COMMERCE, CONSOMMATION ETHNIQUES
ET
RELATIONS INTER-COMMUNAUTAIRES

par

Anne RAULIN

avec la participation de
Catherine CHORON-BAIX
et
Zakaria JERIDI

DIRECTION DE L'ARCHITECTURE ET DU PATRIMOINE
CENTRE DE DOCUMENTATION

Mission du Patrimoine Ethnologique
Direction du Patrimoine

Ministère de la Culture et de la Communication -- 1988

[145741]

TABLE DES MATIERES

I - INTRODUCTION METHODOLOGIQUE 4
1. Evolution méthodologique 9
2. Mise au point conceptuelle I4
3. Antécédents et choix méthodologiques I6
Bibliographie 26

II - L'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE: FAMILLES, VILLE ET BANLIEUES 28

1. L'alimentation comme rituel familial 32
2. Les populations asiatiques de l'enquête 35
et leurs univers d'approvisionnement 35
3. Des habitudes urbaines venues d'ailleurs 43
4. L'électro-ménager au service de la tradition 57
5. L'ère du snack 59
6. La population maghrébine et ses enfants 63
7. Un interdit fédérateur 66
8. La mixité en grandes surfaces 68
9. La prohibition du restaurant 7I
10. La cuisine d'un exode rural 75
11. Une domesticité à deux sexes ? 78
Notes et bibliographie 8I

III - DE L'APPROVISIONNEMENT A L'ECHANGE 86
1. Consommation festive: le Nouvel An importé 88
2. Interactions des fins d'année en France 97
3. Le consumérisme contre l'échange ? I00
Notes et bibliographie I05
.../...

ANNEXES;

Documents I08
Photos II6
Cartes I24

CHAPITRE I

INTRODUCTION METHODOLOGIQUE

Les pratiques d'approvisionnement des communautés asiatiques et maghrébines en situation de cohabitation dans le cadre suburbain constituent ici l'objet d'étude et le moyen d'approche des réalités pluriculturelles envisagées dans leurs manifestations spatiales.

Ces pratiques sont en effet à considérer comme remplissant une fonction décisive dans la structuration des identités communautaires, dont l'enjeu est la préservation d'une intégrité culturelle de la communauté mais également la constitution de rapports d'échange entre communautés (immigrées et françaises). Cette structuration s'effectue par le biais de formes ethniques spécifiques d'implantation commerciale tirant parti du cadre bâti existant, et permettant la reproduction de certains complexes d'habitudes consommatrices, en particulier en ce qui concerne la consommation des marchandises alimentaires -- qui seront seules envisagées ici, -- et culturelles: presse, livres, audio-visuel...).

Les objectifs de la recherche portent sur l'observation et l'interprétation des relations inter-culturelles se manifestant précisément dans le cadre de ces pratiques d'approvisionnement. Il s'agit là de phénomènes relevant à la fois des domaines de la vie privée et de la vie publique, articulant ces deux aspects des relations sociales.

Dans cette perspective globale, cette étude s'intéresse également à décrire la nature du rapport entre Paris et sa banlieue, c'est à dire entre deux types d'espaces (urbain et suburbain) fortement contrastés du point de vue de la citadinité mais entretenant d'intenses rapports d'échange et de voisinage.

Ce travail fait suite à une recherche réalisée sur le 13è arrondissement de Paris. Celle-ci avait été concernée par l'implantation commerciale ethnique dans ce quartier et avait mis en valeur la spécificité de chaque communauté dans ses pratiques commerciales, dans les domaines suivants;

-- formes de l'implantation spatiale;

-- caractères des traditions diasporiques des communautés commerçantes étudiées: asiatique (principalement Chinois originaires de l'Asie du Sud Est) et maghrébine (principalement Jerbiens de Tunisie et Kabyles d'Algérie);

-- scénographies commercerciales et représentations religieuses dans les établissements ;

-- dynamiques d'assimilation et de différenciation par rapport aux commerces français de mêmes spécialisations;

-- types de fréquentation de ces commerces; c'est au cours de ce premier travail sur l'activité des commerces ethniques dans le 13è que l'on a pris la mesure de l'attraction que ceux-ci exercent sur les populations de l'arrondissement mais aussi hors de l'arrondissement et particulièrement sur celles des villes de banlieue.

Cette réalité laissait penser qu'il était possible de dessiner des "univers d'approvisionnement" selon le concept mis à jour

par C. Marenco (1985). Ce concept désigne l'ensemble des lieux publics d'approvisionnement propre à une unité domestique; son intérêt réside dans le fait qu'il réalise l'articulation entre pratiques domestiques et pratiques urbaines spécifiques. Les pratiques d'approvisionnement accomplissent l'extension de l'espace domestique sur la place publique, selon un processus de sélection des établissements commerciaux en fonction de la culture propre à chaque unité domestique. Elles constituent une des frontières de la sphère de la domesticité; elles définissent certains des rapports du groupe domestique au quartier, à la ville et au monde à travers la fréquentation des lieux qui organisent la circulation des marchandises.

Ce sont donc tout d'abord les articulations entre les formes de la consommation domestique et les formes de l'approvisionnement qui concernent cette recherche. Par ailleurs, les lieux d'approvisionnement pouvant se définir comme des espaces d'interaction publique de type commercial entre diverses communautés en présence dans la région parisienne, c'est autant la spécificité des groupes que leur mode de contact -- ou d'évitement, qui retient ici notre attention. Dans cette mesure, il s'agit de développer une méthodologie adaptée à cette "sociologie transversale" selon les termes de P.J. Simon (1982), qui puisse rendre effectivement compte des types de comportements sollicités par des situations de cohabitation pluri-ethnique.

Les principaux groupes concernés par l'étude sont les Asiatiques et les Maghrébins. Il importe de souligner d'emblée qu'ils se subdivisent eux-

mêmes en de multiples communautés: selon leur nationalité d'origine (Vietnam, Laos, Cambodge; Algérie, Maroc, Tunisie); selon leur ethnie lorsqu'elle est revendiquée comme telle (chinoise; kabyle...); selon leur religion (bouddhique, taoïste, catholique, animiste... ; musulmanne). Non seulement les rapports inter-culturels sont à envisager entre ces groupes d'origine étrangère et la communauté française, mais encore les habitudes relationnelles de chacun de ces sous-groupes doivent être définies de façon spécifique.

Car il se trouve que les lieux d'approvisionnement permettent le jeu de cette complexe combinatoire de fréquentation -- dans laquelle d'autres facteurs interviennent également:
-- la classe d'âge: toute interprétation concernant les rapports inter-communautaires doit être consciente du fait que, pour chaque communauté donnée, certains types de contact inter-ethnique correspondent à des périodes caractéristiques de la vie des individus.
-- le sexe: ce qui peut être la règle pour les hommes d'une communauté peut être l'exception pour les femmes de cette communauté -- y compris dans le domaine des relations inter-culturelles.
-- la classe sociale: celle-ci peut constituer un critère de différenciation entre deux communautés mais elle stratifie également les ensembles communautaires, de façon relativement dynamique puisqu'il s'agit de groupes en récente recomposition sur un territoire étranger.

Dans le cas des communautés immigrées, il est à noter que le rapport entre ascension sociale et implantation spatiale est souvent inversée par

rapport à ce qu'il est pour les autochtones. Dans le contexte du rapport Paris-banlieue, on constate dans les différentes migrations -- et ceci est particulièrement vrai pour de nombreux Asiatiques ayant transité par le 13è -- deux étapes d'installation qui distinguent comme premier lieu de résidence les quartiers urbains à forte concentration ethnique de même origine, comme deuxième lieu de résidence des quartiers suburbains, parfois de moindre densité ou de densité ethnique plus diversifiée. La fréquentation commerciale du premier quartier n'est cependant pas abandonnée; même si elle devient occasionnelle, elle conserve sa "charge identitaire", sa nécessaire fonction de réactualisation de la vie communautaire ethnique.

1 . Evolution méthodologique

Ce rapport fait logiquement suite au précédent, également réalisé pour la Mission du Patrimoine Ethnologique. Il suppose les faits décrits dans ce premier texte relativement connu; les allusions directes et indirectes à ce premier travail sont si nombreuses que, sans exception, il a semblé fastidieux d'y renvoyer le lecteur par un système de notes explicites. On a ici pris le parti de réaliser un texte autonome dont les compléments sont accessibles dans Espaces marchands et expression communautaire: le 13è arrondissement de Paris, par Anne RAULIN, Paris, 1986.

A l'issu de ce travail sur un arrondissement parisien, et outre la découverte d'une orientation de recherche portant sur l'approvisionnment, le besoin de dépasser un certain particularisme local

lié à une appréhension géographique ponctuelle d'un phénomène urbain, nous avait fait noter; "Il va de soi que les cas de figure concernés par cette étude ne décrivent qu'eux mêmes et peuvent difficilement être généralisés à l'ensemble des arrondissements parisiens. Le 13è n'est pas Belleville, qui n'est pas la Goutte d'Or et ce qui vaut pour l'un ne vaut pas nécessairement pour les autres.
Pour remédier à ce particularisme local, deux solutions se présentaient; premièrement, recourir à une méthodologie comparative où réitérant ailleurs le travail entrepris dans le 13è, on serait parvenu à deux corpus similaires sur deux terrains distincts dont les éléments auraient pu parler par divergence ou ressemblance. (...) La deuxième solution, sur laquelle le choix s'est porté, consiste à replacer dans un contexte urbain plus vaste la fonction des commerces ethniques du 13è, en conservant l'approche sélective des Maghrébins et des Asiatiques. Préciser la spécificité de cet arrondissement pour les communautés concernées mais résidant hors du 13è, par exemple en proche banlieue ou dans certaines villes nouvelles, permettra peut-être d'en décrire la singularité de facto, d'en raisonner le particularisme en l'exposant dans sa subjectivité vécue." (Raulin 1987:120)

Dès son point de départ, il existait ainsi une double motivation à l'étude envisagée. De même, les méthodes d'observation pouvaient être de deux ordres; tout d'abord, elles pouvaient dupliquer celles utilisées dans le 13è arrondissement selon lesquelles les établissements commerciaux servaient une observation des formes d'approvisionnement. Suivant cette approche, le

rapport Paris-banlieue s'est dans un premier temps manifesté dans sa dimension spatiale littérale. En effet, le nombre croissant des commerces asiatiques et maghrébins situés entre les boulevards extérieurs et périphériques, ainsi que le long des routes nationales se dirigeant vers le Sud de la banlieue, laissaient envisager une dynamique spécifique entre Paris intra-muros et son immédiate périphérie. Cette observation avait été confirmée par les analyses statistiques de E. Ma Mung (1985: 50) qui décrivait "un axe méridional: 5è, 6è, et 13è arrondissements de Paris, Ivry, Villejuif, Choisy le Roi" le long duquel "la concentration du commerce étranger correspond moins clairement à celle de la population étrangère résidente (qui n'est forte qu'à Choisy et à Ivry)." Cette remarque allait d'autre part dans le sens de notre analyse concernant l'implantation des commerces maghrébins et asiatiques dans le 13è arrondissement: leur importance numérique ne correspond pas à une population résidente étrangère de même densité (comme c'est le cas dans le 18é ou le 19è arrond. de Paris) mais à la faiblesse du réseau des établissements commerciaux dans ce secteur de Paris. Ce phénomène de "sous-commercialisation" se prolonge donc au-delà des portes de Paris et exprime par ce fait un continuum entre ces deux types d'espace urbain et suburbain -- malgré la barrière périphérique et la rupture dans le caractère du cadre bâti et du tissu urbain.

En effet, le repérage des commerces ethniques dans les villes d'Ivry et du Kremlin-Bicêtre, directement frontalières de Paris, a permis de relever les catégories suivantes d'établissements, en ce qui concerne les Maghrébins:

* épiceries de détail (commerces de proximité pour l'approvisionnement français);
* épiceries de demi-gros (commerces pour l'approvisionnement maghrébin);
* boucheries musulmanes et casher;
* cafés et restaurants kabyles;
* commerces d'exportation de voitures et électro-ménager (vers l'Afrique du Nord);
* ateliers de fabrication de denrées alimentaires (merguez,,,)

Ces différents commerces servent une clientèle autochtone locale et maghrébine résidant dans la banlieue sud. En particulier en ce qui concerne les commerces du Kremlin-Bicêtre (avenue de Fontainebleau), leur progression s'inscrit dans le cadre d'une ancienne implantation commerciale -- un marché de l'occasion et du discount caractéristique des portes de Paris. Ce développement est actuellement combiné à celui des commerces asiatiques. Outre l'augmentation du nombre des établissements de restauration, cette proche banlieue a également vu se multiplier de nombreux entrepôts de commerces d'import-export, des ateliers de fabrication de denrées alimentaires, des commerces de gros et de détail (meubles, artisanat, bimbeloterie,,,).

Malgré l'intérêt que pouvait recéler cette excroissance périphérique du 13è, il s'est rapidement avéré qu'il serait difficile de recomposer l'ensemble du fonctionnement de ces espaces marchands ne présentant pas d'unité de lieu comme dans le 13è. Cette dispersion spatiale conduisait à une impasse compte tenu des moyens d'observation à notre disposition. De plus, une telle description ne servait pas nécessairement la

compréhension des pratiques d'approvisionnement de la population immigrée (asiatique et maghrébine) de banlieue.

Le saut qualitatif à effectuer était de reconnaître la qualité de "consommateurs" de cette population immigrée -- et non seulement de travailleurs, serait-ce dans ce domaine d'activité spécifique que représente le commerce. Autrement dit, il ne s'agissait sans doute plus de solliciter les actifs, de reconstituer des logiques professionnelles, d'ausculter ces lieux de travail que sont pour les commerçants leurs établissements. Il fallait saisir l'approvisionnement du lieu de la consommation, du point de vue des consommateurs.

Il fallait également se défaire de ce préjugé sociologique qui voit bien souvent dans la consommation une activité si banalement matérialiste que toute étude à son sujet peut être soupçonnée d'empirisme pointu et vulgaire. De fait, consommer est aujourd'hui, particulièrement en milieu urbain, une activitié sociale généralisée, banalisée et quotidienne. Tellement généralisée et banale qu'elle en apparaît anodine, insignifiante. Lieu du nécessaire, de l'utilitaire, s'y consument c'est à dire s'y détruisent les marchandises à l'issue du processus de production -- finalité vaine et passive, activité sans "création de valeur", d'où sans intérêt pour l'analyse sociale ?

Cette généralisation peut cependant se révéler une chance pour l'étude des sociétés complexes et très différenciées sur le plan culturel. Si consommer devient le lieu commun de toute collectivité urbaine, quelle que soit son origine,

cet espace de consommation n'est-il pas tout désigné pour servir une approche inter-culturelle utilisant des mesures d'observation homogènes ? Le consumérisme semble avoir la capacité de susciter autant des mécanismes de standardisation que de "distinction" sociale et culturelle; mais alors comment s'adapte-t-il à des valeurs et pratiques traditionnelles, comment les transforme-t-il par sa dynamique propre -- les rendant viables sous des formes modifiées dans des contextes urbains remarquablement hétérogènes ?

2 . Mise au point conceptuelle

Pour traiter de ces questions, une mise au point conceptuelle ne semble pas inutile dans l'optique qui intéresse ici. On propose ainsi de définir le mode de consommation comme la conjuguaison de formes d'approvisionnement et de formes de consommation proprement dite. Par forme de l'approvisionnement, on entend l'ensemble des pratiques qui s'effectuent dans l'environnement urbain et en dépendent; elle inclut les modalités de déplacement vers les pôles commerciaux et celles de leur fréquentation (rythmes hebdomadaires ou mensuel, motivations d'achats, division du travail -- par sexe et âge, activités citadines couplées avec l'approvisionnement, etc.).

Les formes de la consommation désignent par contre les pratiques qui prennent place à l'intérieur du groupe domestique, de la famille dans ses définitions variables. Ce sont ici les modalités de conservation, de préparation, de "consumption" des aliments (occasions, cycles hebdomadaires et annuels) qui sont prises en compte

et dont l'analyse peut déboucher sur une sociologie des repas (cf. Dialogue 1986).

Les pratiques de fréquentation de la restauration participent à la fois de l'approvisionnement et de la consommation; c'est à ce titre qu'on les considèrera. Celles-ci présentent des variations très importantes selon les communautés considérées; elles peuvent avoir un caractère de prescription ou de proscription qui entraînent selon les cas des modalités de fréquentation très diversifiées. Ainsi on pourra les qualifier de familiale ou d'individuelle, définir leur valeur d'intégration (ou de rupture) par rapport aux réseaux sociaux dont dépend la famille, etc.

En terme général, cette approche dissociée du mode de consommation alimentaire a pour but de faire apparaître la nature des interactions entre l'espace du groupe domestique et celui public de la ville (en particulier les espaces marchands). Dans cette analyse intervient en premier lieu l'observation des formes intra-ethniques de l'approvisionnement (dans les établissements commerciaux de même origine que les consommateurs), mais elle prend nécessairement en compte ses formes inter-ethniques (approvisionnement dans des établissements tenus par des commerçants d'une autre origine étrangère ou d'origine française). De cette façon seulement peut se révéler l'ensemble des rapports inter-culturels tissés par ce mode de consommation.

3 . Antécédents et choix méthodologiques

En ce qui concerne les formes de la consommation proprement dite, la sociologie du goût et des styles d'alimentation a ouvert la voie de la caractérisation sociale des habitudes alimentaires des couches populaires françaises (Grignon et Grignon 1980), et ses perspectives restent valides dans le contexte d'étude des cultures minoritaires. Les sciences sociales anglo-saxonnes se sont aussi intéressées à décrire les formes de la consommation alimentaire caractéristiques de classes sociales (Douglas 1979) ou de minorités ethniques (Douglas 1984).

Dans les deux courants, des questions de méthodes se sont posées avec assez d'acuité pour que leurs auteurs en fassent un état relativement circonstancié. Le courant anglo-saxon, de tendance anthropologique, considère que "trois pièges méthodologiques menacent toute recherche sur les aspects sociaux de l'alimentation. Le premier serait l'incapacité de dissocier les aspcts physiologiques de la nutrition de ses aspects sociaux. (...) En second lieu, on ne peut dissocier, dans l'alimentation, les aspects économiques des aspirations d'ordre social et nutritionnel. (...) Le troisième piège tient à la méthode du questionnaire même. Quel que soit le soin apporté à masquer le point de vue du chercheur, l'alimentation est un sujet trop sensible à la manipulation sociale pour que les réponses à un questionnaire ne soient pas suspectes." (Douglas 1979: 151) Pour résoudre certaines de ces difficultés, M. Nicod (1974) prit le parti de s'installer dans les familles ouvrières

anglaises qu'il étudiait -- pour une durée d'un mois minimum, et "les jours de fête, le dimanche, pendant les congés légaux, à Noël, lors des mariages et des baptêmes." (Douglas 1979:152). Cette technique d'enquête fut par la suite reprise par des chercheurs américains, et en particulier par Goode, Curtis et Teophano (1984) dans leur étude sur la consommation alimentaire d'une communauté italo-américaine. Cette recherche a systématisé les éléments méthodologiques mis à jour par M. Nicod et M. Douglas, qui imposent de tenir compte dans toute étude sur les formes de la consommation alimentaire de la structure des repas (= meal format) et de la "périodicité des différents types de repas dans le cycle quotidien, hebdomadaire et saisonnier (= meal cycle)". (Goode 1984: 148)

Cette étude, qui tente de saisir, dans un contexte d'émigration ancienne, l'évolution des habitudes alimentaires d'une communauté considérée comme "très investie dans la nourriture", constate la persistance de modèles d'alimentation (à travers le maintien de certains "meal formats" et "meal cycles") à l'issue de plusieurs générations reproduites aux Etats-Unis. Cette enquête est celle qui se rapproche le plus sûrement de la problématique ici abordée dans la mesure où elle cherche à décrire les formes de négociation inter-culturelle qui traversent le groupe domestique dans un tel contexte, ainsi que celles auxquelles le groupe dans son ensemble se trouve exposé. Cependant, elle n'est pas concernée par les formes de l'approvisionnement qui constituent ici le point de vue privilégié de l'étude.

Les études sociologiques évoquées plus haut et réalisées en France n'envisagent pas non plus la question de l'approvisionnement et celle de l'inscription dans l'espace urbain de l'unité domestique. Elles sont en outre centrées sur un rapport inter-culturel qui oppose "classes populaires" et "classes bourgeoises", "dominés" et "dominants". Néanmoins -- et quoique l'on ne puisse le démontrer ici, cette problématique n'est pas totalement étrangère à celle qui sera développée dans ce rapport. Aussi semble-t-il pertinent de citer quelques unes des questions méthodologiques qui se sont posées à ces chercheurs;

C. Grignon:

"Dans la mesure où l'on considère qu'il faut autonomiser les cultures populaires pour pouvoir les décrire, où l'on privilégie, à la manière des anthropologues, les situations protégées et 'insulaires' de ghetto ou de niche, on risque en effet d'être conduit à se cantonner dans les techniques ethnographiques, à la rigueur l'interview, de préférence les techniques d'observation directe et continue. Ce n'est pas un hasard si l'étude des cultures populaires se trouve reléguée sur le versant ethnologique de l'oeuvre de certains sociologues, ou si une description qui prend pour objet exclusif la culture populaire, comme on la trouve chez R. Hoggart, est d'inspiration exclusivement ethnographique. Renoncer à la technique proprement sociologique du questionnaire (...) c'est admettre implicitement qu'on peut et qu'il faut faire abstraction, au moins provisoirement, du rapport de domination entre les cultures (...)".

J.C. Passeron:
"(...) En droit rien n'empêche de mettre le questionnaire au service d'une recollection de données sur la vie quotidienne des classes populaires, puisque le langage du questionnement pourrait se faire langue indigène (les 'dialectes sociaux' ont maintenant leur grammairiens) et les items de la description être repensés selon les catégories d'une ethnographie informée de son objet. De même, rien n'empêche en principe d'appliquer la méthode ethnographique à l'observation in vivo de la vie quotidienne des classes dominantes pour saisir de plus près le vernaculaire de leur dialecte et de leur style de vie (...)".
C. Grignon:
"(...) Je pense, comme vous, qu'en pratique, il faut souvent lorsqu'on étudie les classes populaires accorder la préférence aux techniques d'observation ethnographiques, ne serait-ce que parce qu'elles permettent aux sociologues de se familiariser avec un univers social étranger à la plupart d'entre eux. (...) Il reste, malgré tout, que l'enquête statistique par questionnaire conserve, dans le cas des pratiques populaires, ses avantages habituels de précision et d'économie; elle permet, là comme ailleurs, de distinguer entre les groupes, les strates, les fractions, de comparer, bref de mettre en relation les variations des pratiques et la stratification sociale. A ce titre, elle peut permettre à la sociologie des classes populaires de sortir de la monographie et des études de cas; surtout, elle est un moyen de rompre avec l'illusion, tenace, de l'homogénéité des classes et des cultures populaires. Par ailleurs, rien n'interdit d'adapter et de bricoler

ces instruments tous-terrains de manière à ce qu'ils puissent réellement passer partout; on peut spécifier les questions, les formulations, les techniques de passation, etc...". (Grignon et Passeron 1982: 35, 36, 37)

Il a semblé nécessaire d'expliciter ces complexités méthodologiques car, comme on a pu s'en apercevoir, elles ne sont pas seulement d'ordre technique mais aussi d'ordre épistémologique. En ce qui concerne l'étude des minorités urbaines de la région parisienne, on a déjà pu noter la difficulté qui consistait à les reconnaître comme participant de la société consumériste et à les appréhender comme consommatrices. De même, utiliser pour leur observation des méthodes traditionnellement réservées à la sociologie, voire au marketing, n'était pas de première évidence. C'est cependant par l'élaboration d'un questionnaire d'enquête (présenté en annexe) que ce travail a débuté. En voici les grandes lignes:

<u>Consommation alimentaire</u>:

a) Approvisionnement:

* types de denrées
* lieux d'approvisionnement
  ** locaux (de banlieue)
  ** parisiens (13è arrondissement)
  (Belleville)
  (Maubert)
* rythmes hebdomadaires
* membres de la famille chargés de l'approvisionnement.

b) Restauration:

* types de restaurants fréquentés
* rythmes de fréquentation

* occasions de fréquentation

Consommation "culturelle": Achats de livres, revues, cassettes et vidéo-cassettes (titres, artistes concernés); fréquence des achats; lieux ou associations de diffusion.

Consommation religieuse: Achats de statuettes, autels, encens, bougies, affiches votives...); fréquence et occasions des achats; lieux de commercialisation.

Consommation des adolescents
Formes d'utilisation de l'argent de poche.

Tous ces thèmes n'ont pu être traités ici. La question de l'approvisionnement alimentaire présentait une réelle unité -- favorisant ainsi une approche comparative entre Maghrébins et Asiatiques; elle représente donc l'axe fondateur de cette orientation de recherche.

Ces questionnaires ont été diffusés dans le cadre d'associations à caractère ethnique (vietnamiennes et chinoises) de type local (Val Maubué) ou central (Paris), recrutant leurs membres sur la base d'une communauté de résidence, de croyance ou d'activité (scoutisme). Quand elles sont sises à Paris, ces associations n'en regroupent pas moins des résidents de banlieue et correspondent donc à la population concernée par l'enquête. Par ailleurs, ces questionnaires ont été distribué dans le cadre d'établissements scolaires à forte densité asiatique, tels le Collège Camille Claudel dans le 13è arrondissement et le Collège

La Mallière à Lognes -- ce qui a permis d'obtenir les réponses d'une classe d'âge homogène.

Cette passation des questionnaires -- 115 au total -- a été suivie d'un premier dépouillement. Ces résultats ont servi de base de discussion lors des rencontres qui ont suivi avec les membres de ces différentes associations et collèges; ces discussions menées par petits groupes ont porté sur les résultats quantitatifs et qualitatifs de l'enquête, et ont permis de préciser les itinéraires migratoires (en particulier géographiques et professionnels) des participants. Le dialogue s'est établi autant avec le chercheur qu'entre les individus présents, révélant ainsi divergences et convergences de comportements. Ces entretiens de groupe ont de cette façon également bénéficié de dynamiques propres à la communication intra- et inter- communautaire.

En outre, une série d'entretiens non-directifs (12) ont été réalisé en français auprès de mères de famille d'origine vietnamienne et sino-vietnamienne. Ces entretiens ont permis d'aborder aussi des questions d'intérêt général resituant la place de l'approvisionnement dans la vie du groupe domestique.

Enfin, la participation à plusieurs évènements collectifs (fêtes de Nouvel An, de la Mi-Automne, mariages, divers spectacles en salles de restauration) a fourni des éléments indispensables à la compréhension des pratiques d'approvisionnement et de consommation extra-ordinaires. En ce qui concerne le Nouvel An asiatique, la richesse des matériaux recueillis a

incité à un traitement particulier du rapport entre approvisionnement festif et consommation festive (cf. Ch. III). Celui-ci a débouché sur une interrogation relative aux formes respectives de l'échange généralisé propres aux fêtes de passage d'une année à l'autre dans la communauté française et asiatique; elle appréhende de ce fait le sujet des relations inter-communautaires que véhiculent le commerce et la consommation sous un angle singulier.

L'approche des Maghrébins ne se justifie ici que par la volonté de poursuivre une démarche comparative inter-communautaire. En effet, dans cette logique qui cherchait à définir la spécificité de commerces ethniques du 13è arrondissement, la communauté maghrébine installée en banlieue ne joue aucun rôle puisqu'elle ne s'approvisionne ni chez les commerçants de la Petite Asie -- ce qui est le cas de certains Maghrébins installés dans le 13è, ni chez les commerçants maghrébins du 13è. Traiter de leur lieux d'approvisionnement parisiens aurait en soi-même occupé tout l'objet d'une autre recherche, à cause de leur multiplicité (Barbès, Belleville, marchés d'Aligre, de la rue Montorgueil...) et de leur importance respective.

Aussi a-t-on opté ici pour la constitution d'un groupe témoin, composé de résidents de la banlieue Nord (Seine Saint Denis) et étudié de façon strictement qualitative. En effet, cette communauté s'est révélée avoir déjà été l'objet de nombreuses études ponctuelles concernées par l'évolution de ses formes de consommation alimentaires au contact de la société française (cf. à ce propos la

bibliographie réunie par M. Calvo 1982: 437-446). De plus, une enquête quantitative sur Les habitudes alimentaires de familles maghrébines en région parisienne (Mabe et Roux 1981) a fourni d'importants éléments de comparaison. Cette étude, qui a porté sur une cinquantaine de personnes appartenant à des ménages ayant au moins un enfant scolarisé, a été réalisée dans diverses associations de la région parisienne dont tout ou partie de leurs activités sont consacrés aux migrants -- lequel choix peut s'expliquer par la faiblesse du réseau associatif en milieu maghrébin.

C'est au Service de la Protection Maternelle et Infantile que l'on s'est adressé. L'importante fréquentation de ce type d'établissements par les femmes maghrébines et leurs enfants justifiait a priori ce choix. De plus le thème de l'enquête apparaissait relativement anodin dans ces lieux; l'attente avant la consultation médicale procurait un temps propice à ce genre d'entretien. Enfin, la visite au dispensaire s'effectuant en compagnie d'une amie ou de son mari, il a été possible de réaliser une série d'entretiens (15) où s'exposent alternativement ou simultanément des points de vue différents, selon la nationalité (marocaine ou algérienne) ou selon le sexe.

Bibliographie:

Dialogue, 1986, numéro spécial sur "Le repas familial", n° 93.

Douglas M. 1979, "Les structures du culinaire", Communications, n° 31.

Douglas M. ed. 1984, Food in the Social Order, New York, Russel Sage Foundation.

Goode J., Curtis K. et Teophano J. 1984, "Meal Formats, Meal Cycles and Menu Negotiation in the Maintenance of an Italian-American Community" in M. Douglas ed., op. cit.

Grignon C. et Grignon Ch. 1980, "Styles d'alimentation et goûts populaires", Revue Française de Sociologie, XXI, 4.

Grignon C. et Passeron J. C. 1982, Sociologie de la culture et sociologie des cultures populaires, Paris-Nantes, Documents du G.I.D.E.S., n° 4.

Mabe B. et Roux J.P. 1981, Habitudes alimentaires de familles maghrébines en région parisienne, Paris, Comité médico-social pour la santé des migrants/Comité français d'éducation pour la santé.

Ma Mung E. 1985, Commerçants maghrébins et asiatiques: Insertions spatiales et fonctions socio-économiques dans les grandes villes françaises, Poitiers, Université de Poitiers, Ministère des Affaires Sociales et de la Solidarité Nationale.

Marenco C, 1985, Pratiques d'achats alimentaires et univers d'approvisionnement, Paris, E.R.S.P.I.-CNRS.

Nicod M, 1974, A Method of Eliciting the Social Order of Food, Master's thesis, University College, London.

Raulin A, 1987, "Où s'approvisionne la culture ?", Chemins de la ville: Enquêtes ethnologiques, J. Gutwirth et C. Pétonnet eds., Paris, Ed. du CTHS.

Simon P.J. 1982, "L'étude des problèmes de minorités et des relations inter-ethniques dans l'anthropologie et la sociologie françaises", Pluriel, n° 32.

CHAPITRE II .

L'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE : FAMILLES, VILLE & BANLIEUES

Tous les auteurs concernés par les pratiques alimentaires des communautés ethniques en situation d'émigration, ont souligné le fait que c'est à travers le maintien de leurs traditions culinaires d'origine qu'elles manifestent fondamentalement leur continuité culturelle (Schnapper 1974, Taboada-Leonetti et Lévi 1978, Calvo 1982: 416, Goode 1984: 144, Niederer 1985: 109, Fischler 1985: 177 ...). Comparant des situations de migrations extrêmement diverses, sur la base de nombreuses études réalisées sur ce sujet, M. Calvo est en mesure d'affirmer que, dans des proportions variables mais dans tous les cas, "la continuité culturelle des traits alimentaires a un niveau de maintien supérieur à celui de l'habillement, de l'usage de la langue maternelle, de la célébration des fêtes traditionnelles et, dans une certaine mesure, de la pratique religieuse." Même au sein du projet d'assimilation le plus rigoureux demeurent certains réflexes culinaires, qui s'expriment épisodiquement voire sporadiquement, à la façon d'un sursaut de la mémoire, d'une réminiscence.

Il serait cependant erroné de se représentrer ces "traits alimentaires" rémanents sous une forme monotypique, aisément repérable, permettant de faire correspondre un style culinaire à une communauté spécifique. Au contraire, chaque tradition est en elle-même composite, comportant de nombreuses variations régionales qui se répercutent

sur les modalités d'adaptation dans le pays d'installation. D'autre part, il n'est pas sûr que ces modalités soient stables dans le temps: elles apparaissent éminemment pragmatiques, sensibles à toute évolution de situations: "Dans les faits, chaque style alimentaire est un ensemble de "virtualités" accomplies, organisées et structurées (selon des modèles fixes ou transitoires), exprimant ses possibilités du moment, d'après les contraintes mises en oeuvre par les situations d'insertion. Il se peut que chaque style ne soit, en fait, qu'un équilibre fragile et susceptible d'être à tout moment remis en cause, pouvant sans cesse disparaître et renaître." (Calvo 1982: 427). D'après ces travaux antérieurs, on doit donc considérer que le "style alimentaire" dépend d'un très grand nombre de facteurs, les uns permanents, les autres transitoires, et qu'il ne peut se lire qu'au regard de cette interactivité sociale et culturelle complexe.

Cette extrême sensibilité du phénomène tient aussi à la réalité biologique du système alimentaire de l'être humain et de sa qualité d'omnivore, qui lui permet une très grande ouverture de goûts mais lui impose une expérimentation contrôlée: "Le paradoxe de l'omnivore se situe dans le tiraillement, l'oscillation entre ces deux pôles, celui de la néophobie (prudence, crainte de l'inconnu, résistance à l'innovation) et celui de la néophilie (tendance à l'exploration, besoin du changement, de la nouveauté, de la variété)." (Fischler 1985: 174). Cette économie spécifique -- d'autant moins perceptible qu'une certaine stabilité sociale est maintenue -- se réactive sous la pression des

changements d'itinéraires individuels et collectifs.

Quelques uns des principes qui organisent cette économie ont été clairement mis à jour par ces auteurs. Le goût et le dégoût sont des "réactions réflexes, innées" travaillées par un "modelage culturel surajouté d'emblée" (Chiva 1979: 116, 119). Dans cet enchevêtrement de l'inné et de l'acquis (1), la personne se construit en tant qu'individu et en tant que membre d'un groupe socio-culturel. De plus, "les réactions engendrées par la sensation gustative et les émotions bilatérales qui les accompagnent sont un élément majeur dans le début de la communication avec autrui." (ibidem) Cette communication, d'abord portée par les mimiques puis par la verbalisation, permet l'expression des accords comme des désaccords au sein des différentes unités de consommation. L'analyse structurale interprète plus largement ce système de communication (dans lequel interviennent le goût et de dégoût) comme le résultat de "cette activité cognitive caractéristique de l'homme qui consiste à classer, évaluer, hiérarchiser. Elle organise l'environnement en systèmes et sous-systèmes en perpétuel changement." (Douglas 1979: 146) Plus qu'une vision du monde, c'est une analyse du monde qui se projette ainsi dans la pratique alimentaire, laquelle se présente comme un acteur fondamental de l'organisation de la vie sociale - et en particulier familiale.

1 . L'alimentation comme rituel familial

L'alimentation occupe en effet une place centrale dans la vie des familles. De toutes les activités quotidiennes, c'est du point de vue physiologique une des plus vitales et du point de vue social la plus régulièrement collective. Pour la majorité des individus, vivre en famille signifie en grande partie, manger ensemble. Sous la simplicité, la banalité de cet acte, quels enjeux trouve-t-on en oeuvre ?

Manger ensemble, de la même cuisine, que l'on partage selon certaines règles pré-établies (2) entre tous les membres de la famille, fait participer d'un même corps, d'une même chair. Car il ne suffit pas d'être né d'un même corps, d'une même union, encore faut-il quotidiennement recréer ce lien commun, pour que se constitue sa dimension sociale. Et à en croire l'étymologie de "copain" ou de "compagnon", manger du même pain semble une façon privilégiée de créer des liens, quand ceux du sang n'existent pas, ou dans le cas contraire, de les confirmer.

On sait que dans de nombreuses sociétés, la prise en commun de la nourriture se pratique littéralement, autour d'un seul grand plat collectif dans lequel, selon les normes relatives au statut de chacun et chacune, la main puise directement. L'absence d'instrument vient ici renforcer le caractère de "communion corporelle" du repas. Cette fonction intime de l'alimentation peut faire de celle-ci une activité empreinte de pudeur, qui se manifeste à divers endroits; on ne mange pas dans un lieu public, sous le regard des étrangers;

on fait en sorte dene pas exposer le contenu de son ravitaillement (également par crainte de susciter l'envie)...

Aussi ce que l'on mange, ce que l'on ingère, introduit dans son corps et dans le corps familial est-il pensé, pesé, dans la quantité et la qualité. Par quantité et qualité, il faut ici entendre celles requises pour l'exécution optimale du rituel alimentaire qui définit socialement la famille. Cette définition peut être en rapport avec une catégorie sociale; certains travaux sociologiques ont démontré la valence attachée à chaque denrée dans la constitution d'une alimentation paysanne, ouvrière (Grignon C. et Grignon Ch. 1980) et bourgeoise (Bourdieu 1979). Elle peut s'inscrire dans une tradition ethnico-religieuse, telle celle de la communauté juive nord-africaine en France. Dans ce cas, la spécificité alimentaire du groupe ne s'affirme pas quotidiennement; elle s'exprime dans les temps consacrés, ceux des fêtes religieuses annuelles (Hanuka, Pourim, Kippour) et celui, hebdomadaire, du sabbat:

"On observe dans le déroulement de la vie de tous les jours une opposition quasi-systématique entre les pratiques et les regroupements ordinaires du creux de la semaine, dénués de sacralité, pauvres en échanges, et ceux qui en marge du temps hebdomadaire ou du cycle religieux annuel sont des occasions presque attendues de retrouver la proche parenté autour des gestes sacrés de la liturgie hébraïque (dont le repas familial constitue le temps fort). Le discours est lui-même imprégné de cette opposition qui érige "la fête" en moment "sacré" de retrouvailles, non pas seulement des parents mais aussi des points de repérage de la

culture et du code religieux juifs. Le temps de la fête est ainsi constamment opposé à celui de la séparation des jours ordinaires au cours desquels on échange, sur le lieu de travail notamment, les rapports profanes de l'activité professionnelle dans un univers où les particularismes ethniques sont relégués à l'arrière-plan des impératifs sociaux." (Bahloul 1986: 34-35)

L'opposition entre l'alimentation des jours ouvrables et celle des jours de repos ou de fêtes n'est pas nécessairement ainsi tranchée pour toutes les communautés, mais elle se joue toujours dans une certaine tension: il s'agit de réaffirmer l'unité familiale "menacée" par la vie de travail (scolaire ou professionnelle) de chacun de ses membres. "Ne plus arriver à manger ensemble" révèle un déséquilibre inquiétant.

La dimension religieuse peut, comme dans le cas de la communauté juive originaire du Maghreb, constituer une référence essentielle dans la façon dont elle s'alimente. Dans le cas de la communauté asiatique en France, la référence est plus largement culturelle. De confessions diverses (bouddhiste, catholique, animiste...) et souvent combinées entre elles, les familles ne font état d'aucune distinction alimentaire en relation avec leurs croyances: c'est ici la tradition culinaire des pays d'origine qui est contrastée avec celle du pays d'immigration, ou plus exactement avec certains aspects de celle-ci, comme on le verra plus loin.

2 . Les populations asiatiques de l'enquête et leurs univers d'approvisionnement

La population asiatique de banlieue dont il est ici question se compose essentiellement de familles arrivées en France il y a environ une dizaine d'années. Elles se sont d'abord installées à Paris avant d'accéder à la propriété de leur logement, plus particulièrement dans les départements de la couronne sud-est et sud-ouest de Paris (Val-de-Marne et Hauts-de-Seine), et en Seine-et-Marne, dans les villes nouvelles de Val Maubué.

En ce qui concerne la définition de son "univers d'approvisionnement", cette population comporte deux sous-groupes distincts. D'une part, les habitants des départements périphériques (92 et 94), et plus spécifiquement des villes de Créteil, Maisons-Alfort et Choisy-le-Roi. Ceux-ci ne disposent d'aucun équipement commercial ethnique - en dehors de quelques détaillants locaux assimilables à des commerces de proximité:
"On va occasionnellement dans les boutiques vietnamiennes situées dans les villes de banlieue. Mais c'est assez cher, et puis le 13è est un lieu de rencontre, c'est avoir un contact avec les autres Vietnamiens. En banlieue, ce sont des revendeurs; ils vont acheter à Paris et ils revendent (ce sont des petits détaillants); comme il y a des Vietnamiens, des Laotiens, des Cambodgiens en banlieue, il y a une communauté assez grande pour leur clientèle. Il y a un fond asiatique. Des fois, on manque un peu de nuoc mam ou autre chose. C'est un peu cher mais on y va quand même. C'est pour le dépannage. On va à Paris

pour prendre la réserve, mais si il manque quelque chose, on va chez eux."
Il est à noter que la préférence géographique pour les départements de la couronne sud de Paris -- qui peut certainement s'expliquer par diverses raisons -- fut souvent justifiée par la plus grande proximité des commerces asiatiques situés dans le 13è arrondissement (alors qu'il existe également au nord de Paris des concentrations commerciales asiatiques, dans les 18è, 19è et 20è arrondissements).

D'autre part, les habitants du nouveau complexe urbain de Val Maubué, qui comprend les communes de Torcy, Noisiel, Champs s/Marne, Lognes, Emerainville, Croissy-Beaubourg et Marne -la-Vallée... disposent d'un équipement commercial asiatique local. Les résidents de cette banlieue sont en proportion importante des Chinois et des Vietnamiens originaires du Laos qui ont émigré vers la France dans les années 1975-76. Ils se sont installés à partir de 1978 à Noisiel, alors qu'à cette époque *"Lognes n'était encore que marécages et champs de maïs"*. Les raisons de cette rapide installation par accession à la propriété d'un logement en banlieue proviennent de leur légère antériorité mais aussi de meilleures conditions d'exil pour leurs familles et leurs biens: *"Pour les Vietnamiens qui viennent du Laos, ils ont eu plus de chance que nous"*, dit une vietnamienne de Saïgon vivant à Lognes et dont un des frères s'était installé à Champs S/Marne en 1978:
"Le voyage a été moins difficile; ils sont venus pour la plupart avec toute la famille, c'est à dire avec la grand mère, le grand père à un âge très avancé, ils peuvent venir quand même. La plupart

des Vietnamiens veulent habiter près de leur famille. Ils se sont regroupés ici. Tandis que pour nous, le voyage a été plus difficile. C'est pourquoi la famille a été dispersée; c'est à dire la moitié, trois sont restés là-bas, trois sont venus ici -- et on a fait venir petit à petit. C'est mon cas; je suis partie du Vietnam en 77 et c'est seulement en 85 que maman est venue ici. C'est à dire huit ans après. Elle est venue seule et elle est maintenant au Canada, chez mon autre frère."

Par ailleurs, des Vietnamiens du Vietnam, des Chinois du Cambodge et du Vietnam, voire de Hong Kong, ont élu domicile dans cette région après divers périples tout d'abord en Asie du Sud-Est (Malaisie, Inde, Thaïlande...) puis en France (Metz, Rouen, Tours, Marseille, Paris ou certaines de ses villes de proche banlieue...).

Pour beaucoup, cette installation à Val Maubué s'est réalisée après prospection dans les villes de la couronne sud (Ivry, Antony, Bourg-la-Reine...) qui se présentaient comme premier choix à cause de leur proximité avec Paris. "Habiter en 4è voir 5è zones" - puisque c'est ainsi que se calculent les distances journalières - constituaient a priori un handicap pour des personnes appelés à travailler quotidiennement à Paris. Les professions exercées dans des entreprises françaises (informaticiens, agents administratifs, manutentionnaires, directeurs techniques...) se révèlent un peu plus nombreuses que celles exercées dans des "entreprises ethniques" (cuisiniers, plongeurs, employés de magasin, restaurateurs, agents immobiliers... sans oublier les emplois de la confection). Ces activités représentent le plus

souvent une dévalorisation professionnelle importante par rapport aux métiers exercés dans les pays d'origine (en grande majorité commerçants, mais aussi fonctionnaires et professions libérales).

Cependant le style pavillonnaire, le coût relativement bas de la construction, la disponibilité des lieux due à une faible affluence de résidents français dans la phase initiale de cette urbanisation, l'efficacité du Réseau Express Régional... et la certitude de voir un jour se mettre en place un équipement commercial correspondant à leurs besoins, ont constitué des pôles d'attraction certains. C'est en effet en 1984-85 que les magasins asiatiques ont commencé à s'implanter à Lognes et à Noisiel.

A Lognes, c'est dans le centre ville créé par la présence de quelques commerces français (un bar/restaurant/tabac, une boulangerie/patisserie, une librairie/journaux, une pharmacie et deux épiceries) que se situent les trois magasins tenus par des Chinois d'origines laotienne et vietnamienne. En plus d'une boutique de matériel Hi-Fi et vidéo-cassettes, deux commerces polyvalents se font face. Sur de très petites surfaces, il dupliquent la structure des commerces polyvalents de grande surface, tels qu'ils existent dans le 13è arrondissement de Paris. Ainsi cohabitent un rayon de boucherie (à prix avantageux), un rayon de "fruits et légumes" proposant fruits "exotiques" (durions, jaquiers...) et fruits "français" (pêches, cerises...), des fleurs "rustiques", un rayon de friandises "françaises" pour enfants et un de boissons de

toutes origines. A ceci s'ajoute l' épicerie asiatique classique proposant la production culinaire artisanale locale, c'est à dire ici de la région parisienne (par exemple pâtes de riz fraîches fabriquées à Colombes, à Ivry s/Seine, gâteaux de riz enrobés dans des feuilles de banane confectionnés dans le 19è arrondissement de Paris, à St Maur des Fossés...), de la viande et du poisson séchés, ainsi que les marchandises de consommation cultuelle (bougies, encens, papiers dorés, etc...). Si un autel du Sol, richement disposé au fond du magasin, protège les activités commerciales du lieu, aucun objet de culte (type statuette ou autel) n'est en vente dans ces murs; ces marchandises ne sont en effet commercialisées qu'en grande surface car leur consommation est exceptionnelle et non courante comme l'est celle des marchandises de consommation cultuelle quotidienne (3). Dans la diversité non systématique de ces étalages se reconnaît aussi l'épicerie de proximité, fonctionnant surtout en alternance avec les autres établissements commerciaux français, entre midi et demi et quatre heures ou les jours fériés.

A Noisiel, la configuration commerciale est toute autre. En dehors d'une pharmacie, tous les établissements du centre commercial sont asiatiques; un vaste restaurant vietnamien, un grand magasin de fruits et légumes en libre-service à l'enseigne sino-khmère, et deux grands super-marchés chinois composent l'équipement commercial. L'un des deux super-marchés (du nom de SEOUM SOUK) est classiquement asiatique, présentant les marchandises décrites plus haut, mais aussi des objets de culte et un très grand choix d'espèces de

riz (riz gluant, riz parfumé de Thaïlande, riz long, riz rouge...) conditionné en sac de 25 kg. Il présente donc le statut d'une grande surface pouvant convenir au ravitaillement en gros des familles.

L'autre super-marché, de dimension plus imposante encore, est contigü au précédent. L'enseigne EUROPA annonce un programme commercial original: ici coexistent toutes les marchandises nécessaires à l'approvisionnement de l'ensemble des résidents locaux, toutes traditions culturelles confondues. Autrement dit, certaines travées sont ostensiblement destinées à des consommateurs français, d'autres le sont à ceux de diverses minorités immigrées en France, d'autres encore à la clientèle asiatique. La section non-asiatique se caractérise par une décoration spécifique: un treillis de fausses poutres où sont accrochées des grappes de raisins factices annoncent, au plafond, l'allée des boissons alcoolisées (grand choix) et des eaux minérales. Chacune des travées possèdent sa pancarte-repère ("crèmerie, entretien, conserves, céréales..."). La boucherie située au fond du magasin affiche "Boucherie, Volaille, Charcuterie" en larges lettres façon rustique, tandis que de part et d'autre veillent les autels de protection du commerce... L'approvisionnement spécifiquement français se compose de fromages, laitages, lait en brique (4), nourriture pour bébés (petits pots...), café, céréales, pâtes, pains (baguettes, pains en sachet), quincaillerie diverse (électricité...), produit d'hygiène corporelle et domestique. L'approvisionnement "minoritaire", vaguement cantonné dans le "régional" (au dessus de boîtes de choucroute...) vise essentiellement une

clientèle maghrébine (couscous, boites de sauce tomate (4), harissa...) et antillaise (rhum, punch - de multiples variétés et marques, colombo, haricots rouges et noirs, saucisson à base de porc, cheval et sucre, farine de manioc...).

La section asiatique n'offre aucun décor ni aucune présentation de la marchandise - elle-même conditionnée et étiquettée avec économie, sans faire-valoir des marques. Elle propose - outre les marchandises déjà évoquées plus haut - un grand choix d'ustensiles culinaires, des épices en vrac, des cassettes, et plusieurs rayonnages en vitrines d'objets de culte. Les préparations culinaires intègrent aux pâtés de viande et autres beignets asiatiques les chaussons aux pommes et les pains aux raisins - adoption qui ne peut se confondre avec une juxtaposition.

Il faut souligner la remarquable fonction locale de cet établissement commercial - dans le cadre de cette ville nouvelle éloignée de quelque six kilomètres du centre commercial le plus proche. C'est en effet à Noisy-le-Grand (accessible par RER ou autoroute) que se sont implantés les hyper-marchés français (alimentation et électro-ménager) et l'ensemble des équipements commerciaux (galeries marchandes comprenant boutiques de vêtements et services divers ...) qui vont de pair avec ces installations dont l'attraction s'étend à la région. A Noisiel, le super-marché asiatique n'a pas pour seule fonction de servir sa propre communauté; il est aussi un intermédiaire indispensable pour l'approvisionnement des communautés dites autochtones et immigrées.

Cette entreprise correspond en bien des points aux fonctions attribuées par les chercheurs anglo-saxons aux "minorités intermédiaires" constituées par certains groupes ethniques:
"Il existe un consensus général pour affirmer que, dans le monde, certains groupes ethniques occupent une position similaire dans la structure sociale. Parmi eux, on trouve les Juifs en Europe (qui sont peut-être l'archétype de cette forme), les Chinois en Asie du Sud Est, les Asiatiques en Afrique orientale, les Arméniens en Turquie, les Syriens en Afrique occidentale, les Parsis en Inde, les Japonais et les Grecs aux Etats-Unis, etc. (...)
L'une des caractéristiques principales de ces groupes, c'est le rôle économique qu'ils jouent. A l'inverse de la plupart des minorités ethniques, ils occupent une position intermédiaire plutôt qu'inférieure sur l'échelle des statuts. Ils se concentrent généralement autour de certaines professions, en particulier le commerce et le négoce, mais aussi d'autres secteurs "intermédiaires"; ils sont par exemple agents, négociateurs de contrats de travail, percepteurs de loyer, préteurs sur gages et courtiers. Ils jouent le rôle d'intermédiaire entre producteur et consommateur, employeur et employé, propriétaire et locataire, élite et masses. (...) Etant donné qu'ils ne sont pas concernés par les règles qui régissent les relations inter-statutaires de la société environnante, ils sont libres de commercer ou de traiter avec n'importe qui. (...) En second lieu, leur condition d'étranger leur permet d'aborder le marché d'une manière "objective"; ils n'entretiennent pas de rapports de familiarité avec le reste de la société, rapports qui peuvent

parasiter les relations d'affaires, voire les rendre impossibles," (Bonacich 1973)
Il est d'un intérêt particulier de trouver -- dans le cas de Noisiel -- ce rôle d'intermédiaire également nécessaire à la satisfaction des besoins d'approvisionnement des résidents français de ce nouveau secteur urbain.

3 . Des habitudes urbaines venues d'ailleurs

La présence d'un équipement commercial ethnique dans ces villes nouvelles apparaît comme une source de confort mais aussi de fierté pour ses habitants asiatiques qui y voient une forme d'autonomie de leur lieu de vie. Cependant, l'attraction urbaine et commerciale de la Petite Asie du 13è arrondissement continue de s'exercer sur eux, presque de la même manière qu'elle s'exerce sur les résidents des banlieues sud et ouest dépourvus d'équipements commerciaux ethniques. En terme quantitatif, la fréquence moyenne des visites dans le 13è arrond. est de 1,5 par mois pour les habitants de la Seine-et-Marne, de 2 par mois pour ceux des départements périphériques. Dans les deux cas, les besoins en approvisionnement sont comparables puisque ici comme là, les familles sont à qualifier à 80% de nombreuses (de 3 à 7, 8 enfants et plus).

Cette attraction de la Petite Asie sur la population du Val Maubué est à mettre en parallèle avec celle qu'exerce, en particulier pour la classe d'âge des 15-20 ans dans le domaine de l'approvisionnement vestimentaire, le quartier central des Halles. De l'avis de tout un chacun, le déplacement à Paris a pour but "Châtelet-Les

Halles" pour la promenade et l'achat de vêtements, et "Porte de Choisy" pour l'alimentation. Dans ces préférences, on peut lire la capacité que possèdent ces deux quartiers à offrir une double consommation, celle de la marchandise et celle de la ville, à faire de la satisfaction des besoins en approvisionnement une participation à l'animation et à l'espace urbains.

Aussi, une fois ces distinctions exposées entre les populations de l'enquête, celles-ci nous semblent pouvoir être traitées de façon conjointe. Car, en dehors des spécificités qui ont été évoquées, les pratiques restent comparables, y compris dans les motivations, comme on va pouvoir s'en rendre compte.

En terme général, l'univers d'approvisionnement de ces familles se répartit équitablement entre les grandes surfaces françaises de banlieue et les grandes surfaces asiatiques (essentiellement du 13è arrond., dans une très moindre mesure de Belleville et de Maubert, spécifiquement de Noisiel). La fréquentation des centres commerciaux, des hyper- et super-machés autochtones locaux est intensive et entraîne une grande familiarité avec ces lieux (toutes les chaînes de distribution ont été citées). Les marchés forains sont également prisés pour l'approvisionnement en poissons, fruits et légumes, de même que le sont, pour le poisson, les magasins de produits surgelés. Les personnes interrogées saluent au passage l'adaptation à des clientèles particulières de nombre de grandes surfaces qui commercialisent des produits frais tels que menthe, coriandre, gingembre, germes de soja... à des prix compétitifs. Par ailleurs, il

est souvent exprimé que l'approvisionnement pour les besoins de la cuisine traditionnelle peut s'effectuer en quasi-totalité dans ces établissements, les produits courants de cette alimentation ne différant pas sensiblement de ceux utilisés dans la cuisine française:

"Il suffit d'avoir du riz, des épices, du nuoc mam pour pouvoir faire de la cuisine vietnamienne. Le reste peut être acheté n'importe où, dans les super-marchés, au marché. (...) Chez Big Gel ou Gel 2000, on trouve les crustacés, les poissons congelés, ça marche très bien. J'y vais tous les deux mois, je remplis le congélateur et au fur et à mesure, je cuisine ce que j'ai. Je peux très bien faire un plat de poisson comme au restaurant avec les produits locaux."

"Il suffit d'avoir du riz, des épices, du nuoc mam...", et ces quelques ingrédients conduisent néanmoins à des pratiques de consommation tout à fait significatives. Soit par nécessité, soit par agrément, il importe de se rendre dans le 13è, car le riz qui est consommé dans les préparations culinaires asiatiques correspond à des espèces non-commercialisées par les grandes surfaces françaises - encore que certaines aient tenté de le faire. L'approvisionnement en riz se présente donc comme la motivation première du déplacement dans le 13è arrondissement. Acheté par sac de 25 kg, son poids justifie que soit préféré entre tous l'hypermarché asiatique qui offre à sa clientèle des possibilités de parking; c'est donc chez Tang Frères que la clientèle se dirige en masse. Mais pour cette denrée spécifique, d'autres magasins sont cités, dont Paris Store, Hoa Hong, Euroasie et Eurostore pour le 13è, Thanh Binh pour le 5è, Dong Nam et le Sourire du Printemps pour le 20è.

La visite à la Petite Asie est également motivée par la reconstitution du stock d'épices fraîches (menthe, coriandre, citronnelle, piment ...) ou sèches, achetées en vrac ou en quantité importante et du fameux nuoc mam vietnamien dont la préparation inclut jus de citron et divers ingrédients selon les accords culinaires à créer. La consommation de condiments apparaît déterminante dans la définition d'une tradition culinaire. De façon encore plus radicale que les ingrédients de base qui peuvent souffrir de nombreuses substitutions, le condiment signe une cuisine ou la défigure. Cette constante a pu être observée dans des cas de migration très divers et géographiquement dispersés: réfugiés de l'Allemagne de l'Est en Allemagne de l'Ouest, Juifs immigrés en Israël et originaires du Maroc, d'Allemagne, d'Irak, d'URSS, etc. découvrirent entre eux des "incompatibilités d'assaisonnements" (Tolksdorf cité in Niederer 1985). Une telle sensibilité d'identification (Rozin 1973) justifie donc à lui seul un déplacement. Mais alors, on cherchera à le mettre à profit pour se ravitailler en viande et en légumes. En effet, la boucherie-charcuterie-triperie française ne commercialise par tous les abats (de porc, en particulier, cf. infra) et ne pratique pas le même type de découpe:

"Chez Tang (ou ailleurs), on achète de la viande parce qu'on peut demander la viande que l'on veut; tel ou tel morceau qu'on ne trouve pas dans les boucheries françaises. J'ai vu beaucoup de gens qui achètent beaucoup de viande à Tang Frères et ils congèlent après."

Enfin, l'occasion est donnée d'acheter certains produits frais particuliers à chacune des traditions culinaires asiatiques. Si les étalages

apparaissent indistinctement asiatiques à des yeux français, à des yeux asiatiques ils présentent des diversités nationales évidentes; par exemple, de nombreuses épices fraîches commercialisées dans les grandes surfaces ne sont pas consommées dans la cuisine chinoise mais dans celle du Vietnam...

Ce type de ravitaillement est décrit comme le plus ordinaire et indispensable; il est différencié du ravitaillement festif, extraordinaire, qui sera évoqué plus loin. Il s'effectue régulièrement, tous les mois, tous les quinze jours ou toutes les semaines, le plus souvent le samedi ou le dimanche (matin et après-midi). C'est ainsi que la Petite Asie offre en week-end le spectacle maintenant connu d'impressionnants embouteillages et de groupes d'enfants et/ou de vieilles personnes assises sur les bancs aux alentours des grandes surfaces, surveillant des amoncèlements de sacs en plastique bourrés de provisions en attendant que la voiture familiale se fraye un chemin jusqu'à proximité. Cet approvisionnement (bi)hebdomadaire ou mensuel est l'occasion d'une sortie familiale souvent agrémentée d'un repas pris au restaurant, soit avant soit après les courses, avec parents, enfants et souvent grands-parents (environ un quart des familles vivent à plusieurs générations sous le même toit).

Cette habitude n'innove pas par rapport à ce qui se pratiquait en Asie du Sud Est, que ce soit pour les Chinois ou pour les Vietnamiens. Des réalités de divers ordres semblent pouvoir l'expliquer. Tout d'abord, on peut constater une relative continuité entre l'espace domestique et l'espace urbain, marquée par la prédominance des femmes dans la

prise en charge de l'approvisionnement. Ce sont les mères ou les soeurs (aînées) qui sont en quelque sorte responsables de cette activité. Si les deux parents sont souvent présents lorsqu'il y a déplacement automobile, comme c'est ici le cas, la fonction du père est d'assister mais non de diriger (comme c'est le fait d'autres traditions, cf. infra):

"Pour faire les courses, le mari conduit la voiture, il porte les paquets, il met dans le caddy mais les courses sont à l'initiative de la femme."

En particulier pour les Vietnamiens, cette activité d'approvisionnement semble quasiment "générique", et inscrite dans l'étymologie même des prénoms féminins. Ainsi, nombre de ces prénoms possèdent un préfixe THI qui indique le sexe féminin et qui signifie "marché". Pour les prénoms masculins, le préfixe le plus fréquent est VAN: sa signification "littérature, poésie" signale que seuls les hommes pouvaient accéder au statut de lettré, de fonctionnaire. Ainsi, la ville (en vietnamien "Tan Thi") est aussi un lieu féminin dans lequel peut se conjuguer le ravitaillement et la restauration, à un niveau plus ou moins élémentaire:

"Aller au restaurant quand on fait les courses, c'est très asiatique. Dans les marchés de chez nous, on trouve beaucoup de boutiques, on dit des marchands ambulants. Après le marché, tu manges un bol de soupe avant de rentrer chez toi, tu es fatiguée. Tu termines les courses par manger."

Ainsi se dessine une extension du domestique dans l'urbain. La sphère domestique féminine ne s'arrête pas à la maison, elle déborde dans la rue et requiert des femmes la participation aux activités

d'échange, en tant que clientes comme en tant que commerçantes (Tan 1984).

Cette réalité se manifeste également dans les réponses des enquêtés à la question: "à quelles occasions allez-vous au restaurant ?". Toute une série de réactions pourraient être classées sous la rubrique "sans occasions". C'est ainsi que l'on trouve, outre *"samedi ou dimanche midi", "le week-end", "le dimanche avant le courses", "quand on fait les courses dans le 13è"*, etc., bien des réponses laconiques: *"sans raisons", "lorsqu'on a faim", "quand on n'a pas envie de faire la cuisine", "quand ma mère n'a pas le temps de faire le repas", "quand l'envie arrive"*... Les réponses des citadins (résidents du 13è) à cette même question sont encore plus expéditives: au restaurant, on va *"couramment", "régulièrement", "comme ça", "pour m'éviter de faire la cuisine", "si je suis tout seul à la maison", "quand on a faim"*, etc. A cette banalisation de l'usage du restaurant correspond toute une catégorie d'établissements dont les enseignes, souvent pompeuses en français, signifient fréquemment en chinois: "restaurant de tous les jours", "restaurant de tout le monde" (populaire)...

Ces lieux de restauration ordinaire sont à distinguer relativement des lieux de restauration festive où se déroulent cérémonies d'anniversaire, banquets de mariage, réunions de famille élargie aux ascendants et collatéraux, ou encore invitation d'amis: car on honore ses invités en leur faisant déguster les mets réputés de quelque chef cuisinier. Ce sont là de *"grandes occasions"*, celles des *"anniversaires de grands âges", des*

"visites des cousins ou amis qui viennent d'une autre ville ou d'un autre pays", des "invités qui viennent à la maison", des "fêtes de Nouvel An" ou "de Noël", sans oublier les occasions assez fréquentes *"où on est invité".*
Au total, on est très impressionné par la connaissance des lieux de restauration que manifeste tout un chacun et qui, outre les nombreuses citations d'établissements chinois (et sino-vietnamiens, sino-thaïlandais, sino-laotiens) peut inclure celle de certaines maisons françaises (genre Hippopotamus). Ce goût répandue pour les grillades a ainsi suscité l'ouverture en 1987 d'un restaurant de ce genre en plein coeur de la Petite Asie, tenu par un propriétaire chinois.

La fréquence de la restauration familiale peut de ce fait facilement atteindre une fois par semaine et il n'est pas rare de constater que , lorsque cette pratique est évoquée, elle fait l'objet de la part des intéressés d'un commentaire défensif en réaction avec les réactions courantes des connaissances françaises, promptes à y voir un signe de prospérité un peu trop ostensible. Le commentaire le plus immédiat rétablit *"l'ordre de valeur"* de la restauration ordinaire:
"On va au restaurant manger une soupe ou un plat particulier. C'est pas comme les Français qui mangent une entrée, un plat principal, dessert, vin... + 15% de service (le service de la restauration asiatique est très souvent gratuit). *Une famille vietnamienne peut manger pour 200 francs. Une famille française qui va au restaurant français en aura pour 600 francs."*

Peu importe la justesse du commentaire, les entretiens révèlent à plusieurs reprises le

sentiment de devoir faire face à des réactions de jalousie de la part de la population autochtone - en particulier dans les villes nouvelles où la densité de résidents asiatiques est très élevée. Selon nos interlocuteurs, les signes d'une réussite incompréhensible en serait la cause:

"Maintenant nous sommes installés ici. On a acheté la maison, alors, ici c'est notre deuxième pays. Alors il faut... (long silence)
C'est à dire on a rencontré des difficultés avec les habitants européens de Lognes. Parce qu'il y a des rumeurs qui courent dans la commune que, pourquoi nous on est arrivé ces derniers temps, on est des réfugiés, c'est à dire qu'on est arrivé en France, on n'avait rien comme héritage et maintenant on vit dans des conditions assez à l'aise. Les enfants travaillent bien à l'école... Il faut comprendre qu'on doit refaire notre vie ici. On arrive en France, on travaille assez dur, on travaille pas aisément, c'est à dire les Français travaillent dans les bureaux. Nous on travaille avec notre courage et notre volonté, et dans des conditions assez difficiles."

Car il ne s'agit pas d'immigrés au sens classique du terme, cherchant ailleurs une fortune improbable dans leur pays d'origine mais de réfugiés, exilés d'un monde urbain plutôt prospère à leur endroit, et qu'ils n'auront de cesse de reconquérir au plus vite. Dans cette tension qui les oppose à des classes moyennes françaises et les en rapproche, le genre des occupations du week-end est un sujet susceptible. Les autochtones semblent gaspiller leur week-end en activités sportives, en sortie à la campagne tandis que les nouveaux venus disent le mettre à profit pour s'occuper de leur maison, faire travailler leurs enfants, faire les

courses... Aussi la nature de cette activité de ravitaillement explicite-t-elle les dépenses en restauration: elle tient lieu de sortie *"comme aller au cinéma"*, ce que ces familles font par ailleurs, ou bien *"comme aller en week-end"*, ce qu'elles ne font pas, pas plus qu'elles ne cherchent à acquérir de résidences secondaires. Courses et restauration en ville, dans le quartier chinois de la capitale présentent la même fonction de rupture du rythme hebdomadaire par une activité familiale commune que, pour des citadins français, la sortie hors de la ville, pique-niques campagnards ou visites à la parenté...

La restauration de fête n'a pas a dissimuler ses fastes puisqu'elle est par nature ostentatoire. En dehors des "grandes occasions" déjà citées, il faut également signaler la fonction des grands restaurants comme salle de spectacle et dancing. Ces établissements dénommés "night club" (qui sont à distinguer des rares "cabarets", cf. Annexe) sont néanmoins le lieu d'activités purement familiales. Il en existe plusieurs dans le 13è: le Tikoc (= "l'Empire"), le Daï Dong Khan (= "Célébrer ensemble") , le Chinatown-Olympiades... Ces spectacles sont relativement divers: défilés de mode, groupes de danse et chants traditionnels originaires des différents pays du Sud Est asiatiques, show-business où se produisent des vedettes internationales de la chanson chinoise et vietnamienne vivant à Paris, Hong Kong, ou le plus souvent en Californie. Ces derniers spectacles reproduisent des occurrences typiques du Vietnam du Sud, et les chansons datant d'avant 1975 y connaissent la plus grande des faveurs. Ces spectacles, que l'on regarde attablé en famille,

Ann. 110-112

sont aussi des lieux de rencontre entre ces familles et leurs enfants. Sur la piste de danse, jeunes et moins jeunes viennent danser "à l'occidentale" (cf. Annexe). C'est dans ces occasions que l'on espère voir se nouer de nouvelles unions -- et ce phénomène apparaît en nette recrudescence dans le contexte de l'exil en France.

Ces établissements servent ces fonctions en alternance avec la restauration classique ou encore les banquets de mariage qui peuvent rassembler plusieurs centaines de personnes (les années néfastes, telle l'année du Tigre, connaissent moins de mariage et donc plus de spectacles). Pour les membres des communautés originaires du Sud Est asiatique, les cérémonies de mariage se déroulent presque nécessairement dans un restaurant chinois. Ceci confirme la fonction d'urbanité que joue cette communauté spécifique dans la célébration des évènements familiaux. Cette fonction s'exerçait déjà au Vietnam (ou au Cambodge...) mais elle n'en demeure pas moins diversement appréciée:
"Les mariages vietnamiens, disons asiatiques, se passent toujours dans un restaurant. 500, 300 convives au moins, et tout ça se passe dans un restaurant chinois. Alors maintenant, moi je dis, nous on va organiser, on va chercher une salle, avec un accès facile par les moyens de transports, avec une grande superficie pour 300 à 500 personnes. Et on demande aux dames, toutes les personnes qui peuvent faire quelque chose des plats. Ainsi on va créer du travail pour les Vietnamiens et on ne va pas donner l'argent aux Chinois."

Ce genre de réflexion manifeste le désir de renforcer économiquement sa propre communauté en exil, mais elle exprime aussi un ressentiment envers la dépendance que créèent ces "minorités intermédiaires" dont il a été question plus haut; car celles-ci continuent, dans l'exil commun, à développer le même type d'activités, alors que les autres "communautés d'infortune" ont parfois du subir des reconversions beaucoup plus radicales.

A l'exception de ces sursauts d'humeur, la dépendance apparaît bien établie. Car, en dehors même de la restauration, tous les chemins de l'approvisionnement asiatique mènent au grandes surfaces chinoises - pour le ravitaillement ordinaire comme pour le ravitaillement festif. Lorsque les invitations, les fêtes familiales se déroulent à domicile, leur approvisionnement est effectué dans la Petite Asie:

"Quand j'ai un repas à faire, quand j'ai des invités, alors là je vais dans le 13è."

Il y a nécessité, à la fois quantitative et qualitative, à se rendre dans ce quartier. Quantitativement, les coûts sont moindres:

"Quand tu vas faire une grande fête, tu vas faire 500 rouleaux impériaux, tu achètes de la viande chez Tang pour que ce soit moins cher. Pour une grande fête ou un grand repas."

Qualitativement, on y trouve ce qui n'existe nulle part ailleurs et sans lequel il n'y a pas de fêtes pour les Vietnamiens: les fruits dits tropicaux, Mangoustans, pommes cannelles, longans, durions..., remplacent alors pêches, poires, oranges dans le menu. Depuis le début de l'été 86, Tang Frères a inauguré une vaste tente accolée à son magasin central où sont exposées les friandises qui

marquent les différentes fêtes saisonnières (par ex. gâteaux de lune pour la fête de la mi-automne) ainsi qu'une grande variété de fruits tropicaux. Cette innovation fut en elle-même perçue comme un événement joyeux par la clientèle:
"Si vous voyez, un débordement de fruits tropicaux, des mangoustants, des ramboutans, des longans, et de grands sacs, de grands paniers pleins, pleins de durions. Depuis la rue de Tolbiac, on sent l'odeur, incroyable ! et dans le métro, dans le bus, tout le monde en a et ça sent très très fort."

La pancarte plantée comme un drapeau à l'entrée de la tente et mentionnant, en surimpression d'un dessin d'avion cargo, la *"provenance directe de Thaïlande"* laisse imaginer la fraîcheur de cet ailleurs quasi-natal répandu en traînées parfumées dans les rues de Paris. L'odeur des fruits, tout comme celle de la cuisine, contribue à créer l'atmosphère festive qui exhale le souvenir du pays d'origine.

A Lognes, plusieurs habitants nous ont dit s'être décidé à s'établir définitivement dans cette région parce qu'ils y avaient perçu l'odeur de leur pays, celle du sol natal:
"Alors, dès que j'arrive, je ne sais pas, dans le parfum de l'air, je ressens l'air de notre pays. Alors je dis 'Je peux rester là'. Des fois, ça m'arrive, je ressens à nouveau cette odeur-là. C'est dans l'air, ça flotte."
Odeur indéfinissable, ni spécifiquement rurale, ni spécifiquement urbaine:
"Moi, j'habitais Saïgon. Mais je ne sais pas si c'est l'air de Saïgon ou non, mais c'est l'air de chez nous."

Suite à cette évocation, les souvenirs affluaient dans l'entretien...

C'est donc chez Tang Frères (d'origine sino-laotienne) ou chez tout autre Paris-Store (d'origine sino-cambodgienne) que les Vietnamiens peuvent aussi venir humer l'air de chez eux. Ce phénomène est à ce point significatif qu'il a entraîné le déplacement des boutiques de cassettes et vidéo-cassettes vietnamiennes, alors situées autour de la Place Maubert, vers le 13è, à deux pas de Tang et de Paris-Store... Ces boutiques, éventuellement aussi maisons de production musicale, sont en général co-organisatrices des spectacles réalisés à l'intention de la communauté dans les établissements de restauration décrits plus haut. Thanh Binh, célèbre magasin vietnamien implanté de longue date sur cette Place Maubert n'a donc pas proportionnellement bénéficié de cette nouvelle vague d'éxilés vietnamiens. Quant à Vietnam-Diffusion, la seule grande surface vietnamienne de Paris, localisée Bd Vincent Auriol dans le 13è, à la marge éloignée de la Petite Asie, sa nature étatique (et donc gouvernementale) lui vaut un achalandage très controversé. Un boycott des activités d'importation vers le Vietnam de cet établissement -- qui permettent aux Vietnamiens de France d'approvisionner en biens manufacturés, en produits alimentaires, en médicaments et en mandats, etc. leurs parents et amis restés au pays -- été organisé, avec présence militante tous les samedis devant les portes du magasin durant plusieurs mois de l'année 1987 (cf. tract diffusé à
An. 114 ces occasions en Annexe). Ici le politique (dé)prime le commercial.

4 . L'électro-ménager au service de la tradition

Le repas de fête ou plus simplement de réception exige donc des produits d'origine acquis dans des lieux qui, outre les avantages économiques qu'ils offrent, sont des lieux investis d'une charge symbolique et culturelle. La cuisine quotidienne peut par contre, comme on l'a vu, se contenter d'un ravitaillement en provenance des grandes surfaces françaises, des marchés hebdomadaires, des magasins de produits surgelés, ou encore pour les familles propriétaires de restaurants, de Rungis.

Cette banalisation de l'approvisionnement ne signifie pas que l'alimentation quotidienne se soit pareillement banalisée. Dans la totalité des familles contactées, la nourriture du repas du soir demeure asiatique; on le juge ainsi nécessaire pour contrebalancer les "effets assimilateurs" des repas de midi, pris chacun de son côté dans diverses cantines ou selfs. Mais cette alternance ne suffit pas à décrire le fonctionnement alimentaire de ces familles.

Comme M. Nicod avait pu le constater dans son étude sur l'alimentation des familles ouvrières anglaises (1974), les familles utilisent deux registres de consommation de la nourriture: le "snack" et le "repas". Le "snack" "est une occurrence alimentaire non structurée au cours de laquelle peuvent être servis un ou plusieurs aliments indépendants les uns des autres. L'occurrence est non structurée dans la mesure où il n'y a pas de règles pour prescrire les aliments qui doivent être servis ensemble et où, quand sont servis plusieurs aliments, il n'est pas imposé de

succession stricte. Un *snack* peut s'accompagner ou non d'une boisson. Le repas en revanche ne comporte pas d'éléments indépendants et il est fortement assujetti à des règles de combinaison et de succession." (Douglas 1979: 153) Ainsi le repas familial du soir est une occurrence structurée qui requiert un investissement ménager important. Les femmes, nombreuses, qui exercent une activité professionnelle - et même les autres - disent mettre à profit le week-end pour préparer les mets qui seront consommés tout au long de la semaine:

"Le week-end, ou le lundi, si vous ouvrez le congélateur ou le frigo, vous voyez tout tout plein. Mais à partir de vendredi, c'est tout vide. Car le week-end, je fais la cuisine pour la semaine. Et je fais congeler. Le matin avant de partir, je retire le plat pour décongeler, ou les légumes. A huit heures j'arrive à la maison, je n'ai pas le temps de faire la cuisine..."

"Je fais ma cuisine le dimanche et le lundi, jour de congé. J'ai un congélateur, un micro-onde... Avant, je mettais dans un couscoussier pour décongeler. Maintenant je mets dans le micro-onde, ça va plus vite, car dans le couscoussier, il faut encore mettre de l'eau, ça prend du temps."

Cette organisation à laquelle participe la technologie ménagère la plus moderne est jugée indispensable pour la préservation de la cuisine traditionnelle, appréciée parce que de préparation longue (*"dans la cuisine vietnamienne, il faut tout couper en petits morceaux"*), compliquée... L'"occurrence alimentaire structurée" qu'est le repas exige qu'un certain degré de savoir-faire soit mis à son service, que sa cuisine soit le fidèle reflet, ou mieux inspire l'occurrence sociale dont il est porteur.

5 . L'ère du snack

Toute anglo-saxonne que soit la terminologie de "snack", celui-ci existe, parfois sans se donner comme tel, dans des cultures extrêmement diverses. Il peut désigner toutes ces pratiques alimentaires qui ne sont qu'alimentaires, lorsque l'on est seul, pressé ou toutes les fois qu'il est souhaitable de ne pas transformer le besoin de sustentation en "repas". C'est par le "snack", au sens défini plus haut, que certains éléments de la cuisine française ont fait leur entrée dans ces familles: pâtes, omelettes, steaks, côtes de porc... reviennent tout au long de ces descriptions du repas qui n'en est plus un:

"Faire un repas rapide, c'est faire français. On ne peut pas vraiment dire qu'il s'agit de cuisine française; on ne mijote pas des plats."

Cette adoption culinaire se fait ainsi à titre de "fast food" domestique. Et à ce titre, toutes sortes d'emprunts, même quasi-quotidiens, sont possibles: il s'agit d'utiliser en dehors du contexte de sociabilité familiale (celui qui est reconnu comme tel) des éléments culinaires rendus indépendants de leur tradition culturelle. Ainsi, adopter la pizza ne signie en rien adopter la cuisine italienne.

De cette même façon, les habitudes alimentaires des Vietnamiens avaient déjà été touchées par l'influence française pendant la période coloniale. Le pain (et le fromage) avaient à cette époque fait leur entrée dans leur consommation. Ils y demeurent, en particulier sous la forme du sandwich vietnamien (sandwich à la viande de poulet ou de porc, légumes crus en rondelles, menthe, coriandre,

sauce piquante,,,) dégusté "en snack" au petit déjeuner ou à midi. Cependant toutes les personnes interrogées nous ont fait part de leur nostalgie pour la baguette vietnamienne, de qualité artisanale et cuite au feu de bois, dans les règles de l'art introduites par les Français, et combien plus savoureuse que celle consommée en France,,,

Cette généralisation du "snack" dans les habitudes alimentaires contemporaines de toutes latitudes a suscité des réactions d'inquiétude chez plusieurs auteurs, prompts à y voir le reflet d'une crise générale de société;
"La crise des critères de choix, des codes et des valeurs, de la symbolique alimentaires, la désagrégation du commensalisme, tout cela nous ramène à celle notion cardinale de la sociologie durkheïmienne; l'anomie. Le système nomologique et les "taxonomies" alimentaires qui gouvernaient les choix ainsi émiettés ou relâchés, l'individu mangeur se trouve livré à lui-même. C'est en ce sens que l'on peut dire que, au coeur de la crise du régime, on passe de la gastro-nomie à la gastro-anomie." (Fischler 1979:206)
Cette analyse, qui ne manque pas d'esprit, peut cependant être modulée selon les milieux concernés. Dans certains cas, comme chez les "néo-prolétaires" étudiés par C. Pétonnet, l'anomie du "snack" est criante;
"Quand on a faim, on casse une croûte, au sens propre, une croûte de pain, sèche les jours maigres, aromatisé d'un oignon, trempée dans du café, du vin, ou grasse, accompagnée de pâté, de fromage. Les enfants se taillent d'énormes sandwichs, appelés casse-croûte, qu'ils fourrent de sardines à l'huile. On peut trouver n'importe qui

en train de manger du ragoût à 3 heures, des réchauds français éteints à midi, des enfants espagnols se gorgeant de café au lait à 7 heures alors que le dîner cuit. En réalité, le repas n'est pas un rite et nul n'en est l'esclave. C'est une nécessité. On se nourrit chaque fois que le corps réclame et non parce que l'heure des habitudes sociales a sonné. Cela signifie, non pas l'absence de repas chauds, mais que l'on prend par jour, trois, quatre, ou cinq collations nourrissantes qui peuvent aller de la simple tartine au repas complet." (Pétonnet 1985;91)
Par contre, A. Sjögren, qui étudie les pratiques alimentaires de la bourgeoisie du 6è arrond. à Paris et reconnaît chez elle la place grandissante voire envahissante du "snack", aboutit à une conclusion plus polyvalente:
"Le remplacement du rythme quotidien par un rythme hebdomadaire (de repas familial) qui laisse de nombreuses occasions en dehors du cadre familial peut évidemment être vécu de façons différentes. Dans certaines familles il contribue à une désagrégation de l'unité familiale, chaque membre vivant avant tout pour lui-même. Dans d'autres familles ces repas, peu nombreux mais de qualité, enrichissent une vie familiale où, grâce à une solidarité de base, les divers membres peuvent sans danger s'ouvrir à l'extérieur et néanmoins se retrouver avec plaisir à intervalles réguliers." (Sjögren 1986; 59)

On voit que le "snack" se décline avec l'identité sociale et culturelle de la famille; il reflète une réalité complexe, dans laquelle intervient la nature du rapport entre membre (individu) et groupe familial qui varie selon les

milieux sociaux concernés, comme l'a explicité H. J. Gans (5).

En ce qui concerne les communautés asiatiques, cette combinatoire du "snack" et du "repas" semble permettre une articulation entre les participations à la société française et d'origine. Mais cet équilibre est-il définitif ? Très improbablement, car la pression des jeunes enfants nés et scolarisés en France ne peut qu'aller en croissant; eux affirment leur goût pour une cuisine française simplifiée (à base de pâtes, pommes de terre, poulets rôtis, laitages...) et la réclament lors du repas du soir. Un double menu vient alors entériner ce bi-culturalisme familial, car au contraire des plus jeunes, les adolescents d'aujourd'hui nés en Asie du Sud-Est continuent d'assimiler cuisine familiale et cuisine d'origine. En dehors du foyer, ces derniers partagent le goût "immodéré" des jeunes de leur classe d'âge, toutes origines confondues, pour les "fast food" à l'américaine, établissements de "snacks" dont ils connaissent toutes les variations -- ainsi que ses variantes boulangères françaises.

6 . La population maghrébine et ses enfants

La population maghrébine contactée par cette enquête est une population de la proche banlieue, résidant en Seine Saint Denis dans les communes de Villetaneuse et d'Epinay s/Seine. La très grande majorité demeure dans des logements HLM mais un petit nombre a accédé à la propriété dans des zones pavillonnaires multi-ethniques comportant des résidents français et des résidents originaires du Cambodge, du Mali et du Maroc. La spécificité de ce type d'habitat s'est révélée être - eu égard au thème concerné - une stabilité de résidence et donc de voisinage, une estime pour celui-ci, sans comparaison avec l'environnement en constante recomposition des immeubles locatifs liée à une grande mobilité de résidence à l'intérieur même du département.

Les ménages enquêtés sont d'origine algérienne ou marocaine et connaissent presque tous une présence en France environ de dix années, parfois quinze. Les hommes ont le plus fréquemment émigré avant leur mariage, soit à l'adolescence avec leurs parents, soit à l'âge adulte dans le cadre de migration de travail. Pour cette génération (40-45 ans pour les hommes, 30-40 ans pour les femmes), les mariages ont été contractés dans le pays, plus souvent encore la région d'origine, qui à Agadir, qui à Oran... Parmi la population contactée, seuls de vieux immigrés kabyles avaient épousé des femmes françaises, dont certains pour se remarier par la suite avec une femme de même origine qu'eux-mêmes.

Dans tous les cas, il apparaît que la connaissance de la France n'est pas équivalente dans la durée pour les hommes et pour les femmes et que la venue de ces dernières s'inscrit exclusivement dans le cadre matrimonial. Toutes les familles sont à considérer comme nombreuses, avec une moyenne comprise entre 3 et 5 enfants.

A la différence des familles asiatiques presque toutes exilées en plein cycle familial, la France est ici le lieu de constitution initale de ces ménages et le lieu de naissance de leurs enfants. Aussi, leur pratique alimentaire n'a-t-elle pas à être, dans les mêmes termes qu'évoqués précédemment, le véhicule d'une continuité - au delà d'un traumatisme. Cependant, les dynamiques d'adaptation, si elles présentent des spécificités, n'apparaissent pas radicalement différentes de celles décrites plus haut. L'influence des enfants scolarisés est certainement la plus perceptible dans cette évolution. Sans aucune surprise, elle favorise la consommation d'"aliments standard" tels que frites, chips, pâtes, laitages en tous genres, chocolat, pizzas... Mais ces goûts ne sont pas seulement ceux des enfants: ils sont partagés par leurs pères qui, plus que leurs épouses, ont eu le temps d'être exposés à la cuisine française. De plus, sous la forme simplifiée qui apparaît être sa constante dans les processus d'adoption, elle est vécue comme une "libération" (tout au moins de temps) -- y compris du point de vue de l'époux:
"En France, on n'a pas le temps de faire des repas, tagine et tout ça. Les frites, on a une friteuse, c'est plus rapide -- ou bien une petite omelette, c'est plus rapide, et la maman est libérée, elle peut faire son ménage, elle peut faire le reste

qu'il faut, si elle a un bébé elle peut s'en occuper."
Avec la cuisine "à la française", c'est une adaptation à la vie française qui se joue. L'acquisition de certains savoir-faire -- apparemment rudimentaires, "déqualifiés" par rapport à ceux de la tradition d'origine -- fait participer de ses pratiques et de ses valeurs, par exemple en invoquent le gain de temps, ou encore les qualités diététiques dont la connaissance a été largement transmise par les diverses institutions de santé (Mabe et Roux 1981); les citations d'aliments énergétiques, vitaminiques pour les enfants, peu caloriques pour les femmes, sont autant de preuves d'une adhésion à des représentations occidentales, et en l'occurrence aux normes corporelles correspondantes.

Cet affranchissement culinaire se conjugue avec l'affirmation d'une continuité évidente; tout compte fait, malgré les influences de la cuisine occidentale *"les enfants mangent comme eux, et eux mangent comme là-bas. Les préparations ne changent pas beaucoup."* Et cette continuité se manifeste d'abord dans le quotidien:
"Elles font la même cuisine que là-bas. Au quotidien, les Algériennes font le ragoût (<u>jiuez</u> en algérien, <u>marka</u> en tunisien), une sauce à la viande mangée au pain. Les Marocaines font le tagine."

Les distinctions nationales ne sont jamais passées sous silence -- ce qui indique que le référent est l'origine précise, et non pas une tradition globale:
"On ne fait pas de choses piquantes (l'harissa). Les Tunisiens oui, mais nous les Algériens, non."

"On fait le tagine avec le poivron -- pas piquant, c'est des gros poivrons, Pas avec des raisins secs, non, ça c'est marocain."

La continuité peut aussi se marquer par la poursuite de certaines pratiques telles que la fabrication domestique du pain (cuit au four, décoré aux oeufs ou aux graines de sésame), qui n'empêche pas la consommation du pain de boulangerie.

C'est cependant la fin de la semaine qui est la plus propice à la confection des plats élaborés. Elle dispose de trois jours appropriés, du *"vendredi saint"* jusqu'au repos dominical. L'important réside dans le fait que chaque jour possède sa personnalité culinaire, marquée par exemple soit par un couscous à la viande, soit par du poisson. Mais le vendredi soir n'est pas apparu posséder l'aura du repas de Shabbat que ce dernier continue d'exercer sur les communautés juives sépharades installées en France (Bahloul, op. cit.).

7 . Un interdit fédérateur

Les formes de consommation de la viande constituent un particularisme fédérateur entre les différentes régions et pays du Maghreb. Tout ayant été dit sur l'"effet-porc" (Calvo 1982: 422), son caractère de proscription, de négativité et sur le retrait qu'il inspire vis-à-vis des collectivités culinaires françaises (cantines d'entreprise, scolaires), on évoquera plutôt la positivité à l'égard du mouton qui ressemble étrangement à celle que connaissent les Asiatiques à l'égard du porc. En effet, l'intimité de vie avec ces animaux, la

prédilection pour leur viande, vont dans les deux cas de pair avec un usage intégral de la bête et une répulsion plus ou moins absolue pour l'autre viande (le mouton pour les Vietnamiens, le porc pour les Maghrébins).

La consommation du mouton inclut en effet tous les abats, elle va littéralement de la tête aux pieds, et cette intégralité entraîne autant la fréquentation des boucheries spécialisées que le caractère *hallal*(= licite) de la viande qui s'y trouve commercialisée. Le mouton est le compagnon carné de toutes les cuisines, en sauce, frit à l'huile (makli) ou grillé en mechoui. Il participe de toutes les occasions, les grandes comme les petites, les festives comme les quotidiennes. Quant au mouton de l'Aïd-el-Kébir ou plus exactement selon le calendrier islamique, de l'Aïd-al-Idha qui signifie la fête du Sacrifice (allusion au sacrifice d'Abraham relaté dans la Bible), il continue de défrayer la chronique par la persistance de son abattage rituel au sein des familles et malgré les interdictions et les sanctions possibles (de 2 500F à 5 000 F plus la saisie de la bête). Tous n'en prennent pas le risque et déclarent s'en remettre aveuglement, mais sans illusion, à leur boucher:
"Avant, on pouvait égorger le mouton. Maintenant, c'est interdit -- depuis cinq ans environ(nouvelle réglementation en date de 1980).*On est obligé de l'acheter égorgé, d'où on ne sait pas s'il est hallal ou non. On l'achète chez un arabe, il dit que c'est hallal; on ne rentre pas dedans ."*
Autrement dit, le boucher est responsable devant Dieu et sa conscience. Mais d'autres cherchent plus

loin et estiment que l'abattage rituel ne saurait être industriel:
"Si le représentant de la mosquée bénit l'eau dont on asperge les bêtes avant de les tuer, est-ce vraiment suffisant pour que l'abattage soit rituel ? Car ça demande du temps; environ 20 mn par animal, le temps de réciter le verset du Coran, de sortir la langue de l'animal, de trouver l'endroit où égorger, de verser le sang en direction de la Mecque... Qui peut se permettre ça dans des abattoirs où des milliers de bêtes sont abattues quotidiennement pour alimenter des villes de 2, 3 millions d'habitants comme Casablanca ?"
Aussi l'approvisionnement festif fait ici se tourner vers les lieux de production, les fermes situés à l'extrême périphérie des grandes villes, et en l'occurrence de Paris. Pour ces multiples raisons, l'acte essentiel de cette fête -- égorger un mouton selon le rite -- se révèle particulièrement encombrant dans une société urbaine (où égorge-t-on ?), industrielle (à quel rythme ?). Ce hiatus, auquel toute société est sensible, qu'elle soit française ou nord-africaine, chrétienne ou islamique, désigne au coeur de la fête une pratique fondamentalement rurale qui cherche à se maintenir comme telle,ou plus exactement déplore de ne pouvoir se maintenir comme telle (6).

8 . <u>La mixité en grandes surfaces</u>

La boucherie *hallal* nécessite le détour pour toutes ces raisons, et de plus, elle effectue la vente "en vrac" *"par morceaux, tandis que chez les Français, ils vendent par côtelettes, gigots, et tout ça."* Aussi ce type de boucheries est-il

remarquablement bien réparti dans le département. A Villetaneuse, où ces immigrés constatent *"qu'il n'y a rien"*, ils dénombrent cependant deux de ces établissements. Ce style d'achats, qui s'inspire du demi-gros, règle aussi l'approvisionnement en céréales, sous la forme de semoule et de pâtes, achetés par sacs de 25 kg et correspondant à une consommation familiale d'une durée de deux ou trois mois. Il s'effectue chez des grossistes (tunisiens ou marocains) de Saint Denis ou du quartier de Barbès à Paris. Du point de vue de la fonction commercial communautaire, Saint Denis possède une ancienneté qui fait encore défaut à Lognes et à Noisiel dans leur vocation à constituer des centres commerciaux communautaires "relais" en (grande) banlieue.

En dehors de ces deux pôles spécifiques, la fréquentation des marchés hebdomadaires et des grandes surfaces françaises fait preuve d'une grande régularité;
" Je vais à Euromarché. Je vais au marché tous les samedis à Stains. J'ai une voiture pour aller à Euromarché. Avant j'allais chez Leclerc quand je n'avais pas de voiture; c'était un peu plus cher qu'Euromarché."
Le couple "consommateur/automobiliste" tend ainsi à imposer son modèle à tous -- toutes justifications économiques mises à part. Mais c'est à un autre type d'évolution que les grandes surfaces françaises donnent prise. En effet, dans cette population, l'approvisionnement suit une spécialisation par sexe relativement bien définie; les hommes se chargent du ravitaillement de base, dont la définition varie avec les familles et les individus. Dans telle famille, l'épouse *"n'achète*

que le pain", dans telle autre, elle assure l'appoint quotidien... L'attitude la plus traditionnelle impose que seul l'homme arpente les lieux de commerce (y compris pour les achats vestimentaires de la famille):

"Je vais seul. La femme reste à la maison. C'est une fille de "grande famille". Elle ne sort pas. Toutes les courses, je les fais. Nous sommes des Arabes."

La réalité voit les femmes sortir entre elles pour faire des emplettes, ou encore des couples se rendre, éventuellement avec leurs enfants, dans les grandes surfaces:

"Nous n'allons pas à Barbès. La femme en tous cas, je ne l'amène pas à Barbès. Je vais seul à Barbès. (...) De temps en temps, elle vient avec moi à Saint Denis. On se promène en famille, mais je ne la laisse pas traîner. A Leclerc, je vais avec elle. Et là, elle peut prendre le temps de comparer et de choisir. Pour Leclerc, j'amène ma femme avec moi."

Ainsi se dessinent diverses natures de l'espace public marchand, de Barbès ici apparemment assimilé au souk, lieu masculin par excellence, à Saint Denis où le marché forain crée un espace de relative tolérance. La grande surface est une zone franche, sans enjeu social, où les conduites ne sont pas imposées, où l'anonymat peut s'épanouir tranquillement, car on n'y est pas entre hommes, ou entre hommes et femmes, on y est en tête à tête entre hommes (humains) et marchandises:

"Nul n'a en effet à faire état de la raison de sa présence ni du volume de ses achats, dont le déballage aux caisses, devant l'indifférence des femmes-machines qui communiquent latéralement entre elles sans regarder les clients, ne divulgue aucun

secret; ce sont les mêmes denrées pour tout le monde, sous les mêmes emballages, quelle que soit la quantité. Cet anonymat parfait profite à toutes les classes sociales et le fait qu'elles soient toutes représentées là rassure chaque individu. Les supermarchés sont, par excellence, un espace non ségrégué, le lieu d'égalité des sociétés modernes. Le bourgeois n'y perd pas sa dignité. Le pauvre n'y est pas rejeté. L'étranger s'y sent à l'aise." (Pétonnet 1987)
La femme maghrébine y devient consommatrice, en toute quiétude en un lieu qui n'est plus ni ville ni village.

9 . <u>La prohibition du restaurant</u>

Les fêtes sont l'occasion d'une circulation renforcée des marchandises, des individus et de la confection culinaire domestique, circulation dont les femmes demeurent les grandes ordonnatrices. C'est à ces occasions (Aïd-el-Kébir, Pélerinage, mariage, circoncision...) qu'elles reçoivent des colis en provenance de l'Algérie, du Maroc et dont le contenu -- des gâteaux , des sucreries confectionnées dans la famille -- arrive le plus souvent détérioré. Pour cette raison et en prévision des fêtes, elles profitent de vacances chez elles pour revenir chargées de confections culinaires. Par contre, l'importation privée de matière première alimentaire est en nette régression. L'huile d'olive, les dattes, et même les figues se trouvent à meilleur marché et sont de meilleure qualité en France où ces produits sont masssivement exportés. Au contraire, l'exportation privée ne cesse de croître (fruits, détergents, conserves...).

En France, les fêtes transnationales telles que l'Aïd ou le Mouled, jour de l'anniversaire du prophète, sont prétexte à échange de recettes entre femmes algériennes, marocaines et tunisiennes. On échange les visites, le thé et les gâteaux de confection domestique, les *"halaouyettes"*, les sucreries. Dans la zone pavillonnaire de Villetaneuse évoquée plus haut, cette coutume s'est étendue aux femmes françaises, avec lesquelles elles échangent gâteaux et recettes. Quand ils viennent à ces réceptions, les maris apportent les boissons, précisent les femmes. Cette sociabilité intra-féminine existe au quotidien et reproduit les termes d'une forme de vie collective des femmes dans leur pays d'origine.

Pour les fêtes de famille, on invite la parenté résidant en France et on fait venir au moins un représentant des ascendants (la grand mère ou le grand père) pour que ici comme ailleurs, on puisse dire de la circoncision de son fils né en France et ne connaissant pas l'Algérie: *"J'ai tenu la coutume."*

Toutes ces activités festives se transportent ainsi de maison en maison et semblent tourner radicalement le dos aux établissements de restauration pourtant nombreux à être tenus par des compatriotes -- à l'exception de certains riches mariages qui peuvent être célébrés dans des hôtels ou des restaurants. Mais c'est surtout l'incompatibilité reconnue entre la vie de famille et les établissements de restauration que l'on soulignera ici. Le point de vue économique est souvent évoqué, et en effet, le caractère onéreux de la restauration est un argument de bon sens.

Mais le rejet de la fréquentation de ces établissements engage bien d'autres sentiments:
"On ne va jamais au restaurant. On n'en a pas envie. On peut tout faire chez nous, alors je ne vois pas pourquoi on irait ailleurs."
Ce n'est pas seulement de l'auto-subsistance ou plus exactement de l'auto-suffisance culinaire qui s'exprime là, mais le sens d'une adéquation optimale entre les activités nourricières et le lieu domestique, le foyer. "Manger en ville" ne fait pas saliver; le lieu public, urbain n'ajoute aucun sel au repas familial. Les enfants sont souvent évoqués comme particulièrement incompatibles avec un déplacement au restaurant; cet argument ne saurait choquer un interlocuteur français -- ce pourquoi il est probablement si souvent évoqué -- mais resterait incompréhensible à un interlocuteur asiatique pour lequel un bon établissement de restauration possède toujours quelques chaises hautes à l'intention des enfants en bas âge:
"Je ne vais pas au restaurant -- pas avec un bébé."
Q.; "Vous aimeriez allez au restaurant ?"
"Non, ça ne me dit rien. C'est plus agréable de manger à la maison qu'au restaurant."
Ainsi la vie familiale et son activité centrale commune, manger ensemble, ne se trouve pas valorisée, célébrée par son inscription dans un espace collectif de représentation publique. Cette antinomie n'est pas vécue par toutes les communautés originaires de l'Afrique du Nord, et les restaurants juifs maghrébins des grands boulevards servent une clientèle familiale de même origine.

Non seulement le restaurant ne peut être annexé à la vie de famille, mais sa fréquentation individuelle peut prendre l'aspect d'une trahison, au sens d'une rupture de solidarité familiale:
"Je ne vais jamais au restaurant. C'est cher. Tu m'imagines aller tout seul au restaurant et laisser ma femme et mon gosse à la maison. Non, non. Même un sandwich à l'extérieur, je ne le mange pas. Je bois un café à l'extérieur. Mais manger, non. Je le paierais devant Dieu. C'est un péché."
Aussi les hommes, qui semblent disposer en toute liberté de l'espace urbain et public, n'en sont-ils pas moins "tenus", au sens premier du terme, par leur appartenance familiale jusque dans leurs pratiques exterieures -- que cet extérieur-là soit la ville de résidence de la famille ou qu'il soit situé à plusieurs milliers de kilomètres. Enquêtant auprès d'hôteliers-restaurateurs kabyles de la région parisienne, il avait été frappant de constater la force de cet interdit jusque dans l'absence d'explication relative à ce comportement:
"Les Algériens, au lieu d'aller manger dans un restaurant, ce qu'ils aiment, c'est les bars. Il vaut mieux qu'ils boivent, après aller manger un petit peu dans leur chambre que dîner comme il faut et alors boire de l'eau, pour ça ça ne passe pas. Notre religion nous interdit le vin, nous interdit le cochon. Mais maintenant ce sont les Musulmans qui boivent le plus. Les Arabes, les Maghrébins, avec un petit casse-croûte, ils peuvent boire 3 litres de vin."
Q.: "Pourquoi manger ici (en France) dans sa chambre?"
"Ils trouvent peut être que c'est moins cher. Pour mettre de l'argent de côté. Mais c'est pas des calculateurs. Ils peuvent dépenser des sommes par

ailleurs, mais je ne sais pas, ils sont comme ça. (...) Des fois ils se mettent dans une même chambre, ils se réunissent, ils mangent ensemble. D'ailleurs, c'est rare qu'ils mangent tout seul. Ils s'invitent tout le temps, un jour c'est toi, un jour c'est moi.

C'est un jeune, élevé en Algérie et remplaçant temporairement dans le restaurant-bar-hôtel son père en vacances en Kabylie, qui porte ce jugement sur ses aînés. Sa dénonciation de la consommation du vin marque un changement radical dans les signes et les formes de l'intégration ou plus précisément de la négociation inter-culturelle (Raulin 1986) d'une génération à l'autre. Mais elle nous indique aussi que la transgression envers l'interdit religieux avait été largement tolérée par cette immigration ouvrière kabyle -- d'autant plus aisément qu'elle était porteuse d'une sociabilité masculine. Par contre, l'interdit non-religieux mais social, totalement implicite, visant la "commensalité non-domestique", si l'on peut dire, n'avait pu être transigé. Et les invitations "en chambrée" ne cherchent pas à reproduire une convivialité interfamiliale réduite aux seuls hommes (*"Entre familles kabyles, on ne s'invite pas, c'est rare; on ne se dit pas 'viens manger chez moi ce soir'"*.) mais à recréer une unité domestique fictive, qui permette la mise en scène nourricière.

10 . <u>La cuisine d'un exode rural</u>

Cependant, il arrive de constater à Paris la présence d'hommes seuls dans un restaurant ou plus souvent encore, dans une de ces innombrables gargottes que constituent lesdites patisseries

tunisiennes. Ces cas, qui ne recréent pas de commensalité, peuvent s'apparenter à la consommation tolérée en Kabylie le jour du marché:
"Quand ils descendent le vendredi au marché, là ça passe. Ils mangent là-bas, des méchouis sur le trottoir, dans des petits restaurants qui n'ouvrent que le jour du marché..."
Cette attitude, toute restreinte qu'elle est, représente cependant une innovation par rapport aux normes de la société traditionnelle rurale:
"Les *fellah'in* d'autrefois emportaient avec eux, lorsqu'ils allaient au marché, le plus souvent à pied, le morceau de galette et la poignée de figues qu'ils mangeraient en chemin, au cours d'une pause à l'ombre, près d'une source. Si, par exception, ils ramenaient quelques produits de la ville, du pain ou des fruits par exemple, ils se gardaient de les manger en cours de route et les réservaient pour le repas du soir, pris en commun par tous les membres de la famille. Aujourd'hui, les paysans qui vont au marché en camion et qui partent donc fort tard dans la matinée, après avoir pris le café, trouveraient ridicule de s'embarasser de provisions de route alors qu'il est possible de se restaurer en ville." (Bourdieu 1964:148)
Dans ce contexte de la société kabyle, d'où une forte proportion d'immigrés algériens sont originaires, l'ethos alimentaire allait même autrefois jusqu'à condamner l'achat de produits à l'extérieur, en ville. Cette éthique de l'auto-subsistance s'est progressivement dégradée sur les lieux même de sa pratique;dans les villages, l'introduction de la gargotte a permis à certains d'y venir se sustenter "parce qu'ils ne trouvent rien à manger à la maison et parce qu'ils ne peuvent donner à manger à la maison." (Bourdieu op.

cit. 147). Elle se trouve bien évidemment remise en question par l'émigration, non sans quelque déchirement. En particulier dans le contexte d'une migration strictement masculine -- comme ce fut le cas dans la population kabyle jusque dans les années 50 -- le sentiment de trahison évoqué plus haut est à cet endroit aussi réactivé:
"C'est le même système de valeurs qui inspire aux émigrés le sentiment que leur nourriture, trop riche, est 'illicite' (*h'ram*) parce qu'elle n'est pas partagée par tous les leurs." (souligné par l'auteur, Bourdieu op. cit. 148)
Dans le cadre ultérieur d'une émigration familiale -- il serait plus juste de dire une "émigration de regroupement familial". puisque, comme on l'a vu, la venue des épouses est largement différée par rapport à celle des hommes -- les formes de la consommation domestique se recomposent selon les règles d'origine prohibant toute alimentation extérieure au foyer (sauf sur les lieux de travail où l'on apporte le plus souvent un casse-croûte "maison"). La faiblesse du taux d'activité des femmes maghrébines en France (22% en ce qui concerne les femmes algériennes) peut entre autres expliquer le maintien de cette fonction nourricière essentielle du foyer. Par contre, les formes de l'approvisonnement changent radicalement; elles suivent la même évolution que celles que connurent bien des provinciaux français poussés vers les villes par l'exode rural:
"La campagne nourrit mal, en dépit ou à cause de l'auto-consommation. (...) Le paysan vient à la ville à la fois pour travailler et pour consommer." (Claudian, Serville et Trémolières 1969)
Avec l'abandon de l'auto-consommation est rendue possible la diversification alimentaire selon un

modèle qui est exogène parce que urbain dans le cas des ruraux français, parce que urbain et français dans le cas des ruraux maghrébins.

Dans ce sens, les rapports d'acculturation vécus en France et plus précisément dans la région parisienne par cette partie de l'émigration maghrébine d'origine rurale doivent s'analyser de façon tout à fait spécifique. Ils ne peuvent en aucun cas s'apparenter à ceux qui concernent la diaspora chinoise ou les populations urbaines originaires de l'Asie du Sud Est.

11 . Une domesticité à deux sexes?

Mais ces rapports d'acculturation sont également la résultante du contact entre deux modèles urbains (occidental et maghrébin) ou plus exactement de deux modes de fréquentation de l'espace urbain. En Occident, on peut en bref parler de mode mixte de fréquentation -- même si et précisément parce que certains lieux sont plus spécifiquement masculins et d'autres plus spécifiquement féminins. Au Maghreb, la fréquentation urbaine est largement dominée par le mode masculin au point que toute circulation féminine ne peut s'effectuer qu'en connaissance de son fonctionnement. Dans le domaine qui nous intéresse ici, celui de l'approvisionnement, il importe de rappeler qu'à l'encontre de nombreuses autres sociétés, il n'existe pas de marché féminin (7). Les seules ventes -- toujours à la sauvette que ce soit à Belleville ou à Tunis -- effectuées occasionnellement par des femmes sur les lieux d'un marché ou d'une concentration commerciale, concernent des produits alimentaires de confection

domestique tels les galettes ou les sucreries (makroudh). Cette absence des femmes dans les activités d'échange est cependant restreinte à l'espace public urbain; entre elles "les femmes fabriquent, vendent, achètent. Ces travaux sont souvent payés à la tâche, à la journée, et constituent un apport économique pour de nombreuses femmes." (Boulahbel 1987: 33). Et en France, on a pu constater leur prise en charge croissante du ravitaillement de même que leur participation de plus en plus fréquente dans les commerces tenus par leur mari (épicerie, primeurs...) (Rapport Raulin 1986).

Mais, si nous tentons quelques hypothèses sur la nature de l'altérité culturelle dans ce domaine, si nous en proposons quelque ideal-type nécessaire à sa compréhension, il s'avère que, dans la tradition maghrébine, la domesticité n'est véhiculée à l'extérieur que par les hommes. Eux seuls constituent l'articulation de la sphère domestique dans l'espace public. Ils la représentent sur cette scène mais aussi ils la ravitaillent. Ils sont les acteurs de ce double mouvement vers l'extérieur et vers l'intérieur. L'espace urbain n'est pas seulement le territoire d'une sociabilité masculine; il est aussi celui d'une gestion masculine de la domesticité. Si les femmes en sont exclues, elles apparaissent par contre gestionnaires de l'intra- et de l'inter-domesticité. Autrement dit, elles gèrent *intra muros* leur domesticité et les affaires qui concernent les relations entre celle-ci et d'autres unités sociales identiques.

Dans cette mesure, on peut considérer que la vie du groupe domestique (que celui-ci désigne la famille nucléaire immigrée en France par exemple, ou la famille élargie de la maison kabyle) est doublement prise en charge par les hommes et par les femmes, avec une très grande spécialisation respective. Aussi ne peut-on que suivre D. Schnapper quand elle déclare que "l'attachement aux pratiques alimentaires, que manifestent tous les migrants, vient aussi de ce que l'élaboration culinaire est, dans nos sociétés, partie intégrante du rôle de la mère." (Schnapper 1986;154) Et dans ce cas précis, cet attachement ne serait-il pas relatif à l'ordre domestique, incluant dans des mouvements conjugués, les fonctions paternelles et maternelles ?

A quoi ressemblerait alors le non-respect de cet ordre ? C'est à un vieil émigré qu'il revient de le dire:

"J'ai tout vu en France. J'ai même vu des femmes arabes manger des sandwichs dans la rue, dans l'autobus, dans le métro, comme des Françaises, les cheveux déchirés (coupés), et même elles sont en baskets. Mais comment, c'est plus des Arabes, c'est des "roumis" (occidentales).

Ultime réaction devant un état de fait dont lui-même participe (ou a participé avant la retraite) sciemment:

"Oui, c'est vrai, j'ai mangé du porc, j'ai bu du vin, j'ai porté une cravatte, un costume, j'ai dansé, je buvais de l'anisette. J'étais dans le coup."

Notes:

(1) Comme le dit très justement M. Chiva: "Plus c'est innée, plus c'est acquis".

(2) C. Delphy (1975) a mis en lumière ce phénomène de "partage inégal" selon le statut de chaque membre de la famille, son âge, son sexe...

(3) Pour de plus amples détails sur cette dernière question, voir le Ch. "Scènographie des commerces asiatiques" in Rapport Raulin 1986.

(4) Les Asiatiques ne consomment traditionnellement aucuns laitages. La sauce tomate -- assaisonnement méditerranéen caractéristique -- est exclue de la cuisine asiatique.

(5) Ainsi pour Gans, à chaque sub-culture sociale correspond un fonctionnement particulier de l'unité familiale: la "lower-class sub-culture" se caractérise par le rôle dominant des femmes et celui marginal des hommes; la "working class sub-culture" connaît la fonction dominante du cercle familial; la "middle-class sub-culture" est construite autour de la famille nucléaire; la "professional upper-middle classe sub-culture" est aussi construite autour de la famille nucléaire mais fait une large place au fonctionnement individuel de ses membres. Il serait intéressant -- tout comme le fait Gans -- de comparer les sub-cultures sociales et ethniques, et de saisir les incidences des unes sur les autres.

(6) Cette compréhension du phénomène a suscité une proposition d'autorisation d'abattage rituel dans les fermes de production en France, cf. Le Monde, 24-25 juillet 1988. D'autres presses, tunisiennes en l'occurrence, peuvent s'émouvoir de la dérangeante ruralité de la fête:
"Une semaine avant l'Aïd, c'est la campagne dans les villes ! Tunis sent l'étable. Et si l'odeur ne suffit pas, les bêlements répétés vous le rappellent. Comme le Petit Poucet avec ses cailloux, vous pouvez vous diriger vers les villas, les appartements, même de haut standing, sur leurs marches, dans leur ascenseur, par le chapelet de la crotte des ovins, ou les brindilles de leur foin malpropre. (...) Mais quelle municipalité, si musclée soit-elle, peut nettoyer nos rues avant (passe encore !) mais surtout après le sacrifice quand chaque maison, chaque appartement dans les immeubles se sont transformés en abattoir avec des tas d'immondices sanguinolentes après que les boyaux eurent été vidés. C'est plus que ne peuvent contenir nos poubelles, qui débordent ou nos canalisations qui se bouchent. C'est plus que peuvent nettoyer nos éboueurs..." (sous la plume de H. Balegh, Le Renouveau, 26 juillet 1988.

(7) Une des préoccupations des Soeurs Blanches missionnaires en Kabylie fut de créer des marchés propres aux femmes. Ce qu'elles ne réussirent à accomplir que dans un seul village (Raulin 1974).

Bibliographie:

Bahloul J, 1986, "Rites domestiques et ethnicité; les repas de fêtes dans les familles juives nord-africaines en France", Dialogue, n° 91,

Bonacich E, 1973, "A Theory of Middleman Minorities", American Sociological Review, 8, trad. I, Joseph,

Boulahbel Y, 1987, "Activité souterraine des femmes algériennes", Le groupe familial, n° 114,

Bourdieu P, et Sayad 1964, Le déracinement; la crise de l'agriculture traditionnelle en Algérie, Paris, Ed, de Minuit,

Bourdieu P, 1979, La distinction; Critique sociale du jugement, Paris, Ed, de Minuit,

Calvo M, 1982, "Migration et alimentation", Information sur les sciences sociales, Vol, 21, 3,

Chiva M, 1979, "Comment la personne se contruit en mangeant", Communications, n° 31,

Claudian J., Serville Y, et Trémolières F, 1969, "Enquête sur les facteurs de choix des aliments" in Bulletin de l'INSERM, T, 24, n° 5, cité in Giard L, et Mayol P, 1980, L'invention du quotidien: Habiter, cuisiner Paris, UGE,

Douglas M, 1979, "Les structures du culinaire", Communications, n° 31,

Fischler C, 1979, "Gastro-nomie et gastro-anomie", Communications, n° 31.

Fischler C, 1985, "Alimentation, cuisine et identité: l'identification des aliments et l'identification du mangeur", Identité alimentaire et altérité culturelle, Neuchatel, Actes du Colloque, Recherches et travaux de l'Institut d'Ethnologie.

Gans H.J, 1962, The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans, New York, Free Press.

Goode J. G., Curtis K. et Theophano J. 1984, "Meal Formats, Meal Cycles and Menu Negotiation in the Maintenance of an Italian-American Community", inFood in the Social Order, M. Douglas ed., New York, Russel Sage Foundation.

Grignon C. et Grignon Ch. 1980, "Styles d'alimentation et goûts populaires", Revue Française de Sociologie, XXI, 4.

Lévi-Strauss C. 1964, 1967, 1968, Mythologiques I, II, III, Paris, Plon.

Mabe B. et Roux J.P. 1981, Habitudes alimentaires de familles maghrébines en région parisienne, Paris, Comité médico-social pour la santé des migrants/ Comité français d'éducation pour la santé.

Nicod M. 1974, A Method of Eliciting the Social Meaning of Food, Master's thesis, University College, London.

Niederer A. 1985, "Recherches sur le comportement alimentaire des travailleurs immigrés italiens et turcs", Identité alimentaire et altérité culturelle, Neuchatel, Actes du Colloque, Recherches et Travaux de l'Institut d'Ethnologie.

Pétonnet C. 1985, On est tous dans le brouillard: Ethnologie des banlieues, Paris, Ed. Galilée.

Pétonnet C. 1987, "L'anonymat ou la pellicule protectrice", le temps de la réflexion, vol. VIII.

Raulin A. 1974, "Les femmes devant l'émigration masculine; le cas de la Kabylie", Espaces et Sociétés, n° 10-11.

Raulin A. 1986, "Mise en scène des commerces maghrébins parisiens", Terrain, n° 7.

Rozin E. 1973, The Flavor Principle Cookbook, New York, Hawthorn Books.

Schnapper D. 1986, "Modernité et acculturations; A propos des travailleurs émigrés", Communications, n° 43.

Sjögren A. 1986, "Le repas comme architecte de la vie familiale", Dialogue, n° 93.

Taboada-Leonetti I. et Lévi F. 1978, Femmes et immigrées. L'insertion des femmes immigrées en France, Paris, La Documentation Française, coll. Migration et Société.

Tan Y. P. 1984, "Restaurants et ateliers: le travail des Sino-Khmers à Paris", ASEMI, XV, 1-4.

CHAPITRE III

DE L'APPROVISIONNEMENT A L'ECHANGE

L'étude des modes de consommation spécifiques à des minorités d'origine étrangère présente ainsi l'intérêt de prendre en considération des pratiques qui se définissent d'emblée comme non-autarciques, de par la circulation des marchandisses qu'elles entraînent. Plus précisément, ces modes de consommation se révèlent composites du point de vue culturel. Même lorsqu' existe en France une infrastructure commerciale propre à une communauté ethnique, elle ne saurait être en mesure de répondre à l'ensemble des besoins de cette communauté. Elle peut tendre vers cet objectif et diversifier au fil des années ses services, comme on a pu l'observer dans les quartiers de concentration commerciale asiatique à Paris (1). Il n'en reste pas moins que les formes de l'approvisionnement (au sens large du terme) de cette communauté dépendent également de circuits de distribution français, ne serait-ce qu'en raison de sa dispersion géographique dans l'ensemble de l'agglomération parisienne. Ainsi, la fréquentation des hyper-marchés français, des "fast food" à l'américaine ou à l'italienne vient en partie équilibrer celle des grandes surfaces et des restaurants chinois du 13è ou du 20è arrondissements, etc.

Il apparaît donc exclu de considérer les modes de consommation et les communautés qui les développent dans des rapports d'isolement avec les autres composantes de l'infrastructure commerciale autochtone. Cependant s'il existe bien de très nombreuses interactions de fréquentation qui constituent la trame des pratiques quotidiennes, il

s'est par contre avéré nécessaire d'effectuer une distinction entre l'approvisionnement quotidien, banal et l'approvisionnement festif. Le quotidien tolère une grande diversité dans la fréquentation des établissements commerciaux ethniques et non-ethniques - de même que la vie quotidienne implique la participation des membres de la famille à de multiples groupes sociaux. Par contre le festif requiert une "authenticité" raffermie qui se marque par le recours à des établissements ethniquement définis, présentant en outre certains avantages économiques. Parallèlement, l'évènement festif se caractérise par une certaine exclusivité familiale (dans sa dimension élargie, y compris les relations d'alliance amicale).

Ainsi semble se dessiner un mode alternatif de participation culturelle, de l'univers mixte du quotidien au monde sélectif de l'évènement festif, se jouant à la fois dans l'espace et dans le temps. Cependant, et même dans le cas de la communauté chinoise dont les caractères distinctifs sont affirmés et perçus avec une acuité particulière, l'alternance est-elle aussi rigoureusement tranchée, les festivités ne souffrent-elles pas certaines recompositions en fonction de leur intégration à la société occidentale ?

1 . Consommation festive: le Nouvel An importé

Les formes de la consommation liées aux fêtes du Nouvel An chinois et vietnamien (2) présentent un cas d'extrême différenciation culturelle. Ces fêtes définissent un évènement commercial sans équivalent dans le cycle commercial annuel et se situent à la deuxième lune qui suit le solstice d'hiver (soit entre le 21 janvier et le 21 février). Seule la fête de la mi-automne possède aussi une dimension commerciale,

cependant de moindre envergure; elle a lieu le 15è jour du 8è mois lunaire, soit à la pleine lune du mois de septembre.

Cet évènement hivernal se caractèrise par le déploiement d'étalages caractéristiques, regroupés en un certain point des établissements. Ils proposent des marchandises alimentaires destinées soit à être consommées lors du repas familial qui précède le jour de l'An, soit à être offertes lors des visites familiales et amicales qui le suivent. Parmi ces marchandises se trouvent des fruits "de luxe" ou "exotiques" tels que les pommes d'Australie, les poires cristallines du Japon, les oranges de Californie; des alcools - sans exclusive de genre, du Cognac à l'alcool de riz; des gâteaux (en particulier des gâteaux de riz gluant dont la confection varie avec la tradition régionale ou nationale); et surtout des boîtes d'assortiments de fruits "confits" - la boîte étant le support par excellence des voeux de Nouvel An. Par delà l'énumération des produits, c'est l'ensemble des modalités de la consommation domestique liée à cet évènement festif qu'il importe de dégager à travers l'exposition de ses différentes séquences. Elles seront ici retracées grâce à une série de témoignages rédigés par des adolescents d'origine chinoise (3) et d'entretiens réalisés en partie dans des établissements scolaires de la région parisienne, en partie dans le cadre domestique et associatif. Il ne s'agit pas de brosser un tableau exhaustif de l'évènement mais uniquement de présenter l'agencement des aspects qui relèvent de la consommation et de l'échange, suivant la perception donnée par ces témoignages..

La fête s'ouvre quelques jours avant la fin de l'année par une grande intensification des achats de

nourriture et des marchandises évoquées plus haut, mais aussi de vêtements, chaussures et d'éléments de décoration festive (fleurs, affiches votives). Ces courses sont menées simultanément avec le grand nettoyage de la maison: *"Le 15ème jour de la 12ème lune, c'est le jour pour commencer à préparer le nouvel an chinois; mon père et ma mère débarrassent toutes les saletés de la maison. D'abord, ils débarrassent la cheminée; on dit que débarrasser la cheminée porte bonheur et après les plafonds et ensuite on lave les draps pendant deux ou trois jours...".* Cette attitude de purification se poursuit le jour de l'An par l'exigence de propreté corporelle et verbale (*"Ce jour-là, on parle une langue poliment. Les parents défendent aux enfant de dire des gros mots"*), et par l'adoption d'un régime végétarien. Elle est complétée par le renouvellement de l'apparence (rafraîchissement des coiffures, port de vêtements neufs) et celui des affiches votives qui ornent l'intérieur des maisons. Ici, l'approvisionnement participe de l'effort de renouveau annuel.

Les formes de la consommation festive subséquente sont vécues comme caractéristiques d'une circonstance définie par des échanges généralisés entre les membres de la parenté défunte ou vivante, proche ou éloignée. Ces échanges concernent exclusivement des biens en nature (nourritures), de l'argent et des voeux (écrits ou oraux). Ils sont inaugurés par ceux que la famille pratique avec ses ancêtres: le repas de veille de Nouvel An (le matin, à midi ou le soir) comporte avant toutes choses la cérémonie d'offrande de la *"gastronomie chinoise"* aux ancêtres: *Le jour du réveillon, c'est le jour où l'on mange le plus, car avant de dîner, on prépare la gastronomie chinoise qu'on offrira aux ancêtres et que l'on mangera après la prière, mais il ne faut surtout pas toucher ces*

offrandes avant de prier. Quand le moment arrive, on met toutes les offrandes sur une table. Il y a du thé, du vin, du riz chinois, des fruits et le plus important, c'est les plats, car ils sont composés de plusieurs aliments (légumes, riz, viandes...) et chaque aliment porte quelque chose, exemple: le bonheur."

Ces mets (plats de poissons, de viandes, de légumes, riz, fruits, gâteaux, alcools, thé) seront ainsi d'abord "*priés*" avant de pouvoir être consommés par la famille. Une transgression entraînerait quelque sanction mystique, le malheur. Car ce qui est explicitement attendu de la part des ancêtres, c'est qu'ils "*rendent beaucoup de bonheur et de réussite dans notre vie*". Le papier monnaie brûlé à l'issue de la prière, "*le petit cochon cuit pour la prière*" sont les termes de l'échange. Ces présents ne servent pas à racheter des fautes, ils n'ont pas de motif expiatoire, ils ont pour objet de satisfaire les besoins des ancêtres (en argent, afin qu'ils achètent quelques années de vie pour se réincarner au plus vite; en nourriture, pour éviter que leurs âmes affamées ne viennent tourmenter les vivants...).

Dans certains cas, cet échange inaugural est réalisé avec des divinités populaires de la tradition chinoise - le Bouddha ventru ou bien la trinité des personnages représentant respectivement Bonheur, Succès et Longévité - mais son principe reste explicitement le même. Les mets ainsi "*priés*" redécouvrent un sens originel, celui de l'antériorité des ancêtres et des dieux "véritables propriétaires des choses et des biens du monde. C'est avec eux qu'il était le plus nécessaire d'échanger et le plus dangereux de ne pas échanger" (Mauss, 1923-24). Grâce à ces rétributions, ils continuent d'exercer un

pouvoir bénéfique sur leur descendance, de transmettre chance, bonheur et réussite...Principe de tout culte des ancêtres, il est impératif de réactiver, à ces moments de rupture temporelle que sont le Nouvel An ou encore un décès, la pérennité des liens qui fondent la lignée en cultivant le souvenir familial: " *La prière se fait soit le matin, soit l'après-midi. Pour nous c'est le matin. Nous prions ceux qui s'étaient séparés de notre famille mais qui restent toujours dans notre mémoire. C'est pour cela que nous leur donnons des friandises, des boissons, des gâteaux...* "

Le protocole des échanges se poursuit entre parents et enfants; les adultes offrent aux enfants des enveloppes rouges, littéralement des "paquets" ou "boîtes rouges", qui "portent bonheur" et dans lesquelles sont glissés des billets, neufs bien entendu. En retour, les enfants expriment à leurs parents des souhaits de bonne année et de bonne santé. A ce cadeau offert le matin du Nouvel An peut s'ajouter un don plus symbolique fait la veille au coucher, qui entérine le passage d'une année supplémentaire dans la vie des enfants et en rend grâce.

Mais c'est au cours de ce(s) premier(s) jour(s) de l'An, à l'occasion des visites à la parenté, au voisinage et aux amis que les échanges s'intensifient. Les visiteurs apportent des fruits, des gâteaux (de confection domestique et/ou artisanale), des enveloppes rouges pour les enfants de la famille amie ou parente; ils expriment leurs voeux; ils sont invités à manger, etc. Et la conscience de ce système de dons et de contre-dons est alors parfaitement formulée: *"Les invités viennent à la maison. Quand ils arrivent, il nous disent 'Bonne Année' et nous aussi, nous leur disons la même chose. Et leurs parents nous*

donnent de l'argent, c'est comme si on échange. On mange ensemble, par exemple, ils nous invitent les repas de midi, et nous les invitons pour le dîner," Ou encore: *"Nous échangeons des clémentines, des mots comme 'bonne chance', etc. Entre amis; 'Je donne une enveloppe rouge à tes enfants. Tu donnes une enveloppe rouge à mes enfants,'"* A ce système, les célibataires et les couples sans enfants ne sont pas tenus de participer, car ne pouvant recevoir, il n'y a pas de nécessité à ce qu'ils donnent. D'autre part, ils ne peuvent être considérés comme des ancêtres en puissance.

Ces circonstances exceptionnelles où l'on "compte" les siens galvanisent la dimension symbolique de pratiques qui ne diffèrent pas radicalement du quotidien. Ainsi le repas de réveillon est marqué par une grande abondance de plats, une quantité différente de l'ordinaire qui le singularise. Cependant, *"on mange tout ce qu'on mange d'habitude, mais on donne des noms splendides à ces plats"*. Ce changement de nom traduit la réactivation symbolique. Chaque aliment qui compose les plats *"porte quelque chose"* et *"tous les noms de plats doivent avoir les mots de bonheur, d'argent, de longue vie, etc. "*. Il apparaît essentiel que ces noms soient prononcés au moment de la consommation des aliments, essentiel que *"comme en Chine, on chante les mots du bonheur."*

La force des noms n'a d'égale que celle des caractères écrits, et la décoration des maisons (et celle des commerces, cf. Raulin, à paraître) repose en grande partie sur l'affichage des voeux. Après le nettoyage général chargé de chasser les mauvais esprits, *"on colle les feuilles rouges sur lesquelles sont écrits les mots qui portent chance et argent, bonheur, longue vie, etc. "* Tout comme les enveloppes

rouges, ces affiches imprimées comportent en outre de nombreuses images symboliques: les dragons, animaux bénéfiques; les poissons (carpes, homophones de "bénéfice"); les pivoines, fleurs de la richesse; les branches de pin, symbole de longévité; les clémentines qui, homophoniquement portent chance, etc., etc. Ou bien on confectionne des affiches votives en écrivant les mots nécessaires sur des papiers rouges - rouge couleur de la vie et de la richesse. Ici encore, les mots ne signifient pas, mais ils *"portent"*, ils ne disent pas, ils font... Ce caractère performatif des mots de Nouvel An est explicité par une de ses légendes: un village se trouvait sous la menace permanente d'un géant du nom de "An" qui chaque jourdévorait un de ses habitants. Un dieu mis au courant de ce fléau combattit le géant qui s'enfuit dans la montagne et se terra au fond d'un trou: *"le dieu l'a poursuivi jusqu'au trou, il a collé deux bandes de papier sur le trou, sur lesquelles il y a des paroles magiques. Et le géant ne peut plus sortir et s'endort pour toujours."* Depuis, on célèbre chaque année cette victoire contre le mal acquise "à la force des symboles".

En terme général, chaque élément en usage ces jours là "porte quelque chose", de par sa couleur (les enveloppes rouges , les fleurs jaunes - jaune couleur suprême, de la terre, du progrès..., vendues pour l'occasion, etc.), de par sa forme (les boîtes ou paquets, qui sont concrètement les plus propices à 'apporter' quelque chose; les nouilles longues censées garantir la durée de l' année), ou de par son nom: le nom d'un des gâteaux de Nouvel An n'est-il pas homophonique de "réunis" (sachant que les homophonies constituent une des ressources symboliques les plus usitées)...

Les conditions de la réactivation symbolique sont socialement créées par l'union familiale réalisée pour l'occasion. La présence physique de tous les membres de la famille dans la maison des ascendants paternels est présentée comme un impératif, en particulier au regard des ancêtres dont on attend - par la prière et la commensalité - de *"recevoir du bonheur"*: *"La veille du Nouvel An, toute la famille, mon oncle, mon grand-père... doit faire la prière et manger ensemble. (...) Avant de prier, on doit attendre que toute la famille soit dans la maison -- même si on est loin de la famille, il faut que l'on revienne pour ce jour."* Le bonheur se confond dans le fait d'être tous ensemble, et la mélancolie que suscite l'exil s'exprime à cette occasion dans le souvenir de l'époque où *"tous ensemble réunis le jour de la fête, on était vraiment heureux"*. La réunion voit aussi l'occasion de réaffirmer, par la préséance commensale, certaines hiérarchies entre les membres de la famille, ancêtres et vivants, parents et enfants...*"On prépare la gastronomie chinoise que l'on offrira aux ancêtres et que l'on mangera après la prière, on ne doit pas y toucher avant la prière, et pendant que l'on prie, on met des bâtons d'encens devant les ancêtres (...) On mange quand on veut, sauf quand les parents prient, on n'a pas le droit de manger avant les parents, il faut que les parents mangent les premiers."*

Cet ordre social procure les conditions de possibilité de la manifestation symbolique liée à cette époque de renouveau annuel. Celle-ci définit par exemple la valeur des actions avant et après (ainsi balayer la maison avant le Nouvel An est bénéfique, le faire après *"balaye les chances, balaye l'argent"*); elle permet de faire la part de l'ancien et du nouveau, du mauvais et du bon. Elle ordonne en retour le sens des choses.

Enfin, dans cette chaîne ordonnée de l'échange interviennent le hasard et le jeu. Le nouvel An est marquée par une licence exceptionnelle du jeu - du soir du Nouvel An jusqu'à son troisième jour, en tous cas pour les enfants. Jouer aux cartes, ou aux dés, apparaît comme un divertissement nécessaire, une de ces activités par laquelle l'"ensemble" de la famille se manifeste. Les mises en argent sont de l'ordre de quelques francs, mais elles engagent immédiatement une forme de circulation des dons reçus (avec une certaine discrétion quant aux sommes grâce aux" *enveloppes rouges dans lesquelles l'argent est caché*"). Si le jeu constitue "un moyen comme un autre d'assurer la circulation des biens entre les individus et les groupes familiaux et, à long terme, l'égalisation des fortunes" (C. Bromberger et G. Ravis-Giordani, 1987: 133), c'est ici l'apprentissage de cette pratique dont on fait l'expérience: *"Les deuxième et troisième jour de l'an, nous avons rendu visite à des familiales, des amis, des voisins... Et eux, il nous ont rendu la visite aussi et ils m'ont donné des 'paquets rouges'. J'ai reçu à peu près 1000 F car mes parents ont beaucoup de familiales et d'amis. J'ai dépensé cet argent en jouant aux cartes, en sortant avec les amis, il ne m'est resté que 500 F."* Ces jeux de Nouvel An donnent aussi le ton de la chance pour l'année: que l'on gagne ou que l'on perde, l'année est bien ou mal partie... De façon générale, les comportements de ces premiers jours augurent de ceux de l'ensemble de l'année.

Les formes de la consommation et de l'échange festifs sont ainsi régulées par une série d'impératifs explicites dont les mobiles sont implicitement articulés autour des valeurs les plus profondes du groupe familial. L'adhésion, voire l'émotion percent dans l'ensemble de ces témoignages, souvent empreints

de nostalgie; si l'abondance alimentaire est supérieure en France à ce qu'elle était à la fin des années 1970 dans les divers pays d'origine (Cambodge, Vietnam, Laos) de cette diaspora chinoise ou de ces exilés vietnamiens, la difficulté d'"être ensemble" est largement notée, comme l'est la solitude de l'enfant chinois qui continue d'aller à l'école en ces temps de fête, car c'est une période de trois jours de repos, de vacances commerciale et scolaire que s'accorde en France cette communauté (en Asie du Sud Est, ces vacances annuelles pouvaient durer quinze jours).

2 . Interactions des fins d'année en France

Si cet évènement festif constitue un temps de différenciation culturelle particulièrement prononcée au cours de l'année, est-ce dire qu'il prévient toute attitude de participation aux rituels occidentaux de fin d'année ?

Il semble au contraire que les formes de la consommation et de l'échange décrites plus haut prédisposent à l'adoption de fêtes autochtones et en particulier de celle de Noël. La décoration commerciale des quartiers chinois à cette époque de l'année, et spécialement celle de la Petite Asie du 13è arrondissement de Paris, en est un premier indice; les grandes surfaces et nombre de restaurants arborent l'imagerie de Noël (houx, bonshommes de neige, paquets-cadeaux, pères Noël peints sur les vitrines, sapins décorés...) et ses voeux parfois mêlés de symboliques chinoises (double-coeur, souhaits de bonheur). Cette exhibition n'est pas à la seule intention de la clientèle occidentale; elle s'adresse aussi à ces familles chinoises dont la coutume est de fêter Noël.

Toutes ne le font pas. Parmi celles qui le fêtent, un grand nombre le fait "à la chinoise" et convie toute la famille au restaurant (4), comme il est de coutume de faire pour maintes cérémonies familiales (réception d'amis, anniversaires, noces...); d'autres se retrouvent entre ami(e)s *"au dancing"* d'un des multiples clubs de résidents asiatiques. Ou encore, Noël peut être célébré à domicile; dans ce cas, outre la *"gastronomie chinoise"*, il inclut souvent des spécialités françaises (huîtres, bûche, champagne...). Ces manifestations avaient déjà lieu au Vietnam et en général dans les pays du Sud Est asiatique touchés par la colonisation, plus systématiquement chez les familles converties au catholicisme. En France, l'adoption de Noël ne se fait pas en fonction de la religion. Les facteurs d'incitation ressortent d'une part du milieu professionnel des parents - travailler dans une entreprise française expose à l'influence des collègues, d'autre part de la qualité des rapports entre enfants et parents: il faut que les parents acceptent de se laisser convaincre, et certains enfants disent *"ne pas oser"* proposer une telle innovation festive.

Cette célébration de Noël concerne la famille proche, relativement restreinte (famille nucléaire agrémentée de quelques collatéraux ou ascendants). En France, elle fait une large place aux dons en biens de consommation (vêtements, vidéo-cassettes, livres, jouets; voitures à télécommande, poupées, bicyclettes...), éventuellement en chèques (à concrétiser selon les goûts) et réserve un succès certain au sapin de Noël; souvent dressé dans les foyers, il sert la remise des cadeaux. La crèche peut être exposée, par jeu, sans pour autant que l'on partage la foi chrétienne... Les dons vont des parents aux enfants (et selon leur âge, des enfants aux

parents); ils s'étendent à la parenté présente pour l'occasion mais ne font pas l'objet d'un échange généralisé. Aucune visite à la famille élargie, aux amis et aux voisins ne suit la festivité. De cette façon, on peut se demander si cette fête n'introduit pas une célébration de la famille nucléaire telle qu'elle est vécue en Occident, c'est à dire à l'insu de ses participants à en lire T. Caplow (1986: 46) qui a intensivement étudié la pratique dans une ville moyenne des Etats-Unis: "Les gens de Middletown n'ont aucune perception consciente du fait que l'arbre de Noël est un symbole et une célébration de la famille nucléaire complète: père, mère, et un enfant ou plus. Ceux à qui nous avons suggéré cette interprétation ont eu l'air de s'en irriter".

Cependant, les fêtes de Noël peuvent aussi être l'occasion de marquer la relation avec certaines personnalités françaises fréquentées dans les institutions - par exemple, cadeaux (chocolats, artisanat chinois, vêtements lorsque les mères travaillent dans la confection) aux enseignants dans les établissements scolaires, un usage au demeurant de plus en plus abandonné par les élèves français.

Enfin, elles induisent certains remodelages rituels des fêtes du Nouvel An asiatique: ainsi le renouvellement vestimentaire aura tendance à s'effectuer à l'occasion de Noël (5), cependant que les étrennes en argent restent le fait de la célébration de la nouvelle année lunaire. Les établissements de commerce asiatique attestent de cette évolution: pour n'en donner qu'un exemple, l'hyper-marché Tang Frères, pivot de l'activité commerciale de la Petite Asie du 13ème arrondissement, déploie de la mi-décembre à la fin février une vaste banderolle lumineuse souhaitant *"Bonnes Fêtes"* à sa

clientèle. Des affiches peintes exposées à l'entrée du magasin désignent la fête en cours; à l'époque de Noël, un sapin copieusement décoré abrite force paquets-cadeaux, une façon de rappeler qu'il n'est pas interdit d'offrir à Noël des marchandises asiatiques (telles que cassettes, porcelaine, électro-ménager, etc.). Cette mise en scène commerciale festive "à entrées multiples" ne s'est pas réalisée tout d'un coup; elle s'est affirmée au fil des ans, prenant des allures de plus en plus visibles, de plus en plus explicites, s'appropriant non seulement les devantures des magasins mais aussi la rue.

3 . Le consumérisme contre l'échange ?

A première vue, cette interaction des fêtes de fin d'année semble jouer sur les contrastes de deux traditions présentant peu de caractères communs. Cependant, une mise en perspective diachronique des coutumes françaises, telle que l'a réalisée F. Lautman, révèle des convergences manifestes. En effet, l'exotisme asiatique se ternit quelque peu lorsque l'on considère les normes festives françaises encore en vigueur au cours du 19ème siècle. A cette époque, l'échange (en nature, en espèce, et en voeux) s'effectue exclusivement le jour de l'an et suit le protocole explicite d'une hiérarchie sociale clairement énoncée: "Les voeux vont des inférieurs aux supérieurs, des femmes aux hommes, des jeunes aux vieux, des employés aux employeurs. Les étrennes sous leurs deux formes, cadeaux et gratifications, vont en sens inverse des supérieurs aux inférieurs, des parents aux enfants, des gens âgés aux plus jeunes, des bourgeois aux fournisseurs ou domestiques." (F. Lautman, 1986: 173) La réaffirmation des liens sociaux par la généralisation ponctuelle de l'échange

correspondait effectivement à la rupture temporelle de la nouvelle année.

Il serait certainement intéressant de poursuivre la comparaison entre les symboliques rituelles des fêtes de l'hiver occidentales et asiatiques - en particulier dans leur dimension païenne respective: symbolique des couleurs, des végétaux, rapports avec les ancêtres, pratique d'accumulation de nourriture, décompte des bonnes et mauvaises actions, aspects carnavalesques et ludiques, quêtes (6), clôture des séquences rituelles par une fête de la lumière (d'une part la Chandeleur, d'autre part la fête des Lanternes), etc. Mais seules les questions relatives à l'échange et à la consommmation retiendront ici l'attention.

En France, le transfert de date pour la remise des cadeaux s'est réalisé au tournant du siècle, alors que les grands magasins développaient le thème publicitaire du Père Noël. Pourquoi l'introduction d'une fête consumériste devait-elle s'affranchir des pratiques symboliques du nouvel an, comment devait-elle finalement oblitérer la notion d'échange ? Certains éléments de réponse peuvent être avancés, qui se situent à l'endroit de la rencontre entre une idéologie de la famille nucléaire - beaucoup plus prégnante que sa réalité (Segalen, 1981: 94) et une expression consumériste.

Le lieu de la fête de Noël est en effet désigné comme celui de la famille restreinte: elle engage par définition la célébration de liens sociaux entre inégaux (parents/enfants, sur plusieurs générations). En réalité, cette célébration s'étend le plus souvent au delà de la famille nucléaire (par assimilation de collatéraux ou d'amis) mais elle en respecte le

modèle. Dans ce contexte, il ne peut être question d'échange mais de *cadeau* suivant une règle de réciprocité inégale: "Dans ce système de cadeaux on doit faire (individuellement ou de façon groupée) au moins un cadeau de Noël par an à ses père, mère, fils, filles, ainsi qu'aux conjoints actuels de ces personnes et à son propre conjoint," constate Caplow, qui souligne que les cadeaux rendus n'ont pas à être de valeur égale à ceux qui sont donnés. Seuls les cadeaux entre frères et soeurs doivent conserver un certain équilibre mais aussi ils sont facultatifs et non essentiels au rituel. Enfin et surtout, le cadeau se doit de rendre compte de la spécificité de la relation, de la singularité du donneur et du receveur; en tous les cas, il est vécu comme tel, c'est à dire comme une expression "entre deux personnes" - même si, à l'analyse sociologique, se révèlent tout un ensemble de normes scrupuleusement respectées par les individus (Caplow: 50). Cette pratique du cadeau de Noël relève de cette façon d'un "expressionisme consumériste" si l'on peut dire: chaque individu, chaque groupe cherche à construire son sens social et culturel à travers des pratiques de consommation qui le distinguent et sont censées l'exprimer (Raulin, 1987).

Par opposition, on a vu que la caractéristique de la fête de Nouvel An asiatique est d'aligner sur le même modèle les formes de gratifications de tous les "mariés" envers les enfants, qu'il s'agisse des parents, des oncles et tantes, des amis, des voisins... Les sommes en argent varient avec le degré de parenté, d'affinité et de fréquentation, mais c'est une variation de quantité et non de qualité: à cette heure de la rupture temporelle annuelle, les liens sociaux se réaffirment en manifestant un certain principe d'équivalence. Les dons et contre-dons entraînent, outre la circulation de l'argent

(équivalent général par excellence), la circulation des voeux et des nourritures selon des normes stéréotypées traduisant un langage symbolique unique et commun à tous les membres de la communauté.

La communauté asiatique de Paris apparaît avoir la capacité (économique et culturelle) de cumuler deux types de pratique festive de fin d'année selon une reformulation séquentielle originale. D'une part, elle préserve les rites d'échange traditionnels entre générations, entre collatéraux, entre familles amies et voisines. A l'intention de cet évènement festif, les besoins en consommation sont largement accrus - en particulier dans le domaine alimentaire et vestimentaire, mais ils sont en quelque sorte absorbés par l'échange et les pratiques symboliques qui les traitent socialement. Dans ce contexte, la consommation exprime "moins" que l'échange, elle lui est soumise dans sa signification sociale.

D'autre part, elle tend à adopter, dans une proportion non négligeable, une pratique festive consumériste. Ici, la consommation est le mode d'expression direct des liens sociaux, elle les traduit en objet: "ce qui est consommé, ce ne sont jamais les objets, mais la relation elle-même (...), c'est *l'idée de la relation* qui se consomme dans la série d'objets qui la donne à voir." (Baudrillard, 1968: 234). Dans ce cas, la consommation domine l'échange social qui perdure néanmoins sous la forme d'un non-dit.

Cette participation à un évènement festif (en l'occurrence français) traduit une forme d'assimilation culturelle réalisée en partie sous l'influence des collègues, en partie sous la pression des enfants. Mais elle découle aussi d'une intégration

à tout un système économique et social, occidental à l'origine mais aujourd'hui de plus en plus international. Cette évolution est certainement celle de bien d'autres minorités urbaines demeurant en France; dans le cas de la communauté asiatique, les traits en sont sans doute plus fortement apparents du fait de l'importance de leur propre infrastructure commerciale, et de leur capacité à concilier ouvertement des pratiques culturelles a priori antinomiques, selon une dynamique spécifique. En effet, il apparaît que plus la fête du Nouvel An s'affirme publiquement - par des manifestations commerciales et associatives (comme la Danse du Lion, cf. note 6), plus la participation aux fêtes de Noël peut s'afficher de la même façon. On se trouve ici devant le cas de figure d'"un mécanisme de maintien des frontières (inter-ethniques) extrêmement efficace" tel que l'a analysé F. Barth. A condition que les "différences culturelles soient importantes et complémentaires (...) et qu'elles soient standardisées au sein du groupe ethnique", "à ces conditions, ces groupes ethniques peuvent effectuer des adaptations réciproques stables et symbiotiques; les groupes voisins deviennent une partie de l'environnement naturel" (Barth, 1969: 19). Aussi cette adoption festive de Noël ne traduit-elle pas un affaiblissement de la célébration du Nouvel An asiatique mais au contraire sa stabilisation dans un contexte toujours étranger mais apprivoisé.

Notes:

(1) A l'origine, à la fin des années 1970, les spécialisations commerciales de la Petite Asie du 13ème arrondissement de Paris concernaient la restauration, la bijouterie, l'épicerie (et la confection). Aujourd'hui, elles englobent la vidéo, le sport, le prêt-à-porter, l'esthétique, l'organisation des voyages (en France et à l'étranger), l'hôtellerie, etc. (cf. Raulin, 1988)

(2) Fête du Printemps pour les Chinois, du Têt pour les Vietnamiens, célébrées à la même date.

(3) Grâce à la collaboration de Monique Signoles, professeur de français dans des classes d'accueil linguistique du Collège Camille Claudel (13ème arrondissement).

(4) Le 14 juillet est également célébrée au restaurant (chinois) par de nombreuses familles. Cette adoption de la fête nationale française tient aussi au fait qu'elle autorise exceptionnellement les pétards; ceux-ci font partie intégrante du rite de la Nouvelle Année chinoise, et les adolescents regrettent amèrement de ne pouvoir en jouer autant qu'ils le désireraient à cette occasion-ci. C'est une des raisons du succès de la Danse du Lion, quête-procession qui va de boutique en boutique échanger des voeux contre des étrennes, chassant les mauvais esprits avec force pétards.

(5) Le vêtement est aussi le cadeau de Noël le plus répandu dans la population française (Herpin et Verger, 1985)

(6) La Danse du Lion (cf. note précédente) atteste du caractère général et public de l'échange à l'occasion

du Nouvel An chinois. Elle s'est reconstituée en France en milieu urbain, par le canal de l'action associative, alors que toutes les formes de quêtes publiques autochtones (tournées du Jour de l'An ou de la Fête des Rois, cf. Lautman, 1986) ont disparu, signant ainsi la privatisation familiale des fêtes de fin d'année dans ce pays.

Bibliographie:

Barth F., 1969, Ethnic groups and boundaries, Boston, Little, Brown & Cy.

Baudrillard J. , 1968, Le système des objets: la consommation des signes, Paris, Gallimard.

Bromberger C. & Ravis-Giordani G., 1987, "Penser, agir et jouer avec le hasard", Ethnologie Française, 17, n° 2/3.

Caplow T., 1986, "Les cadeaux de Noël à Middletown, ou comment faire respecter une règle sans pression apparente", Dialogue, n° 91.

Herpin N. et Verger D., 1985, "Flux et reflux: l'échange des cadeaux en fin d'année", Economie et Statistique, n° 173.

Identité alimentaire et altérité culturelle, 1985, Neuchatel, Recherches et Travaux de l'Institut d'Ethnologie.

Lautman F., 1986, Crèches et traditions de Noël, Ed. de la Réunion des Musées Nationaux.

Mauss M., 1923-24, "Essai sur le don; Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques", L'Année Sociologique, T. 1.

Raulin A., 1987, "Où s'approvisionne la culture ?" in Chemins de la ville, J. Gutwirth et C. Pétonnet eds., Paris, Ed. du CTHS.

Raulin A., 1988 (sous presse), "Espaces marchands et concentrations urbaines minoritaires - La Petite Asie de Paris" in Cahiers Internationaux de Sociologie.

Segalen M., 1981, Sociologie de la famille Paris, A. Colin.

ANNEXES

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Age _____ Sexe _____ Commune d'habitation

Département N°

Etes-vous né(e) en France ?
au Vietnam ?
ailleurs ?

Combien de frères et soeurs avez-vous ?

Habitez-vous avec vos grands-parents ?

Parlez-vous un dialecte chinois ? le Vietnamien ?

Comment votre famille s'approvisionne-t-elle ?

- dans la ville où vous habitez ?
- dans un centre commercial ?
- au marché ?
- dans une grande ville voisine ?
- à Paris ?
  - . dans le 13ème arrondissement ?
  - . à Belleville ?
  - . ailleurs ?

- quels magasins d'alimentation votre famille fréquente-t-elle en priorité
  - . pour le riz ?
  - . pour la viande ?
  - . pour le poisson ?
  - . pour les légumes et les fruits ?
  - . pour la patisserie ?
- combien de fois fait-elle les courses
  - . par semaine ?
  - . par mois ?
- qui fait les courses ?

Combien de fois par mois allez-vous au restaurant avec votre famille ?

. dans quels restaurants ? Vietnamiens ? Laotiens ?
Chinois ? Autres ?
Français ?

. à quelles occasions allez-vous au restaurant ?

. à quelles occasions allez-vous dans les restaurants du 13ème ?

. quels sont vos restaurants favoris ?

Allez-vous au cinéma ORIENT-CINE dans le 13ème ?

. avec qui ?
. combien de fois par an ?

Votre famille achète-t-elle des livres ou des revues vietnamien

. lesquels ?
. où ?

Et vous-même ?
. lequels ?

Votre famille achète-telle des vidéo-cassettes asiatiques ?

. thaïlandaises ?
. chinoises ?
. vietnamiennes ?
. autres ?

Et vous-mêmes ?

Votre famille achète-t-elle de la bijouterie dans les commerces asiatiques ?
. à quelles occasions ?

Achète-t-elle des objets rituels ? (statuettes, autels, encens, bougies, papier doré, affiches....)
. régulièrement ?
. à certaines occasions ? lesquelles ?

Votre famille se fait-elle coiffer chez les coiffeurs asiatique du 13ème ?

Et vous-même ?

Merci d'avoir bien voulu répondre.

ĐẠI NHẠC HỘI
và Khiêu vũ

THÚY NGA

Nhà Hàng TIKOC
13, place Vénétie
Centre Commercial Massena 13
Avenue de Choisy 75013 Paris

Từ 13 giờ đến 18 giờ 30

Trưa CHỦ NHẬT
26/10/1986

Trưa THỨ BẢY
01/11/1986

TRACT COMMERCIAL

CO-ORGANISATEURS DU SPECTACLE
TIKOC (restaurant)
THUY NGA (sté de prod. musicale)

KHÁNH LY
GIAO LINH
ELVIS PHƯƠNG
KIM ANH
PHƯƠNG HỒNG NGỌC
PHƯỢNG MAI . QUỐC ANH

KHÁNH LY
GIAO LINH
KIM ANH
HANH PHONG
PHƯƠNG HỒNG NGỌC
PHƯỢNG MAI . MINH ĐỨC
QUỐC ANH

Ban nhac trẻ Xuân Vinh

Orgue và Piano : Xuân Vinh và Jules Tampicanou
Saxo : Nhật Lý - Jean Jacques Charles
Trống : Thanh
Basse : Alain
Guitare : Thanh Sơn

Giá cho trước tại :
THÚY NGA
44 avenue d'Ivry 75013 Paris

CLUB 99 LỚP DAY VŨ
99 Bd de l'Hopital PARIS 13
Métro Saint Marcel
Tel 45 85 65 19

CÓ THÍCH :

- Giữ luôn luôn kheỡ mạnh trong lúc chuyên một môn thể tháo trẽ và vui nhộn ;
- Phát triển vẽ đẹp cá nhân, oai vê, dễ dại trong chung đung ;
- Giãi khuây nhẹ nhàng trong không khí dễ cam.

Nhủng anh chị có thể dễ dàng thủc hiện nhủ trên nếú anh chị

HỌC VŨ GIOĨ !

Nhủ vậy, chỗ nên để mất môt phút nào ! Nên tìm hoĩ !

Lỗp chung (Rock, Valse, Tango..)
bật nhứt Thủ hai 19h30 Thủ bay 14h
bật nhì Thủ hai 20h45 Thủ bay 15h
Bai đặc biệt xin hẹn trủốc.
Có thể đến dú miễn phí một buổi học để tìm hiểu.

CLUB 99 COURS DE DANSE
99 Bd de l'Hôpital PARIS 1
Métro St Marcel
Tel 45.85.65.19

Aimeriez-vous:

- Garder toujours la grande forme en pratiquant un sport jeune et amusant;
- Améliorer votre charme personnel, votre élégance, votre aisance en société;
- Vous distraire agréablement dans une ambiance sympathique ?

Mais vous pouvez facilement réaliser tout cela si vous

APPRENEZ A BIEN **DANSER !**

Alors... ne perdez plus une minute!
Renseignez-vous!

Cours d'ensemble (Rock,Valse,Tango.
1er degré Lundi 19h30, Samedi 14h
2e degré Lundi 20h45, Samedi 15h
Leçons particulières sur rendez-vou.
Vous pouvez venir assister graciausement à un cours à titre d'information.

LES COURS DE DANSE CIBLENT UNE NOUVELLE CLIENTÈLE ETHNIQUE
(cf. tract commercial p. suivante)

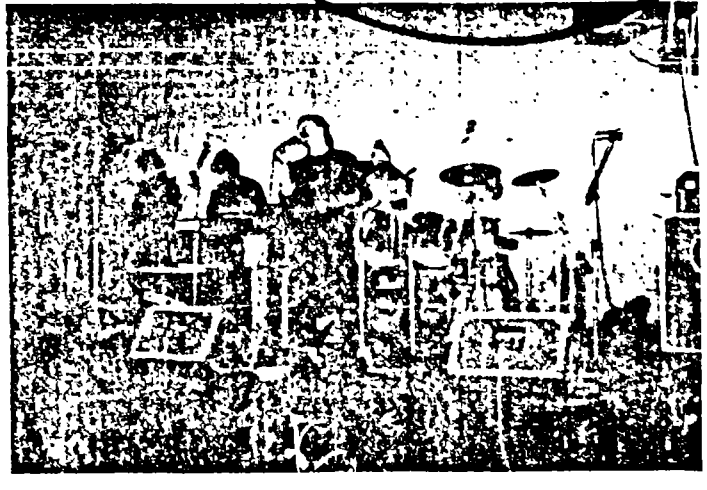
Cung Chúc Tân Xuân

Cung Chúc Tân Xuân

ĐÊM DẠ VŨ
TẾT GIÁO THỪA BÍNH DẦN 1986

THỨ BẢY 08/02/86 từ 19 giờ đến 04 giờ sáng

tại nhà hàng
ĐẠI ĐÔNG KHÁNH
Centre Commercial Masséna 13
Avenue d'Ivry
Entrée Villa d'Este - 1er étage
Tél. : 45.83.32.87 ● 45.84.52.77



CHỦ NHÂN KÍNH MỜI

Giá vé **220 F** mỗi phần ăn
nước ngọt, nước suối,
1/4 Champagne miễn phí

Với hai ban nhạc :
THE PACIFIC
BLUE JETS
lừng danh nhứt Âu Châu

Cùng các Ca sĩ
MINH ĐỨC
MINH PHƯỢNG
ANH SƠN
PAOLO TUẤN

và một màn
SEXY SHOW
thật hấp dẫn

ĐẶC BIỆT LẦN ĐẦU TIÊN TẠI PARIS

chúng tôi tổ chức một cuộc dự thi giải thưởng khiêu vũ

ĐIỀU KIỆN DỰ THI

- Chỉ nhận 20 cặp ghi tên sớm nhất
- Mỗi 5 cặp sẽ nhảy một điệu
- 4 cặp vào chung kết sẽ nhảy liên tục 4 điệu Cha Cha Cha - Valse - Tango - Be Bop
- Ban Giám khảo do các vũ sư : ông HUẤN Chị CECILE đảm trách
- Phần nhạc đệm : ban nhạc BLUE JETS
- Xin ghi tên ngay tại địa chỉ HỒ DUNG dưới

Mọi thư từ, giao dịch xin liên lạc
Ông HUỲNH
20, Av de Choisy
Apt 206 - 75013 PARIS
Điện thoại : 45 83 81 79

Chương trình khiêu vũ Chủ Nhật hằng tuần vẫn liên tục với ban nhạc
BLUE JETS
cùng các Ca sĩ :
ANH SƠN ● MINH ĐỨC ● MINH PHƯỢNG
Vé vào cửa : **60 F.**

Vé có bán tại :

Thẩm mỹ viện THÚY UYÊN
44 av d'Ivry - 75013 PARIS
Điện thoại 45 85 92 53

HIFI QUALITE
44 av d'Ivry - 75013 PARIS
Điện thoại : 45 70 78 48

Salon de Thé HỒ DUNG
44 Av d'Ivry - 75013 PARIS
Điện thoại : 45 70 80 13

Tiệm vàng VIETNAM
Rue Monge - 75005 PARIS
Điện thoại : 43 54 91 81

tại Sarcelles :
Anh Chị Jo
7 place Jean Charcot
SARCELLES
Điện thoại 34 19 18 15

PHÒNG-TRÀ

Roger PASCHY
Kính mời - présente

PIANO BAR

LAS VEGAS

CLUB PRIVÉ

酒廊夜総會

MARY LINH

NGỌC HẢI

ANH SƠN

Phòng trà Việt nam duy nhất tại Paris với một khung cảnh thật lộng lẫy và ấm cúng.

Chương trình hàng tuần được đảm trách với nhiều tiết mục mới lạ và thay đổi thường xuyên

ĐẶC BIỆT : Xuất Matinée trưa chúa nhật

Bằng Nhạc **LAS VEGAS**
ORCHESTRE

L'unique cabaret Asiatique à Paris

PROGRAMMES VARIÉS

CADRE LUXUEUX

AMBIANCE ROMANTIQUE

Một màn SEXY SHOW hàng tuần

Ouvert : Vendredi - Samedi - Dimanche de 21 h 30 à 2 h 00
Mở cửa : Dimanche matinée de 15 h 00 à 19 h 00
et jours fériés

44, Avenue d'Ivry - 75013 PARIS - Centre OSLO

COMITE D'ACTION CONTRE LES BASES DE RAVITAILLEMENT DU VIETCONG

119 Avenue de Choisy. 75013 PARI:

TRACT POLITIQUE INCITANT AU BOYCOTT DE VIETNAM-DIFFUSION

Madame, Monsieur,

Nous, les vietnamiens réfugiés à Paris, nous sommes rassemblés aujourd'hui pour protester énergiquement devant l'opinion publique, l'agression délibérée d'un de nos compatriotes, le Samedi 13 Juin 1987, par les gens de mains de la société Viet Nam Diffusion. En effet, le Samedi 13/6, un incident grave s'est produit devant le 146 Bd Vincent Auriol, Paris 13, siège de Viet Nam Diffusion, où un vietnamien venant en tant que client a été agressé par des vietnamiens communistes.

Viet Nam Diffusion est l'une des bases de ravitaillement, parmi tant d'autres, de par le monde, du régime communiste de Hanoi, pour mener sa guerre impérialiste au Kampuchea et au Laos. C'est à partir de ces bases que Hanoi, par toute une game de procédés répréhensibles, tente de drainer les ressources des vietnamiens, réfugiés à l'étranger pour nourrir leur forces armées d'occupation. Les actes illicites vont du colis d'antibiotique présenté comme paquet cadeau à la famille , à la vente des produits alimentaires confisqués aux paysans au bord de la famine, en passant par le racketage éhonté ou le paiement 'cash' permettant la délivrance d'un parent ou d'un proche des prisons du régime.

Ce Samedi 13 Juin 1987, se conduisant en dignes représentants du régime policier de Hanoi, les sbires, gardiens de la base n'ont trouvé d'autres arguments que celui de la force aveugle et ont sérieusement blessé plusieurs personnes, sans distinction entre passant ou client, venu pour exprimer le désaccord.

Toutes les Associations des Vietnamiens en France et la section en France du Front Uni de Libération du Viet Nam, renouvellent leur appel pressant à l'opinion publique et aux autorités françaises pour l'interdiction sur le territoire, de toute activité pouvant contribuer directement ou indirectement à l'effort de guerre pour l'occupation du Kampuchea et pour la survie du régime de Hanoi, devant la résistance du peuple vietnamien, alors que ces activités violent de façon flagrante les lois et réglémentations françaises en matières de change, d'exportation de capitaux, de vente de produits pharmaceutiques et d'accords postaux.

A cette occasion, un 'Comité d'Action Contre Les Bases de Ravitaillement du Viet Cong' est constitué. Le Comité appelle les vietnamiens de France à boycotter de façon systématique tous les produits alimentaires, mis en vente par le régime de Hanoi, produits confisqués à nos compatriotes par l'appareil policier à refuser de céder au chantage et au paiement de rançon qui contribue au maintien et à la survie de ce régime en pleine faillite.

Paris, le 15 Juin 1987

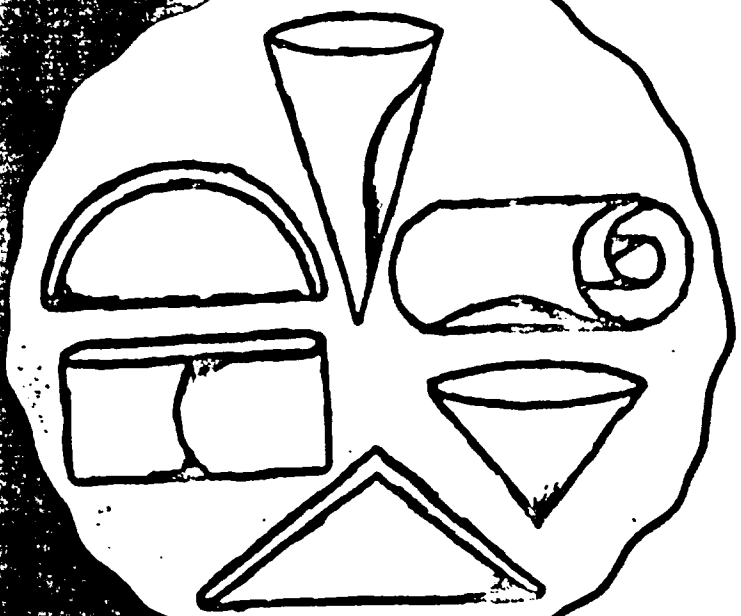
A consommer
de préférence avant le :
05JU185

Nombre de BRICKS :
10

FEUILLES DE BRICK

PATE A FARCIR UNIVERSELLE

MAMIKIF



Qualité extra-souple

Pour réussir les croustillantes recettes

ORIENTALES : مسقة Brick à l'œuf, Bestell, Briouat, Pastilla,

ASIATIQUES : BÁNH TRANG Neimes, Pâté impérial,

EXOTIQUES : Samoussa, Sambos ou les délicieux Strudells, Croustades, Roulés aux pommes ou au fromage,

etc...

塊薄餅

MAMIKIF

INGREDIENTS :
Farine de blé, huile d'arachide, sel, propionate de calcium

Poids net d'une brick : 13 g

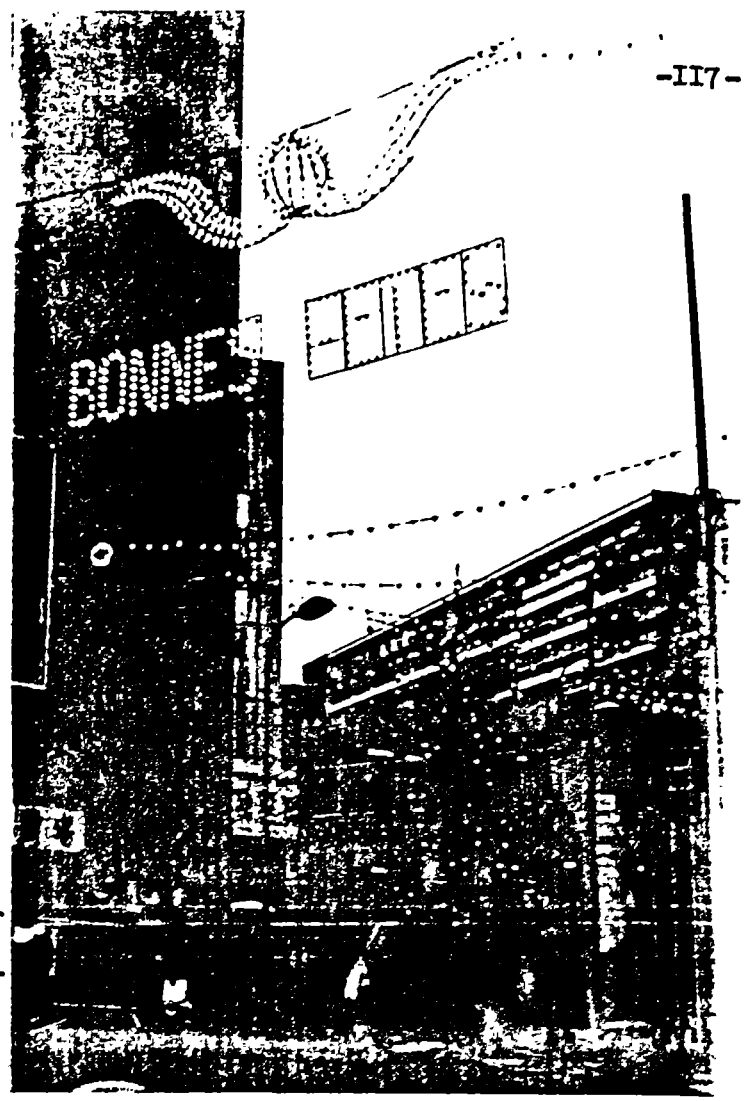
SOFIBRICK
ZI NORD de TORCY - BP
77200 TORCY
Tél : (6) 005-36-48/005-1
Télex : BRICKIF 600800 F

VALORISATION PUBLICITAIRE D'UN INGRÉDIENT DE BASE TRANS-CULTUREL

-115-

TANG Frères :
La formule hypermarché – une grande surface combinée à des parkings en sous-sol
(en haut, file d'attente des caddies à la sortie des parkings).

(2)



(1)

(3)

(4)

Décoration commerciale de fin d'année
(1) de mi-décembre à mi-février
(2) et (3) pour Noël
(4) pour le Nouvel An Chinois

(2)

(1)

(3)

Nouvel An Chinois:

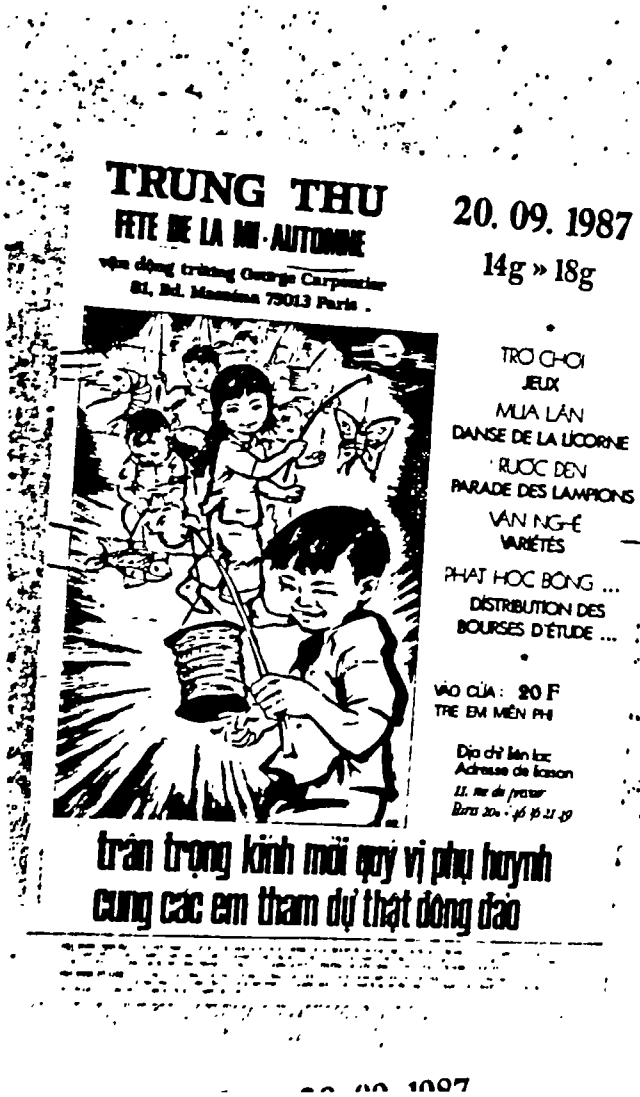
(1) Offrandes aux ancêtres

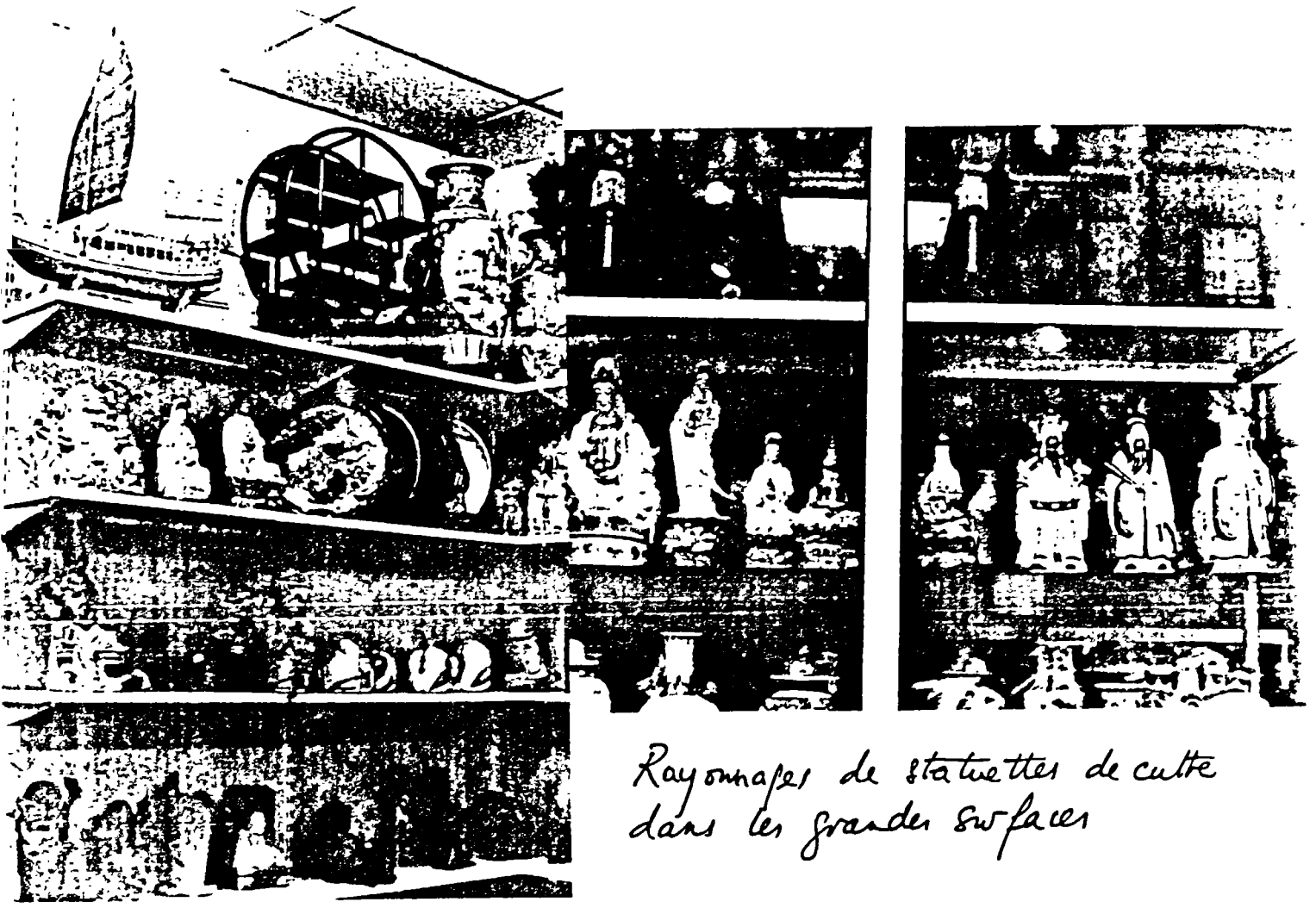
(2) Offrandes au Dieu du Sol

Nouvel An Lao-Khmer
(1er ouverture de l'opération Sampan de soutien aux Boat People)

(3) Offrandes votives (provenant du magasin Carrefour) aux bonzes lors d'une cérémonie devant le magasin TANG Frères.

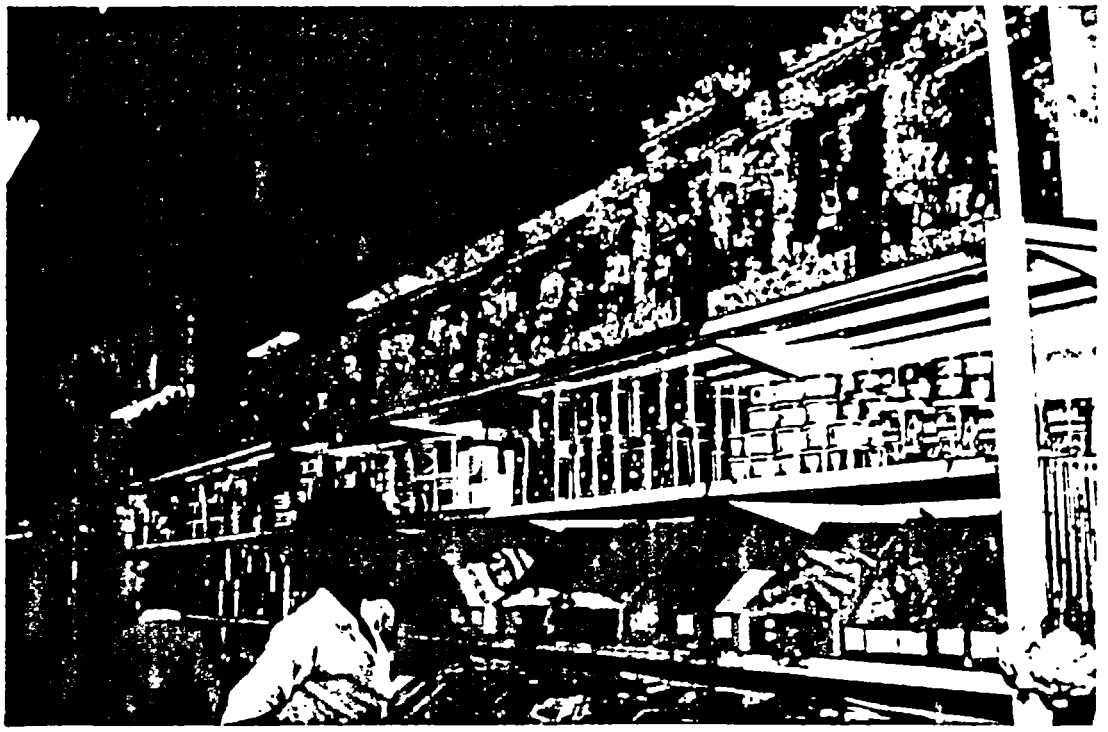
Déploiement commercial de la Fête de la mi-automne
Son iconographie
associative
commerciale





Rayonnages de statuettes de culte dans les grandes surfaces

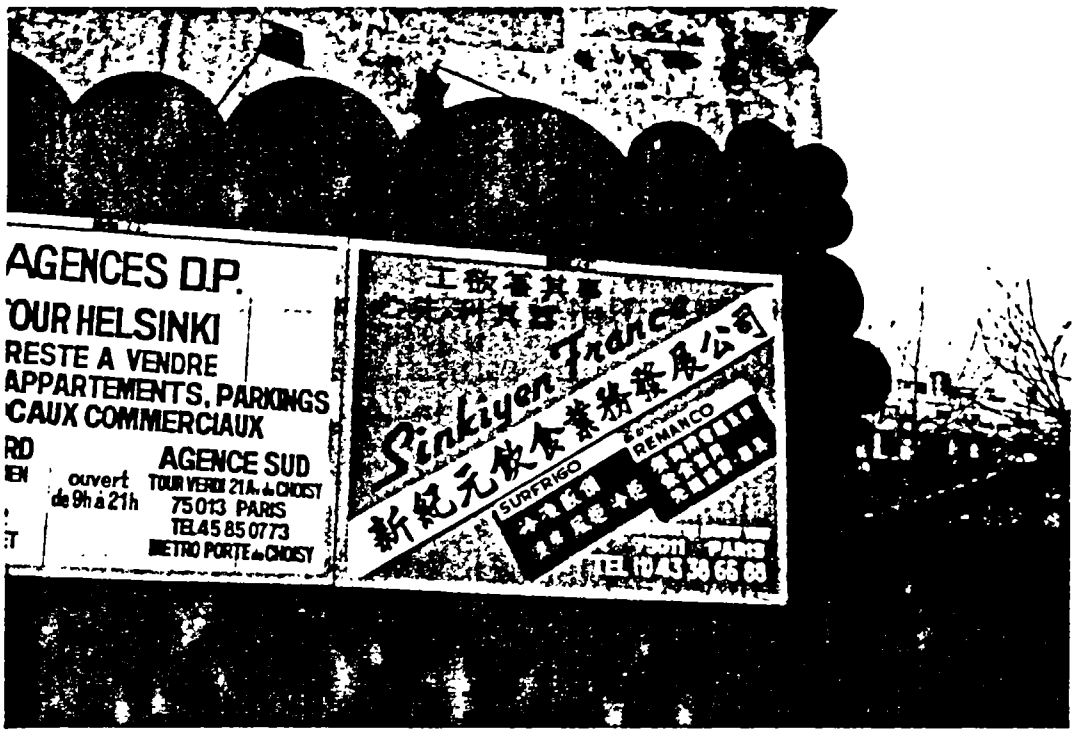
Vente des autels de culte chez TANG Frères



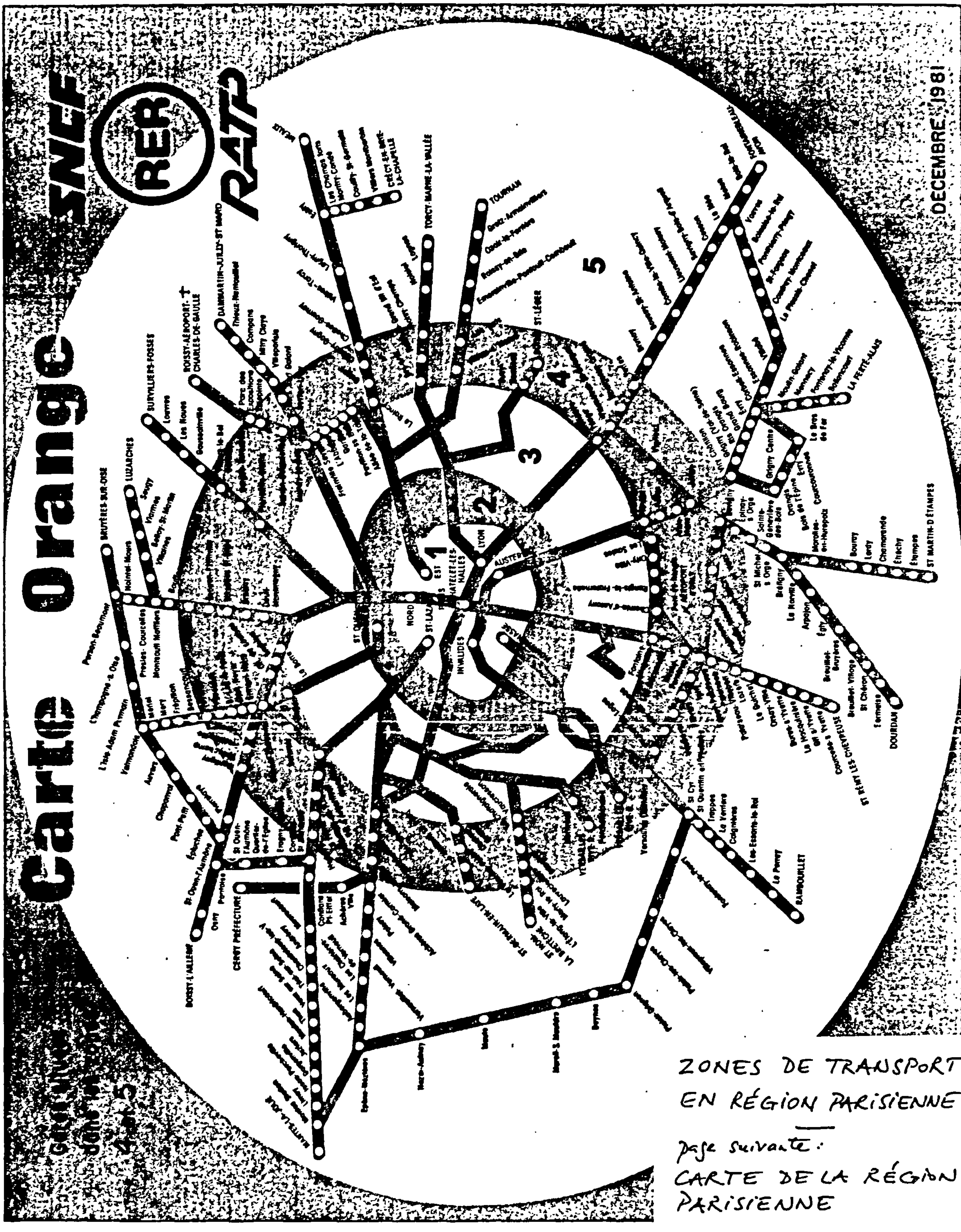
La formule "grande surface en libre service spécialisée dans les fruits et légumes" a innové à Paris au début des années 80 (ci-dessus Hoa Vin Hoat)

Clientèle pluri-ethnique (française et indienne) devant un étalage chinois.

La publicité commerciale demeure parfois monolingue ou bilingue chinois-anglais.

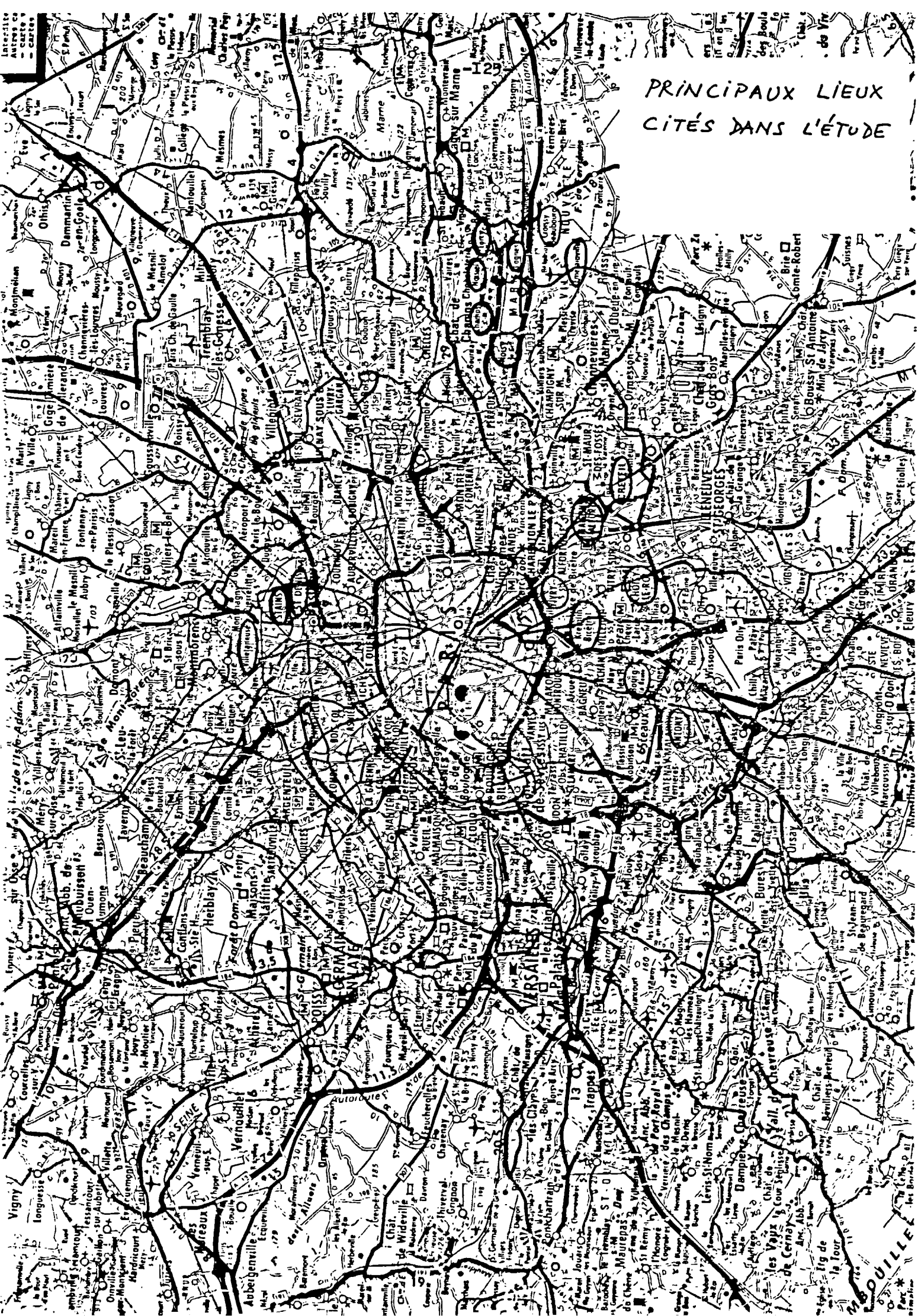


L'iconographie commerciale peut intégrer des référents français :
ici, soupe TGV
soupe Concorde = Service ultra-rapide.



ZONES DE TRANSPORT
EN RÉGION PARISIENNE

page suivante :
CARTE DE LA RÉGION
PARISIENNE


PRINCIPAUX LIEUX
CITÉS DANS L'ÉTUDE