussi Sidi Moumen.*
- LAKHSASSI. A, SEBTI. A, (1999), *Du thé à la menthe : Coutume et histoire* (en arabe), Rabat, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines Rabat
- MONTAGNE. R., (1952), *Naissance du Prolétariat Marocain (Enquête collective 1948-1950)*, Paris, Cahier de l'Afrique et l'Asie III.
- OSSMAN. S., (1998), «Savoir se montrer : Modèles, modes et salons de coiffure à Casablanca », In. OSSMAN. S., (dir), *Les miroirs maghrébins: itinéraires de soi et paysages de rencontre*, Paris, CNRS éditions, pp
- RACHIK, A., (2002), *Casablanca: l'urbanisme de l'urgence*, Impr. Najah El Jadida.
- SENNETT, R., (1991 « La conscience de l'œil », In. *L'espace du public : les compétences du citoyen*, colloque d'Arc-et-Senans 8-10 novembre 1990, Paris, Plan Urbain, pp 32-35
- SIMMEL, G., (2013), *Sociologie : Etudes sur les formes de la socialisation*, traduit par Deroche-Gurcel et Muller, 2nd éd, Quadrige, PUF, Paris.
- SPRADLEY. J. P., MANN. B.J., (1979), *Les Bars, les femmes et la culture. Femmes au travail dans un monde d'hommes*, PUF, Perspectives Critiques

Article en ligne :

- DUFOUR, A-H., (1989), « Cafés des hommes en Provence », *Terrain* [En ligne], 13 | octobre 1989, mis en ligne le 11 avril 2005, consulté le 07 mai 2014. URL : <http://terrain.revues.org/2956> ; DOI : 10.4000/terrain.2956
- Khalil. J., Zouhairi. A., (2016), « A propos de la notion de précarité », *Sciences et action Sociales*, [en ligne], N° 3