



Norois

Environnement, aménagement, société

214 | 2010

Le Maroc en mutation

L'espace public comme vitrine de la ville marocaine : conceptions et appropriations des places Jemaa El Fna à Marrakech, Boujloud à Fès et Al Mouahidine à Ouarzazate

The public space as the Morocco city shop window: conceptions and appropriations of squares Jemma El Fna in Marrakesh, Boujloud in Fès, Al Mouahidine in Ouarzazate

Marie-Astrid Choplin et Vincent Gatin



Édition électronique

URL : <http://norois.revues.org/3095>

DOI : 10.4000/norois.3095

ISBN : 978-2-7535-1562-8

ISSN : 1760-8546

Éditeur

Presses universitaires de Rennes

Édition imprimée

Date de publication : 20 mai 2010

Pagination : 23-40

ISBN : 978-2-7535-1121-7

ISSN : 0029-182X

Référence électronique

Marie-Astrid Choplin et Vincent Gatin, « L'espace public comme vitrine de la ville marocaine : conceptions et appropriations des places Jemaa El Fna à Marrakech, Boujloud à Fès et Al Mouahidine à Ouarzazate », *Norois* [En ligne], 214 | 2010/1, mis en ligne le 01 juin 2012, consulté le 01 octobre 2016. URL : <http://norois.revues.org/3095> ; DOI : 10.4000/norois.3095

Ce document est un fac-similé de l'édition imprimée.

© Tous droits réservés

**L'ESPACE PUBLIC COMME VITRINE DE LA VILLE MAROCAINE :
CONCEPTIONS ET APPROPRIATIONS DES PLACES JEMAA EL FNA
À MARRAKECH, BOUJLOUD À FÈS ET AL MOUAHIDINE À OUARZAZATE**

MARIE-ASTRID CHOPLIN, VINCENT GATIN

Emam – UMR 6173 CITERES-CNRS
(Université de Tours),

Maison des Sciences de l'Homme, 33, allée Ferdinand-de-Lesseps BP 60 449 – 37204 TOURS cedex 3
choplinmarie@voila.fr, gatin.vincent@voila.fr

RÉSUMÉ

Les places Al Mouahidine à Ouarzazate, Jemaa El Fna à Marrakech et Boujloud à Fès ont été récemment réaménagées pour entrer en conformité avec les représentations des urbanistes marocains en matière d'espace public. Ces dernières ont rapidement évolué d'une vision fonctionnelle à une vision récréative où l'espace public est saisi comme un lieu de déambulation et de loisir. De ce fait, à partir de 2003 ces trois espaces de transit, prioritairement fréquentés par des habitants aux revenus modestes ont été convertis en vitrine du développement marocain.

Suite à ces transformations, les habitants ont été contraints de se réapproprier des places inspirées de modèles européens. Leurs pratiques se trouvent alors en « décalage » ou en refus vis-à-vis de celles projetées par les aménageurs, même si dans leurs discours les habitants valorisent la modernisation de leur espace de vie.

MOTS CLÉ : espace public – réception sociale – appropriation – modernité – tradition – places urbaines – Maroc

ABSTRACT

The public space as the Morocco city shop window: conceptions and appropriations of squares Jemaa El Fna in Marrakesh, Boujloud in Fès, Al Mouahidine in Ouarzazate

Squares Al Mouahidine of Ouarzazate, Jemaa El Fna of Marrakesh and Boujloud of Fez were recently reorganized to enter in accordance with the town planners representations of public space. These last ones quickly evolved from a functional vision of the public place to a "post-modern" vision which considers the public space as a space of leisure. Therefore, these three spaces firstly frequented by inhabitants with lacking resources were converted since 2003 in shop window of the Moroccan development.

Following these transformations, inhabitants were forced to re-appropriate places which were inspired by European models. Consequently, their practices are in "gap" or in refusal towards the projected practices of planners, even if in their speech inhabitants value the modernization of their living space.

KEY WORDS : public space – social receipt – appropriation – modernity – tradition – urban squares – Morocco

Les espaces publics marocains ont subi depuis deux décennies de lourdes mutations faisant évoluer leur analyse d'une posture qui questionne leurs existences (Navez-Bouchanine, 1992-1993) à celle de l'étude de leurs recompositions dans un contexte de mondialisation. Conformément à la démarche de R. Cattedra (2002), nous privilégions ici une approche duale dans laquelle l'espace public apparaît comme un lieu où convergent une praxis urbanistique¹ (dans une conjoncture où les acteurs de leur production se multiplient) et les appropriations par divers usagers. Dans ce cadre, l'évolution des pratiques de l'aménagement marocain s'inspirant des modèles de la ville postmoderne (Borghi, 2004) nous interroge quant à sa réception sociale (Semmoud, 2006)² dans le cadre des villes touristiques marocaines.

Pour nourrir cette réflexion nous nous appuyons sur nos travaux de terrain de thèses effectués pendant dix mois sur les places Jemaa El Fna de Marrakech, Boujloud de Fès et Al Mouahidine de Ouarzazate³. Ces trois espaces aux antécédents urbanistiques différents sont pourtant soumis à des restructurations similaires. En effet, bien que la place Jemaa El Fna se situe dans le prolongement de la vieille ville de Marrakech, la place Boujloud en position de porte de la ville et la place Al Mouahidine au centre de la ville récente de Ouarzazate (créée en 1928 par l'Armée Française), toutes trois ont connu entre 2003 et 2007 de lourds travaux les transformant en espaces piétonniers. Le regard des pouvoirs publics et des urbanistes semble alors évoluer vers une démarche qui n'identifierait plus les espaces publics en fonction de leur passé historique (l'espace public de la médina étant défini par opposition à la ville nouvelle) mais en fonction de leur accessibilité et de leur visibilité par le touriste. En effet, dans un contexte d'expansion périphérique des villes, les aménageurs et les pouvoirs publics renforcent la visibilité des centralités urbaines afin de produire des vitrines de la ville. Celles-ci participeraient non seulement à l'élaboration d'une nouvelle image de l'urbanité marocaine destinée à séduire les investisseurs et les visiteurs issus des pays industrialisés, dans le cadre d'une politique de développement ; mais elles seraient aussi destinées aux urbanistes eux-mêmes pour leur renvoyer l'image d'un pays « moderne », « à la pointe » des savoir-faire urbanistiques.

Nous visons alors à apporter un éclairage sur les nouveaux rapports que la société marocaine construit avec les représentations portant sur la modernité⁴ et sur la tradition par une analyse comparant la dialectique qui s'opère entre les aménageurs et les usagers à l'occasion du réaménagement de trois places publiques marocaines.

Pour ce faire, nous nous interrogeons sur les objectifs et les processus qui aboutissent à la production de vitrines urbaines⁵ avant d'analyser les décalages entre les pratiques urbanistiques et leur réception par les usagers que nous avons pu identifier ; à savoir les touristes, les habitants et les professionnels qui travaillent sur les places.

Objectifs et processus de la conception d'une vitrine urbaine

Dans un contexte de concurrence accrue entre les villes touristiques maghrébines qui peuvent apparaître à l'instar de leurs consœurs européennes des « villes-marchandises » (Garnier, 2008), l'espace public fortement fréquenté par la population internationale devient le lieu privilégié de la promotion urbaine.

1. À travers le terme *praxis* utilisé par Cattedra, nous nous référons à ce que Lefebvre nomme une « représentation de l'espace », c'est-à-dire à « l'espace conçu, celui des savants, des planificateurs, des technocrates "découpeurs" et "agenceurs" » (Lefebvre, 2000, p. 48).

2. Dans « La réception sociale de l'urbanisme », N. Semmoud (2007) explique qu'il peut exister un « décalage entre l'espace produit par l'urbanisme et ce qu'en attendent les destinataires ».

3. Nous avons effectué chacun deux périodes de terrains entre janvier et mars 2007 pour nos masters, puis entre mai et décembre 2008 pour nos thèses. Ce travail s'appuie sur une centaine d'entretiens semi-directifs que nous avons chacun effectués auprès d'habitants, de touristes et d'acteurs institutionnels.

4. En n'omettant pas de considérer la modernité comme une notion polymorphe et complexe, nous nous basons ici sur la pensée d'E. Husserl (1989) qui comprend la modernité comme une crise générale de la pensée, des principes politiques fondamentaux, des valeurs culturelles et sociales qui crée une rupture avec ce qui précède.

5. Le terme « vitrine » désigne pour R. Brunet *et al.* (1993) « ce que l'on expose, où l'on expose, pour flatter ».

Ainsi, les places Jemaa El Fna, Boujloud et Al Mouahidine ont connu des processus d'aménagement qui s'inscrivent plus largement dans des orientations politiques d'envergure à l'échelle du Royaume, telles que l'objectif d'atteindre 10 millions de touristes en 2010⁶ ou aux échelles locales, comme les projets de réhabilitation des médinas de Fès et de Marrakech. Elles sont alors représentatives des processus de requalification qui touchent un groupe plus large de places marocaines qui comprend les places du Petit et du Grand Socco à Tanger, celles d'Al Maghrib Al Arabi et du 16 août à Oujda⁷ ou encore, celle d'Al Amal à Agadir⁸.

À travers l'observation de ces processus de restructuration, nous cherchons à analyser les manières dont les aménageurs, par leurs savoir-faire, leurs techniques et leurs outils urbanistiques, mettent en scène l'espace public pour y exprimer le discours du pouvoir central portant sur la modernité et sur la tradition.

MISE EN SCÈNE D'UNE REPRÉSENTATION DE LA MODERNITÉ

Pour attirer les touristes et améliorer l'image des places publiques centrales, les aménageurs⁹ ont tout d'abord essayé d'inscrire dans l'espace public leurs représentations de la sécurité, de la propreté et de l'attractivité.

Ainsi, d'après les propos du technicien de la municipalité de Ouarzazate en charge de l'opération de réaménagement de la place Al Mouahidine : « *Ce que l'on veut pour cette place, c'est un point d'attraction du touriste [...]* » (Choplin, 2007). Il était alors essentiel d'attirer les touristes vers le centre de la ville afin de créer de la plus-value, dans un contexte où leurs pratiques spatiales restent circonscrites à une zone hôtelière. Pour ce faire, la municipalité a changé le revêtement du sol pour passer de la terre battue aux pavés (fig. 1), et a substitué à la fonction initiale de gare routière, celle de lieu récréatif, propice à la flânerie. Ces actions visent à inverser les représentations dont fait l'objet la place qui passent de connotations négatives relatives à l'insalubrité et l'anarchie, à des connotations positives liées aux registres de la propreté et de la sécurité.

L'aménagement aboutit alors à une distinction entre le centre de la place et son pourtour, renforcée par la disposition du mobilier urbain autour de l'espace central. En effet, des lampadaires hexagonaux imitant l'esthétique des premiers luminaires urbains en fonte ont été juxtaposés à des palmiers et à quatre larges bancs cadrant la place. Cette composition « habille » alors uniquement le pourtour de la place, laissant une surface centrale plane et vide. Derrière le dispositif ornemental sont alignés différents commerces bordant la place (trois snacks, un hôtel classé « une étoile¹⁰ », un grand café, quatre agences de location de voiture pour le tourisme et trois épiceries) qui doivent aussi s'adapter aux standards internationaux (renouvellement des terrasses et des enseignes, uniformisation de l'agencement des tables), afin de répondre aux exigences d'une centralité urbaine tournée vers le tourisme. À cet effet, des mécaniciens furent déplacés pour favoriser les initiatives de projets touristiques (restauration, hôtellerie, agences de location de véhicule), de même qu'il a été demandé aux différents restaurateurs et hôteliers de rénover leurs façades et terrasses, lorsqu'elles apparaissaient dégradées.

6. Cet objectif est formulé dans l'ACCORD CADRE 2001-2010, 2001. « Sous la Présidence effective de Sa Majesté le Roi Mohammed VI », Agadir.

7. Un programme de réhabilitation de la vieille ville d'Oujda comprenant l'aménagement de quatre places (les places de Bab El Gharbi, 16 août, 9 juillet et du Maghreb arabe) a été engagé le 3 juillet 2008.

8. La place Al Amal a fait l'objet de nombreux articles de presse critiquant son revêtement en 2007. Depuis, elle a été réaménagée.

9. Nous désignons par le terme « aménageurs » les acteurs à l'origine de la fabrique formelle de la ville soit les urbanistes, les architectes, les pouvoirs publics, les maîtres d'ouvrage des opérations à l'instar des municipalités et des provinces.

10. Au Maroc, le classement du niveau de standing des hôtels s'effectue conformément aux critères établis dans les normes de classement européennes. Cependant, nombreux sont les professionnels du tourisme qui considèrent que le classement marocain surévalue les établissements hôteliers.

Ce processus de mise aux normes internationales concerne également le quartier Boujloud de Fès qui a connu entre 2001 et 2003 de profondes reconfigurations. L'objectif premier de l'aménagement de la place consistait à transformer la gare routière qui s'y trouvait en un espace propre et aéré, à la hauteur de la réputation de la ville de Fès¹¹, même si la municipalité et la *Wilaya*¹² n'avaient pas d'idée précise quant à son devenir : « Pour l'instant il n'y a pas eu de choix effectués mais nous sommes tous d'accord pour faire quelque chose de culturel. Quelque chose qui corresponde à l'image de la ville. Tu sais en arabe lorsque l'on parle de Fès, il y a toujours l'idée de "savante"¹³. »

À cet effet, l'Ader Fès a déplacé les activités de transports et leurs usagers, pour aménager une dalle triangulaire (fig. 2) d'une superficie avoisinant deux hectares. L'objectif était de créer un espace « lisible¹⁴ » allant de l'extrémité sud-est des murailles à la porte Boujloud et de signifier l'ancienneté de Fès en soulignant l'aspect majestueux des remparts. La place telle qu'elle existe actuellement correspond alors à la première « tranche » d'un projet plus vaste impliquant l'expropriation de l'ensemble des habitants d'un quartier populaire, en relation étroite avec les anciennes activités routières évoquées précédemment.

Dans le cas de la place Jemaa El Fna, la situation est proche même si elle possède ses spécificités liées à la patrimonialisation des cultures orales qu'elle accueille. En effet, l'Agence Urbaine et la municipalité de Marrakech ont réorganisé la place pour accompagner la visée touristique évoquée précédemment et pour marquer spatialement son inscription au Patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Selon les techniciens de l'arrondissement Marrakech Médina que nous avons rencontrés, cette restructuration a été effectuée car il était essentiel de rendre « présentable » une place qui devenait un haut lieu de culture à l'échelle internationale : « On n'a pas vraiment réaménagé, on a juste fait un carrelage. Mais l'objectif est vraiment de mettre en valeur la place. C'est un endroit où il y a beaucoup de touristes. Il faut la mettre en avant. Cependant, elle fait partie du Patrimoine national, alors on ne peut pas toucher à l'architecture. Nous n'avons fait qu'un carrelage autobloquant pour montrer la place sous un beau visage¹⁵. »

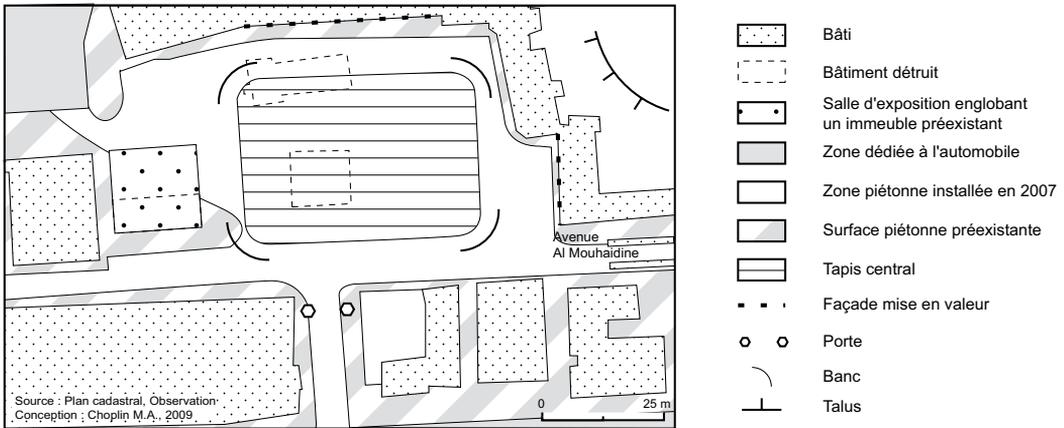


Figure 1 : Réaménagement de la place Al Mouahidine à Ouarzazate (2007)
Reorganization of the Al Mouahidine square in Ouarzazate (2007)

11. En effet, à travers les médias, Fès est présentée comme la ville « savante » marocaine et comme un haut lieu de la civilisation arabo-andalouse.

12. Les termes vernaculaires sont définis dans le lexique en fin de numéro.

13. Extrait d'entretien avec un technicien de l'Agence pour la Dédensification et la Réhabilitation de la médina de Fès (Ader Fès) qui est une structure créée pour devenir l'interlocuteur unique de la Banque mondiale qui finance de nombreuses opérations d'aménagement dans la ville.

14. Adjectif utilisé par notre interlocuteur de l'Ader Fès.

15. Extrait d'entretien avec un technicien de l'arrondissement « Marrakech Médina ».

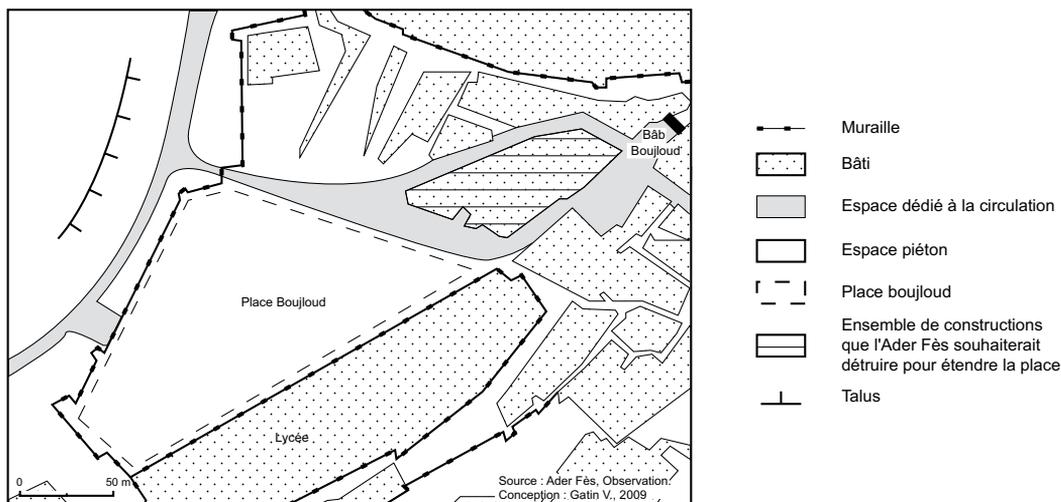


Figure 2 : Aménagement de la place Boujloud de Fès (2003)
Arrangement of the Boujloud Square in Fès (2003)

Dans cet esprit, un dallage soigné et une nouvelle structuration des éléments composant la place ont été mis en place en 2003 (fig. 3). Un revêtement conçu spécialement pour recueillir les corps gras a été posé au centre de la place à l'emplacement des gargotes de restauration mobile, tandis que les stands de jus de fruit qui entouraient précédemment les artistes de rue ont été dispersés et homogénéisés. Par la suite (en 2005), le mobilier urbain et les devantures des commerces qui bordent la place ont été harmonisés, selon le même modèle que les gargotes et les stands de jus de fruits. Les propriétaires des restaurants de la place ont été contraints de changer leur mobilier extérieur en optant, par exemple, pour de grands modèles de parasols verts aux structures métalliques légères.

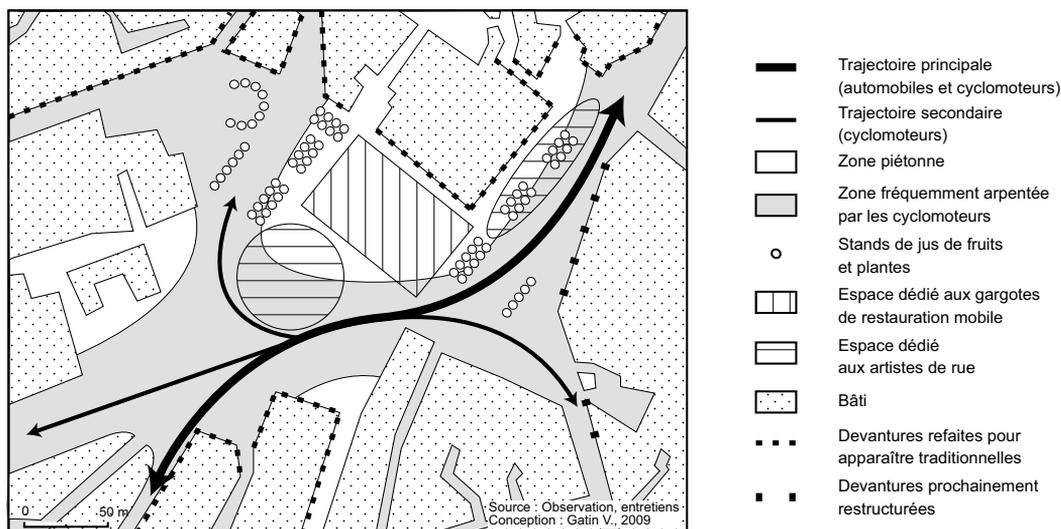


Figure 3 : Organisation de la place Jemaa el Fna à Marrakech (2008)
Organization of the Jemaa el Fna Square in Marrakesh (2008)

Cependant, ce dispositif présenté comme esthétique tend à écarter discrètement les populations les plus populaires. En effet, la restructuration du jardin et des ruelles débouchant sur la place Jemaa el Fna a permis de détruire les bordures d'allées utilisées par les marginaux pour se reposer en journée et derrière lesquelles ils pouvaient dormir la nuit à l'abri des regards des forces de l'ordre public. De même, la plupart des projets urbains pilotés par l'agence urbaine poussent indirectement les propriétaires de commerces populaires à se mettre aux normes, changer d'activité ou céder leurs biens. En effet, avec la revalorisation de la place, de nombreux commerçants se reconvertisent dans la restauration touristique plus lucrative¹⁶. D'autre part, ces derniers doivent se conformer à de nouvelles normes de devantures et de sécurité qui impliquent souvent un investissement conséquent à leur seule charge. De fait, les plus vulnérables sont tentés de cesser leur activité et de profiter de la rente générée par la vente du fond de commerce. Enfin, la mise en place d'une police touristique et la création de nouvelles normes telles que l'interdiction d'utiliser des ânes sur les axes fréquentés permettent aux autorités de s'assurer que la population se conforme à un nouveau modèle d'urbanité excluant les pratiques renvoyant selon eux à une image archaïque de l'espace public.

Ainsi, les trois places étudiées ont été restructurées dans leur esthétique et leur organisation, afin d'être attractives aux visiteurs. Si l'on considère la modernité comme une crise (Husserl, 1989), les espaces publics au Maroc sont marqués par l'importation de nouveaux modèles de faire et de vivre la ville, provenant d'Europe, qui créent une rupture avec les anciennes pratiques urbaines des usagers. Par conséquent, les places apparaissent aux yeux des aménageurs marocains comme des objets qui permettent d'enjoliver et de corriger les défauts d'un espace public historique qui renvoie à des représentations de pauvreté, de confinement, d'anarchie et d'insécurité. L'espace public restructuré pour le tourisme se plie donc à un modèle idéalisé associé aux thèmes de l'hygiène, de l'ordre, de la fonctionnalité et de l'ouverture qui cherche à rompre avec une physiologie et des appropriations spatiales perçues comme incompatibles avec la stratégie nationale de développement.

MISE EN SCÈNE D'UNE REPRÉSENTATION DE LA TRADITION

Les aménagements visant à moderniser et à mettre aux normes des espaces perçus comme disqualifiés par les institutionnels sont aussi associés à un discours identitaire portant sur la tradition.

À Ouarzazate, contrairement à un pourtour mis aux normes internationales, le centre de la place constitue le support d'une mosaïque représentant un tapis, conçu par l'architecte maître d'œuvre de la place pour symboliser « la tradition » par l'inscription dans l'espace d'une image de l'Islam, qui expliquerait par ailleurs l'absence de mobilier urbain à cet endroit (fig. 1). Pour appuyer l'ancrage de sa représentation de « la tradition » destinée aux habitants, la municipalité a prolongé sa diffusion sur l'avenue Al Mouahidine, un axe donnant accès à la place. En effet, cet axe nouvellement pavé fait l'objet d'une organisation en trois séquences délimitées par des terre-pleins ponctués de palmiers. D'après la municipalité, cette division de l'avenue doit concrétiser une représentation traditionnelle des pratiques spatiales de l'espace public, relative à la séparation de groupes sociaux. Ainsi, la partie sud, éloignée des commerces, serait destinée aux marginaux faisant l'aumône ainsi qu'aux personnes appartenant au genre féminin, que les aménageurs associent à des individus désirant marcher sans être importunés. La partie centrale serait consacrée aux passants et la partie nord aux touristes et aux commerces (Choplin, 2007).

À l'inverse, à travers les projets de mise en valeur de la place Jemaa El Fna proposés par l'agence urbaine de Marrakech, l'expression de la tradition est réduite à sa dimension ornementale. Elle

16. Cela est par exemple le cas pour le Café Montréal (au nord-est de la place Jemaa el Fna) qui fut au départ une boulangerie (jusqu'en 2000), puis un café (jusqu'à aujourd'hui) et qui était au moment de notre étude en travaux pour devenir un restaurant touristique doté d'une terrasse panoramique.

apparaît alors comme une volonté de définir une identité architecturale à une place dont on reproche l'absence d'esthétique : « *La majorité des bâtiments qui entourent la place sont des cafés panoramiques conçus avec des matériaux en bois, en plastique ou en métal, dont la diversité nuit à la cohésion esthétique de l'ensemble, sans compter la surélévation, le déferlement des enseignes et la pollution visuelle qu'il génère.* » (Unesco, 2006)

Néanmoins, cette démarche apparaît comme paradoxale car ce sont les conteurs travaillant au sein d'un espace populaire et spontané qui sont inscrits en tant que Patrimoine culturel immatériel de l'Humanité par l'Unesco. Pour mettre en place des aménagements visant à structurer ces pratiques, la municipalité et l'Agence Urbaine durent élaborer une rhétorique leur permettant de qualifier leur intervention de patrimoniale (Gatin, 2007). Ainsi, les aménagements visant à faire de la place un lieu propre et organisé ont été habillés de décorations¹⁷ que les initiateurs présentent comme traditionnelles et qui permettent, selon eux, de mettre en valeur la tradition et le patrimoine de la place Jemaa El Fna. Dans le même esprit, les bâtiments massifs érigés à l'époque du Protectorat ont été habillés de décorations mauresques en *zellige* et *tadlaght* leur donnant l'aspect d'un pastiche.

À l'instar de la situation caractérisant la place Jemaa El Fna, les restructurations de la place Boujloud ont aussi été accompagnées d'un discours permettant de justifier l'intervention des bulldozers à l'intérieur de l'enceinte d'une médina classée au Patrimoine Mondial. Dans ce cas, c'est la réhabilitation des murailles et la décision de faire de cette place un lieu dédié aux conteurs de rue qui ont servi de justificatif à la restructuration massive du quartier : « Point d'entrée principal de la Médina, la Place Boujloud revêt une position stratégique, et, durant les dernières décennies, elle s'est vue convertir en lieu de stationnement et de parkings. Fort heureusement, la place a été réaménagée et a pu ainsi recouvrer son rayonnement culturel à l'échelle de la ville¹⁸. »

Nous pouvons par ailleurs noter que cette justification culturelle ne sert pas uniquement la rhétorique touristique et la faisabilité du projet mais sert aussi à positionner la place Boujloud comme une rivale de la place Jemaa El Fna. « *En fait, le but, c'était de faire une sorte de Jemaa El Fna... Enfin on ne voulait surtout pas avoir Jemaa El Fna car ce n'est pas très valorisant culturellement parlant! [...] On souhaite vraiment avoir un lieu culturel beaucoup plus évolué. Notre inspiration serait plutôt San Marco à Venise, un endroit de ce type*¹⁹. »

N'ayant pas de grande place publique capable de dégager une telle aura, l'Ader Fès (en accord avec la municipalité et la Wilaya) décida d'en constituer une en reconfigurant un quartier. Ils espéraient ainsi qu'une démarche volontariste permettrait d'éviter les appropriations non souhaitables existant sur la place Jemaa El Fna, telles que la mendicité, la prostitution ou encore la vente de cannabis.

Les aménagements que nous venons de présenter, mis à part la décoration centrale de la place Al Mouahidine, font l'objet de conceptions tournées essentiellement vers l'extérieur. En effet, dans un contexte où le tourisme est posé comme une priorité nationale, l'espace public prend un statut de vitrine chargée de diffuser auprès des touristes l'image d'un pays moderne soucieux de préserver ses traditions. Ainsi, à travers le réaménagement des espaces publics, les acteurs institutionnels associent des représentations spatiales se référant à la modernité (ouverture et lisibilité de l'espace par un travail de perspective, de propreté et de sécurité) à des représentations faisant référence au registre de la tradition (choix esthétiques peu explicites et organisation de festivités folkloriques). Ils essaient alors de composer des aménagements combinant ces deux références en s'inspirant de modèles européens qui peuvent être à la fois théoriques (la ville piétonne) ou réels (la place San Marco de Venise) au risque de faire perdre aux places qu'ils réaménagent leur ancrage local.

17. Par exemple, l'uniformisation des stores des commerces s'est faite au profit de modèles en fer forgé.

18. Citation tirée d'un fascicule interne de l'Ader Fès intitulé : « Réaménagement de la place Boujloud » datant de 2004.

19. Entretien avec un représentant de l'Ader Fès en 2007.

Les vitrines urbaines à l'épreuve des usages

Pour confronter les représentations spatiales des concepteurs avec celles des usagers, nous analyserons les concordances et les décalages existant entre l'espace imaginé et l'espace public réellement vécu. Pour ce faire, nous nous appuyerons sur des exemples tirés de nos observations de terrain.

Les places Al Mouahidine, Jemaa El Fna et Boujloud sont appropriées par trois types d'usagers principaux : les touristes, les professionnels de ces espaces²⁰ ainsi que les habitants. Sur les places, les usagers sont confrontés à de nouveaux aménagements qui les contraignent à ajuster leurs pratiques spatiales. Ces dernières oscillent donc entre l'adhésion à la conception des pouvoirs publics qui se traduit par un renouvellement des pratiques spatiales et l'ajustement des anciennes pratiques aux nouveaux espaces. Ainsi, deux conceptions de l'espace public se confrontent sur les places. La première considère l'espace public comme un lieu de représentations sociales et la seconde l'envisage comme un lieu de vie sociale.

RÉINTERPRÉTATION DES NOUVELLES CENTRALITÉS TOURISTIQUES PAR LES USAGERS

Bien que le projet de dédier l'espace aux piétons et de renforcer les centralités soit mis en œuvre par les aménageurs des trois espaces d'études, les interprétations et pratiques des usagers varient d'un espace à l'autre.

En effet, selon la conception des urbanistes de la municipalité et de l'Agence Urbaine de Marrakech, la place Jemaa El Fna doit offrir une possibilité de déambulation aux visiteurs et donc être aménagée essentiellement pour la circulation piétonne. Cependant, en plus d'être un espace de loisirs, la place Jemaa El Fna est à la fois le point de convergence des principales voies de la médina de Marrakech et le principal axe de liaison entre la médina et la ville moderne. La population marakchie et les visiteurs y transitent alors de sept heures à minuit sans interruption. Par conséquent, plusieurs interventions visant à faire de la place un lieu d'agrément ont été réinterprétées par les habitants qui continuent à la percevoir comme un lieu de passage. Ainsi, l'interdiction d'y circuler de manière motorisée a été détournée par les Marrakchis qui profitent de l'ouverture matinale de la place aux livraisons pour circuler en voiture avant que les entrées ne soient fermées. Cette fermeture (qui a lieu à 13 heures) est alors à son tour rejetée par les habitants qui utilisent des cyclomoteurs pour contourner le poste de contrôle et escalader les trottoirs. La suppression des rues qui contournaient le terre-plein central de la place au profit d'un revêtement uniforme prévu pour les piétons a aussi été réinterprétée par les automobilistes et les deux-roues qui considèrent désormais que les véhicules peuvent circuler sur l'ensemble de la place (fig. 3). En effet, ces derniers suivent principalement des trajectoires contournant son centre mais n'hésitent pas à dévier pour esquiver les piétons ou les autres automobilistes. Le territoire arpenté par les véhicules est alors sensiblement décuplé. De ce fait, les piétons sont contraints de s'adapter aux va-et-vient et aux trajectoires peu lisibles des voitures et autres taxis roulant relativement vite pour une zone dense (environ 40 km/heure).

Bien que dans le cas de Fès la même volonté de transformer la place en espace piétonnier ait eu lieu, les modes d'appropriation sont tout à fait différents. En effet, à la lecture des cartes et du plan de la ville, la centralité géographique de la place Boujloud apparaît prononcée car elle assure la liaison entre les deux centres anciens de la ville, Fès Jdid et Fès el-Bali. Toutefois, suite aux réaménagements de la place qui visaient à en faire un haut lieu culturel, celle-ci a été délaissée pendant plus de trois années avant d'être lentement appropriée par la population. En effet, la place est bordée par un pan des murailles de la ville et un lycée très renommé (fig. 2). Il ne s'y trouve donc aucun commerce ni aucun mobilier central. De plus, une rue la contourne pour permet-

20. Cette catégorie regroupe tous les individus travaillant dans ces espaces, tels que les commerçants, les vendeurs informels, les artistes de rue et les professionnels formels et informels du tourisme.

tre aux visiteurs de rejoindre la médina sans la traverser. Elle apparaît alors comme un lieu peu attractif que l'absence d'ombre et de mobilier urbain ne fait que confirmer. L'idée préalable des aménageurs qui consistait à créer un espace de rencontre entre les habitants des « trois villes » de Fès ne s'est alors pas concrétisée. En effet, les Fassis appartenant à la classe moyenne que nous avons rencontrés nous expliquaient que se rendre en médina pour assister à des spectacles était socialement peu valorisant. « *Vous rigolez, je ne vais pas aller sur cette place voir des folklores. Je ne suis pas du tout sensible à la musique traditionnelle. Vous y êtes sensible vous? Vous ne trouverez personne de la ville nouvelle là-bas, ce n'est pas pour nous*²¹. »

Néanmoins depuis 2006, les pratiques évoluent et les mères de famille originaires de la médina prennent le temps de s'y rendre pour s'y détendre avec leurs enfants. Elles considèrent alors l'absence de commerce comme autant de tentation à la consommation en moins²².

Similairement, la majorité des Ouarzazis n'ont pas les moyens financiers suffisants pour consommer régulièrement un café sur les terrasses de la place Al Mouahidine et investissent plutôt la partie centrale de la place, vide de tout commerce. Le centre devient donc le lieu de rencontre des groupes de jeunes qui y discutent, prennent rendez-vous ou draguent. Des femmes viennent en groupes surveiller leurs enfants qui organisent spontanément des parties de football et de basketball. De cette manière, ces nouveaux usagers de l'espace public qui auparavant évitaient la place qui ne leur était pas destinée se l'approprient en lui conférant une fonction d'espace de loisirs et de récréation (Photo 1). Cependant, en ayant concrètement à leur disposition uniquement la partie vide et centrale de la place, les usagers se trouvent confinés sur les quelques espaces où ils peuvent s'asseoir comme les quatre bancs et les marches de la salle d'exposition. La place n'offre alors qu'un lieu de détente relatif pour les habitants qui s'y rendent en priorité dans le but de s'aérer.

De fait, les reconfigurations spatiales des places Al Mouahidine et Boujloud, en favorisant la venue de nouveaux usagers de l'espace public, traduisent quelques indices d'un processus de reconfiguration sociale à l'œuvre au Maroc. Ce processus se caractériserait par une libéralisation des individus qui se produirait par une mise à distance des normes et des valeurs définissant un modèle tradition-



Photo 1 : Façades homogénéisées et zone réservée à la restauration sur la place Jemaa el Fna (cliché Gatin V., 2008)

Homogenized fronts and a zone reserved for the catering on the Jemaa el Fna square

21. Extrait d'entretien réalisé avec M. Najib, médecin habitant à Fès.

22. R. Cattedra faisait déjà état d'une situation semblable sur le parvis de la mosquée Hassan II à Casablanca (Cattedra, 2002).

nel de régulation sociale²³. En effet, les places étaient exclusivement pratiquées par les hommes jusqu'à ce que leurs réaménagements piétonniers produisent un renversement des représentations que les habitants leur confèrent. Suite à ces transformations spatiales impliquant un changement des représentations, la population pratiquant les nouvelles places devient principalement féminine. Le nouveau modèle promu par les aménageurs favorise donc une mise à distance vis-à-vis d'un modèle de société traditionnelle en favorisant l'usage mixte de l'espace public auparavant pratiqué majoritairement par les hommes (Hadfane, 2003). Cependant, ce processus s'en trouve relativisé à Ouarzazate car les jeunes usagers et les usagères, contraints d'occuper uniquement le centre de la place, demeurent sous les regards des hommes occupant les terrasses situées autour de la place.

Ainsi, les conceptions des professionnels projetées sur les grandes places ont été réinterprétées par les habitants. Ces derniers ont refusé l'aménagement piétonnier de la place Jemaa El Fna qui est en décalage avec leur besoin de circuler. Au contraire, les nouvelles configurations des places Al Mouahidine et Boujloud, en ouvrant l'espace public à l'international, rendent possible des usages qui expriment une distance par rapport aux normes sociales traditionnelles.

REPRÉSENTATIONS DES ESPACES PUBLICS PAR LES TOURISTES

Si l'objectif clef du réaménagement des places publiques étudiées consiste à fabriquer des vitrines urbaines destinées à présenter le Maroc comme un pays développé à travers les moyens de communication internationaux, le tourisme constitue un des moyens permettant d'adresser cette image progressiste et moderne aux pays occidentaux. Pourtant, à la lumière d'un corpus de médias touristiques (guides, publicités, cartes topographiques, cartes postales), le registre lexical portant sur les notions de « tradition » et d'« authenticité » domine celui portant sur le thème de la modernité pour qualifier les espaces nouvellement reconstruits. De ce fait, les discours touristiques portant sur ces espaces s'opposent aux valeurs qui leur sont attribuées par les aménageurs.

Au préalable, précisons que les médias touristiques²⁴ attribuent systématiquement aux lieux évoqués des aspects fantasmagoriques (la magie de la place Jemaa El Fna, la porte du désert que constituerait Ouarzazate par exemple) qu'ils présentent comme leur étant immanents. Ce procédé entre dans une logique commerciale cherchant à vendre des séjours à des individus en recherche d'exotisme et s'oppose à une logique actorielle qui considère que les lieux touristiques sont des espaces construits par des acteurs aux intérêts divers (Sacareau et Vacher, 2001). De ce fait, les touristes jugent les places en fonction de l'image exotique à laquelle ils avaient préalablement adhéré. L'espace touristique réel, conjointement façonné par les pouvoirs publics (cherchant à créer des vitrines urbaines), les habitants (qui cherchent soit par le tourisme, soit par le contact avec les étrangers, à subvenir à leurs besoins, à valoriser leur culture ou à concrétiser des projets d'émigration) et les tour-opérateurs internationaux (qui utilisent les notions d'authenticité et de magie pour vendre des voyages à des clients inscrits dans une société combinant loisirs et travail routinier) (Knafou, 2003), apparaît alors comme un parasite de cette vision idéalisée.

Ainsi, dans le cas de la place Jemaa El Fna, bien que les touristes qui la fréquentent constituent un ensemble hétérogène²⁵ qui expliquerait des divergences de pratiques et d'opinions, leur

23. H. L. Hadfane (2003) définit la société marocaine traditionnelle comme scindée entre l'espace du privé, celui du « dedans » et l'espace public, celui du « dehors » : « l'espace public ou le dehors est l'espace réservé au masculin, le champ des conflits et des savoirs. Il est organisé et géré par les hommes et pour les hommes. Les femmes n'y accèdent que sous leur tutelle. »

24. Nous comprenons ici par « médias touristiques » un large corpus de discours écrits qui vantent les attraits d'un espace donné. À titre d'exemple, nous regroupons sous ce même terme les ouvrages de Pierre Loti, de Juan Goytisolo, les guides touristiques culturels, les nombreux reportages télévisés portant notamment sur les enjeux immobiliers à Marrakech, les discours autour d'événements particuliers comme le Festival international du film de Marrakech, les carnets de voyages...

25. Il regroupe des individus de toutes origines et de tous milieux sociaux qui possèdent des connaissances plus ou moins fournies sur le Maroc et sur la ville de Marrakech et qui voyagent dans des conditions très différentes les uns des autres – voyages organisés, voyages d'affaires, séjours individuels sportifs, séjours familiaux et culturels.

discours, en accord avec celui des médias touristiques, est fondé sur l'idée que la place reste un lieu enchanteur. « *Quand on approche de la place on est plongé dans le traditionnel. Avec la lumière et la musique c'est impressionnant. On sent que cela s'est modernisé un peu partout mais cela reste magique*²⁶. »

De la sorte, si l'on se réfère à l'avis des touristes effectuant un premier voyage au Maroc, les aménagements que nous avons évoqués répondent aux objectifs des pouvoirs publics car cette catégorie ne les perçoit pas et pensent par exemple que les stands de jus de fruit sont anciens alors que ceux-ci sont presque neufs. Ils sont alors émerveillés par la place qui leur apparaît à la fois fonctionnelle, animée, propre et chaleureuse.

Les visiteurs connaissant la physionomie préalable du site sont plus sceptiques vis-à-vis des aménagements qui selon eux « dénatureraient la magie du site » mais qui permettraient tout de même d'en améliorer le confort. Les prix pratiqués par les commerçants de la place ayant également fortement augmenté, ces derniers la perçoivent comme un lieu conçu pour attirer des devises. De ce fait, de nombreux touristes « amateurs » du Maroc l'évitent tout en recherchant des espaces exotiques moins fréquentés. De la sorte, la démarche des acteurs souhaitant ordonner une place qu'ils perçoivent comme anarchique est accueillie de manière nuancée par les touristes. Leurs postures oscillent entre l'adhésion aux nouveaux aménagements plus fonctionnels et sécurisés et le rejet d'un nouvel espace auquel ils attribuent une capacité à enchanter déclinante (Winkin, 2001). Les propos d'un restaurateur illustrent la position des acteurs du tourisme : « *Ils [les pouvoirs publics] devraient quand même se méfier car les gens viennent au Maroc pour le soleil et le dépaysement. S'ils nous font une place à l'Européenne comme ils sont en train de le faire, ils risquent de faire fuir les gens*²⁷. »

Les touristes qui se rendent sur la place Al Mouahidine ne se trouvent pas dans la même posture. En effet, ce sont essentiellement des touristes individuels, qui gèrent leur voyage sans la tutelle d'un tour-opérateur, ainsi que des clients de l'hôtel donnant sur la place car les touristes pris en charge par les tour-opérateurs sont contraints de pratiquer l'espace public de la ville circonscrit à leur hôtel²⁸. Lorsqu'ils se rendent sur la place, ces derniers sont à la recherche d'un espace exotique (Lévi-Strauss, 1990), se référant notamment à des images de bâti traditionnel comme les ksours et les kasbahs, construits en pisé²⁹. Ils expriment des marques d'incompréhension vis-à-vis de la partie centrale vide et du bâtiment de la salle d'exposition en s'interrogeant³⁰ sur les usages et les fonctionnalités qu'une telle surface plane et dénudée³¹ peut revêtir, tout comme ils questionnent le rôle du bâtiment imposant de la place³² (Photo. 1). De fait, nous supposons que les aménageurs ne se sont pas complètement appropriés les modèles d'espaces publics européens car ils n'ont pas attribué de fonctionnalités lisibles aux différentes composantes de la place.

De la même manière, l'immense surface que constitue la place Boujloud interroge car elle est désertée au cours de la journée (Photo 2). Les touristes hésitent à s'y promener car elle ne figure pas dans les guides touristiques et est peu citée par les Fassis qui préfèrent les orienter vers la porte éponyme. Cette dernière, qui se situe légèrement en retrait, apparaît plus sympathique car elle est visible depuis une petite placette très vivante bordée de commerces et de cafés. De ce fait, très peu de touristes pratiquent la grande place hors des périodes de fêtes.

26. Extrait d'entretien réalisé avec une touriste française.

27. Extrait d'un entretien réalisé avec le gérant d'une grande brasserie touristique.

28. Ce phénomène répond à une pression émanant des tour-opérateurs visant à faire consommer le plus possible les touristes dans l'enceinte hôtelière et dans le réseau de commerçants sous contrat avec l'agence, en les incitant notamment à participer à un programme foisonnant d'activités. Ces derniers sont alors peu nombreux à saisir les opportunités de temps libre pour découvrir le reste de la ville indépendamment d'un guide employé par le tour-opérateur.

29. Le pisé est conçu à base d'un mélange de terre argileuse et de paille.

30. Il est à noter que les touristes fréquentaient la place en particulier l'après-midi, aux heures les plus chaudes qui correspondaient de ce fait aux périodes où la place était la moins fréquentée par les habitants.

31. Ces remarques se basent sur un travail d'enquêtes par entretiens semi-dirigés auprès des touristes flânant sur la place (2007, 2008).

32. Ce bâtiment est très peu utilisé mis à part sa devanture qui sert de scène à l'occasion des festivités nationales. L'intérieur est constitué de plusieurs salles vides qui nous interrogent quant à leur utilité.



Photo 2 : Partie nord de la place Boujloud désertée en début d'après-midi (cliché Gatin V., 2007)

North part of the Boujloud Square deserted at the beginning of the afternoon

Au regard de la situation des places étudiées, la mise aux normes internationales des espaces centraux apparaît comme mal comprise et comme un désenchantement aux yeux des visiteurs en recherche de dépaysement.

ADAPTATION DES COMMERÇANTS À LA STANDARDISATION DES ESPACES

Les professionnels que nous avons interrogés semblaient séduits par le discours des autorités qui voudraient attirer plus de visiteurs dans les centres-villes. Ainsi, ils tentent d'entrer en conformité avec les aménagements même si certains nous ont confié leur crainte d'une désaffection des clients sur le long terme.

Pour s'adapter à la nouvelle physionomie de la place, les cafetiers de Ouarzazate ont procédé à un réagencement harmonisé de leurs espaces extérieurs qu'ils donnent à voir aux touristes. Subséquentement, la disposition des tables en terrasses est ordonnancée, des nappes et des parasols habillent le mobilier et les menus avec des prix affichés ponctuent les limites du tapis central de manière à former des bornes entre l'espace des cafés réservés aux hommes et le centre de la place. De même, la typographie et les noms des enseignes sont réajustés, à l'instar de la galerie d'art qui devient le « Café des arts » en vue de répondre aux besoins de la nouvelle clientèle touristique suggérée par le réaménagement de la place. Néanmoins, tout en s'adaptant à la nouvelle situation, les commerçants restent à la disposition de leur clientèle d'origine, pour l'essentiel des « habitués » et des ouvriers originaires de l'arrière-pays de Ouarzazate, en réservant leurs espaces intérieurs et en leur attribuant des menus différents à des prix inférieurs, qui correspondent à une cuisine du quotidien. Les cafetiers ont alors dédoublé les espaces culinaires, en proposant en terrasse, qui constitue en quelque sorte leur vitrine, une cuisine exotique basée sur le couscous et le tagine et en proposant à l'intérieur une cuisine quotidienne et rurale à base de lentilles, de soupes et d'abats.

De même, les commerces populaires installés sur la place Jemaa El Fna ont été contraints de s'adapter au nouveau contexte touristique, en élaborant un positionnement marketing qui a pour objectif de se démarquer des enseignes européennes récemment installées. À cette fin, ils proposent une restauration peu onéreuse qui reste fidèle aux recettes populaires. L'objectif est d'améliorer le standing (par la mise en place de sets de table par exemple) pour éviter la fuite

d'une clientèle de plus en plus exigeante en matière d'hygiène et de confort, tout en s'efforçant de conserver une allure d'établissement populaire pour continuer d'attirer les touristes nationaux moins fortunés et en recherche d'exotisme : « *Les gens viennent nous voir car ils veulent manger du vrai couscous. Ils sont dans des "quatre étoiles" mais ils préfèrent venir ici pour avoir de vrais produits achetés sur le marché. Je leur propose toujours une Tangia en leur expliquant que c'est un plat typique. Alors ils viennent*³³ ! »

À cet effet, les commerçants continuent de travailler avec des serveurs autodidactes et refusent les candidats ayant effectué une école hôtelière afin d'avoir la garantie d'un service non standardisé : « *Ici on a tous commencé sur le tas car il faut aller vite, très vite. La restauration, c'est s'occuper des gens avec gentillesse, "bonjour madame, monsieur, asseyez-vous", tout en les pressant [...]. Par exemple, s'il y a un enfant, tu le prends dans les bras et le poses sur une chaise. Tu lui montres du doigt sur la carte le poulet grillé. Les parents sont contents car tu es attentif et toi de ton côté tu es sûr qu'il va demander du poulet grillé. Comme c'est réglé pour le petit, tu peux prendre immédiatement la commande des parents. Cette rapidité tu ne peux pas l'apprendre à l'école*³⁴. »

Cependant, cette hétérogénéité souhaitée qui caractérise le service se trouve homogénéisée par l'obligation faite aux serveurs de porter un costume exotique.

Les bazaristes s'adaptent aussi à la recomposition de la place mais ils repensent l'ensemble de leur offre commerciale car cette restructuration altère les déplacements des visiteurs et change par la même occasion la qualité des emplacements. À titre d'exemple, la zone centrale de la place, fortement fréquentée avant son réaménagement, se trouve aujourd'hui quasiment désertée jusqu'à l'installation des gargotes dans la soirée (Photo. 3). Avant l'intervention de 2003, cet espace était fréquenté toute la journée et un alignement de stands permettait de créer des rues au sein de la place. Les commerçants s'étaient adaptés à cette disposition compacte en positionnant leurs étals de manière à produire un sentiment de richesse et d'opulence, ce qui procurait une sensation de dépaysement et d'exotisme aux touristes. Avec le déplacement des stands, l'homogénéisation des devantures et la mise en place d'un vaste vide au cours de la journée, les commerçants ont vu l'affluence diurne diminuer. Cette baisse d'activité jointe au changement de la population touristique a concouru à déstructurer le rapport de vente. En effet, avec l'intensification des formules « Week-end vacances » vendues par les tour-opérateurs³⁵, de nombreux touristes se rendent à Marrakech pour des séjours de deux à trois jours, ce qui réduit le temps d'achat de cadeaux et souvenirs. En conséquence, les commerces de la place Jemaa El Fna s'adaptent pour devenir des magasins de « dernières minutes ». Leurs propriétaires, ayant perdu une partie de leur clientèle profitent alors de cette nouvelle population pour compenser leur manque à gagner en fixant des prix exorbitants comme en témoignent les propos d'un vendeur marrakchi : « *Travailler ici, c'est très difficile dans la tête. Dès que je peux, je vais partir car ici, il faut massacrer le touriste. Les gens ont peu de temps et ne connaissent pas les prix. Alors on doit monter les prix jusqu'à ce qu'ils soient éccœurés. Mais moi je ne veux pas les massacrer alors ça se passe mal avec le patron. Parfois on en vient aux mains*³⁶. »

Concomitamment, en complément des produits traditionnels achetés le jour, les produits contrefaits peu onéreux tels que les chaussures de sport et les maillots de football deviennent très populaires auprès de la clientèle nocturne des restaurants jouxtant les commerces. Ainsi, les commerçants s'adaptent à de nouvelles clientèles et cherchent à tirer bénéfice de l'évolution morphologique de la place en jouant sur les prix et sur les types de produits vendus.

33. Extrait d'entretien réalisé avec l'employé d'un « snack » populaire.

34. *Idem*.

35. Cette intensification est motivée par les nouveaux rapports aux vacances et aux loisirs induits par la naissance des jours de Réduction du Temps de Travail (RTT) en France et par la multiplication des compagnies de transport « low-cost ».

36. Extrait d'entretien réalisé avec un vendeur originaire de Casablanca employé chez un commerçant marrakchi.



Photo 3 : La place Al Mouahidine à 21 h00 : un espace de récréation fréquenté par les jeunes (cliché : Choplin M.-A., 2008)

Al Mouahidine Square at 21: a playtime space frequented by young people

VALORISATION DES PLACES DANS LE DISCOURS DES HABITANTS

L'aménagement des places centrales a aussi permis une réhabilitation de leur image dans les représentations collectives.

De la sorte, les usagers de la place Al Mouahidine de Ouarzazate adoptent des pratiques spatiales ambiguës qui oscillent entre les fonctions de vitrine et les fonctions usuelles de la place selon leurs situations et leurs attentes au sein de la société. En effet, des jeunes habitants que nous avons rencontrés, issus de milieux sociaux, économiques et culturels variés, définissent et repèrent la place unanimement par un de ses établissements, le café des Habous ; l'unique café répondant aux normes internationales de confort et d'esthétique qui est situé à ses abords. N'ayant pas les moyens financiers d'y consommer régulièrement, ils s'y rendent rarement ou bien s'y installent rapidement sans passer commande. En associant le café à la place, ils y associent leurs représentations de la modernité et de la notabilité, comme l'indiquent ces propos : « *J'aime beaucoup ce café car on peut voir des gens du cinéma, et sur la place, il se passe plein de choses, il y a beaucoup de monde, de l'animation tous les jours pendant l'été*³⁷. »

Aussi, l'accessibilité à ce café ne se pose pas uniquement en terme économique mais aussi sur le plan social et culturel. En effet, bien que la place physique des femmes dans l'espace public demeure relativement réduite à Ouarzazate³⁸, elles n'en confèrent pas moins des représentations de modernité, comme l'expriment ces propos recueillis sur le terrain : « *Tu as remarqué ? Il n'y a pas de femmes dans ce café, ni même dans les autres de la ville. Ici, à Ouarzazate, c'est pas comme à Rabat ou à Casa, les femmes : walou*³⁹ ! *Il n'y en a pas. Les seules que tu vois ne sont pas d'ici, elles viennent de Casa et travaillent dans le cinéma*⁴⁰. »

37. Extrait d'entretien réalisé avec Rachida L., 27 ans, présidente d'une association féminine de développement rural, pratiquant le café sans passer commande.

38. Voir les travaux de H. Davis-Taïeb (1998) qui expliquent les stratégies féminines d'appropriation de l'espace public, et en particulier celles des femmes appartenant aux classes moyennes des petites et moyennes villes du Maroc. D'après ses recherches, celles-ci ne se rendent pas dans les cafés de leurs villes et se déplacent régulièrement dans les grandes villes comme Marrakech pour les habitantes de Ouarzazate afin d'y trouver un espace de liberté et de mixité, notamment dans les restaurants « McDonald's ».

39. Les termes vernaculaires sont définis dans le lexique en fin de numéro.

40. Suite de l'entretien réalisé avec Rachida L.

« — J'aime beaucoup ce café, sur la place. Il y a beaucoup de jeunes, de la musique, il est moderne. Il n'est pas comme les autres.

— Tu y vas de temps en temps ?

— Euh, tu sais, ici, je ne vais pas dans les cafés. Ici, à Ouarzazate, ça ne se fait pas pour une fille d'aller dans un café, les gens pensent que tu n'es pas une fille bien, que c'est la débauche, et après les bruits courent vite car c'est une petite ville. Moi, quand je veux être tranquille, je vais le week-end à Marrakech ou Agadir, dans les Mac Do, Pizza Hut, tu t'installes, il n'y a personne pour t'embêter, tu es tranquille⁴¹. »

En conséquence, les habitants, hormis les notables, ont difficilement accès au café le plus prépondérant de la place mais paraissent combler ce manque d'accessibilité en lui conférant leurs représentations de la modernité. Ces dernières se basent sur des stéréotypes de confort définis par l'installation de banquettes et d'un écran plat télévisé, d'un service standardisé exprimé notamment par le port de l'uniforme, l'utilisation de la langue française et de produits mondialisés (pizzas, sodas). Les représentations des habitants portant sur la modernité et projetées sur le café de la place se réfèrent aussi à l'image d'une clientèle active dont les professions permettent par le niveau de vie ou bien par le niveau d'instruction (scientifiques, métiers du cinéma, avocats, médecins), le contact avec des pays occidentaux, mythifiés par la jeunesse locale ; comme le montrent ces propos : « Je n'aime pas ce café, tu attends trop longtemps pour être servi. Mais j'y vais quand même car il y a des toubibs, des avocats, des professeurs, tu comprends⁴² ? »

De manière similaire, le rapport entre les représentations et les pratiques émanant des habitants de Fès se montre complexe vis-à-vis de la place nouvellement édifiée. Lors du festival des musiques sacrées de Fès, les habitants que nous avons interrogés présentaient avec fierté la place Boujloud qu'ils reconnaissaient pourtant ne pas fréquenter au cours de l'année. Un vendeur informel nous a par exemple confié : « Tu vois ici c'est bientôt la place Jemaa El Fna, c'est la classe internationale. Je n'y vais que quand il y a la fête pour vendre les pâtisseries mais je la trouve belle [...]. Je suis fier de voir le monde qui vient de partout⁴³. »

À Marrakech, ces mêmes sentiments de fierté nous ont été évoqués. Les habitants apprécient les efforts de la municipalité pour rendre l'espace salubre comme l'illustrent les propos de monsieur Lazraq, architecte : « Je ne sais pas si vous connaissiez la situation avant mais il y a eu plusieurs choses qui ont évolué dans le sens d'une amélioration. Déjà ils l'ont transformée en place piétonne [...]. Et puis ils ont refait le dallage ou le carrelage avec une attention particulière pour les restaurants. Il y a aussi eu une meilleure organisation avec les calèches de fruits secs et de jus d'oranges. C'est une amélioration, notamment pour la propreté⁴⁴. »

Conclusion

Au terme de cette analyse, l'espace public apparaît comme un lieu de confrontation entre d'une part, les représentations et les pratiques de l'espace imposées par les pouvoirs publics et les professionnels de l'aménagement et d'autre part, les pratiques spatiales urbaines diverses des usagers. Néanmoins, les positions des usagers sont complexes et ne se réduisent ni à l'acceptation des modèles imposés ni à une opposition systématique. En effet, un même individu peut à la fois pratiquer un espace par nécessité et le rejeter à travers son discours et inversement.

Les représentations positives du changement et la transformation des pratiques des citoyens aux revenus modérés indiquent que la requalification des espaces centraux est à la fois acceptée et souhaitée par une population en quête de lieux « modernes », même si celle-ci fait parfois référence aux modèles anciens avec nostalgie. Les femmes semblent les premières satisfaites par ces

41. Extrait d'entretien réalisé avec Adna, 26 ans, employée à la Délégation Provinciale des Transports de Ouarzazate.

42. Extrait d'entretien réalisé avec Mohamed O., propriétaire d'une boutique de souvenirs à Ouarzazate, 35 ans.

43. Extrait d'entretien réalisé avec Abou, vendeur informel.

44. Extrait d'entretien réalisé avec M. Lazraq, Architecte.

aménagement qui les rendent plus visibles dans l'espace public. Les élites urbaines marocaines tendent à rester distantes vis-à-vis de ces places qu'elles évitent ou qu'elles pratiquent en se positionnant dans les cafés les plus distingués pour marquer leur statut et éviter d'être confondues avec les habitants aux revenus modestes. Paradoxalement, la population internationale ciblée par les aménagements semble sceptique, voire déçue de la recomposition des places centrales et qualifient les interventions de standardisées. En tout état de cause, la diversité des pratiques que nous avons relevées entre les trois places montre que les modèles unanimement partagés par les aménageurs de Fès, Marrakech et Ouarzazate ne permettent pas de créer de toute pièce des « espaces-vitrines » en contrôlant les formes d'appropriation des usagers. Ils se trouvent ainsi face à une population qui réinterprète l'espace selon ses besoins et ses envies. Dans ce contexte, les places de Fès et de Ouarzazate apparaissent comme des terrains de jeu, de décontraction et de représentation sociale. Les fonctionnalités principales de la place Jemaa El Fna restent quant à elles extrêmement diverses.

Toutefois, malgré ces décalages entre les représentations des concepteurs et les pratiques des places par les usagers, ces nouveaux « espaces-vitrines » semblent exprimer un désir de renouveler les manières de faire et de vivre l'espace public, partagé aussi bien par leurs fondateurs (professionnels de l'espace, urbanistes, architectes et pouvoirs publics) que par l'ensemble de leurs usagers (habitants aux revenus modestes, commerçants, notables). Ce désir commun semble se traduire dans l'espace par une mise à distance de la tradition que leurs aménageurs autant que leurs usagers identifient dans leurs discours à la pauvreté, à l'absence d'instruction, à l'insalubrité et l'insécurité.

Bibliographie

- BORCHI R., 2004. La mise en scène de la ville : le cas de Marrakech, dans Actes du colloque *Mondialisation et devenir des sociétés au Maghreb et au sud de la Méditerranée*, Mekhnès, Maroc.
- BRUNET R., FERRAS R., THÉRY H., 1993. *Les mots de la géographie : Dictionnaire critique*, Paris, La documentation Française, 518 p.
- CATTEDRA R., 2002. Les métamorphoses de la ville. Urbanités, territorialités et espaces publics au Maroc, *Géocarrefour*, vol. 77, n° 3. p 255-256.
- CHOPLIN M.-A., 2007. *La mise en tourisme de Ouarzazate : acteurs, discours, lieux*, Université François-Rabelais de Tours, Maison des Sciences de l'Homme « Villes et Territoires », mémoire de master 2, 228 p.
- DAVIS-TAIEB H., 1998. « Là où vont les femmes ». Notes sur les femmes, les cafés, et les fast-foods au Maroc, dans OSSMAN S. (dir.), *Miroirs maghrébins Itinéraires de soi et paysages de rencontre*, Paris, Éditions CNRS, p 217-226.
- GARNIER J.-P., 2008. Scénographie pour un simulacre : l'espace public réenchanté, *Espaces et sociétés*, 3, p. 67-81.
- GATIN V., 2007. *Haut-lieu et idéologies, exemple de la place Jemaa El Fna à Marrakech, au Maroc*, Université François-Rabelais de Tours, Maison des Sciences de l'Homme « Villes et Territoires », mémoire de master 2, 210 p.
- HADFANE L., 2003. *Les femmes marocaines, une société en mouvement*, Paris, L'Harmattan, 267 p.
- HUSSERL E., 1989. *La crise des sciences européennes et la phénoménologie transcendantale*, Paris, Gallimard, 589 p.
- KNAFOU R., 2003. Loisir, dans LUSSAULT M., LEVY J. (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1 034 p.
- KNAFOU R., BRUSTON M., DEPREST F., DUHAMEL P., GAY J.-C., SACAREAU I., 1997. Une approche géographique du tourisme, *L'Espace géographique*, vol. 27, n° 4, p 194-203.
- LEFEBVRE H., 2000. *La production de l'espace*, Paris, Anthropos, 485 p.
- LEVI-STRAUSS C., 1990. *Tristes tropiques*, Paris, Plon, 504 p.

- NAVEZ-BOUCHANINE F., 1992-1993. Espaces publics des villes marocaines, *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n° 57-58, p 184-189.
- SACAREAU I., VACHER L. (éd.), 2001. *La mise en tourisme des lieux et des espaces, processus, périodisations et variations régionales*, La Rochelle, LET-OTÉLO, p 15 -22.
- SEMMOUD N., 2007. « *La réception sociale de l'urbanisme* », Paris, L'Harmattan, 251 p.
- UNESCO, 2006. *La place Jemaa El Fna patrimoine culturel immatériel de Marrakech, du Maroc et de l'humanité*, Bureau de l'UNESCO pour le Maghreb, 63 p.
- WINKIN Y., 2001. *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, Paris, Seuil, coll. « Points Essais », 336 p.

Cet article a été reçu le 5 mars 2009 et définitivement accepté le 15 juillet 2009.

