ÉTUDES ET SONDAGES

LA CLASSE MOYENNE, C'EST QUI ?

Invisibles, discrètes et méconnues
par Driss Ksikes, Elsa Coslado & Michel Peraldi

Plus un sablier qu'une montgolfière
Par Michel Peraldi, Driss Ksikes,
Ahlame Rahmi et Adil el Mezouaghi

L'inversion des mythes
Par Michel Péraldi & Pierre Vergès

Classe mondialisée et ignorée
Par Shana Cohen

L'autre sexe
Par Fadma Aït Mous & Ahmed Bendella

L'image façonnée par la publicité
par Elsa Colsado

Invisibles, discrètes et méconnues

Lancée en mai 2008, cette étude qualitative nous a permis d'appréhender la problématique des classes moyennes à travers les chiffres et les valeurs. Partant de statistiques officielles ou recoupées et de 325 pages d'entretien, les articles contenus dans ce dossier permettent à peine de cerner la question épineuse de la définition : la classe moyenne, c'est qui ?

Par Driss Ksikes, Cesem-HEM
Michel Peraldi,
anthropologue, CJB
& Elsa Coslado, géographe,
doctorante, CJB et Université de Tours

Conçue pour être la première d'une série à venir sur la classe moyenne, cette étude est née d'une boutade. C'était en mai 2008[1]. Nous tenions une réunion préliminaire[2] pour réfléchir aux recherches à mener dans ce sens. Incidemment, une remarque nous a mis sur la voie à emprunter : «Au Maroc, la classe moyenne ne s'auto-définit pas». D'où la difficulté de déterminer a priori qui en fait partie. Une idée a alors jailli : «Allons parler à ceux qui passent leur temps à les définir, les représenter ou les cibler». Tout le monde a été d'accord pour en faire notre point de départ.

Le CESEM mène depuis une étude préliminaire (elle fait l'objet du dossier ci-après) pour identifier les valeurs de la classe moyenne. Les chercheurs partent de l'hypothèse suivante : les producteurs et leaders d'opinion et de tendance sont, du fait de leurs occupations, des détecteurs de styles de vie et de manières de se comporter propres aux couches moyennes. Le banquier, le restaurateur, le vendeur de voitures, le publicitaire, l'éditorialiste, le promoteur immobilier, tous «objectivent» des goûts et opinions dont ils sont subjectivement les porteurs ou, du moins, des observateurs aguerris.

Il y a eu, sur le siècle industriel au Maroc, formation d'une classe moyenne issue de la dégradation (dans le sens purement physique, non moral) des bourgeoisies urbaines

A l'origine, une définition problématique

Le choix de cette approche (mêlant le statistique et le non-statistique) trouve sa justification dans la nature même des couches moyennes, que l'on préfère désigner au pluriel, et que les chercheurs en sciences sociales ont du mal à identifier comme un groupe homogène, porteur d'un projet social, voire d'une culture monolithique.

Il est clair, selon Alain Touraine, qu'au début des années 90, la société post-industrielle» marque le passage d'une société verticale, dite de classe, avec des gens en haut et des gens en bas, à une société horizontale, où l'important est de savoir si on est au centre ou à la périphérie»[3]. Outre le fait que la société marocaine est composite et différemment stratifiée, (on reviendra plus longuement sur la spécificité du cas marocain), le concept même de centre, où logerait cette fameuse classe moyenne, n'est ni stable, ni homogène. Baudelot, Establet et Malemort parlent de «masse gélatineuse beaucoup plus fluide que les classes sociales situées

aux extrêmes de la société»[4]. Quant à Pierre Bourdieu, il identifie les classes moyennes à «la partie mouvante des stratifications sociales, la part mobile d'une ossature beaucoup plus stable qu'on ne le pense (globalement, la grande majorité des fils d'ouvriers deviennent des ouvriers, les employés font des employés et les patrons des patrons...)». Enfin, Alain Rosanvallon estime très justement que la société dite des classes moyennes se caractérise surtout par une formidable réorganisation des modes de différenciation. «Ceux-ci ne sont plus uniquement collectifs (exprimés en termes de revenus, de diplômes, etc.) ; ils deviennent plus individualisés. Les statistiques traditionnelles s'avèrent inaptes à décrire ce nouvel univers social, plus atomisé et plus individualisé, aux contours plus fluctuants et plus instables...»[5].

Théoriquement, ceci nous conforte dans notre parti pris méthodologique (étude qualitative). En effet, l'identification de ces catégories sociales nécessite l'identification et l'émergence de pratiques de différenciation, de consommation, et d'expression d'opinions, plus que la recherche d'un sentiment d'appartenance ou un positionnement social fixe dans une hiérarchie. Mais entendons-nous bien sur le sens de cette identification. En gros, les sociologues identifient deux processus par lesquels se forment lesdites catégories moyennes : un processus ascendant des couches populaires, empruntant l'ascenseur social par le biais de l'acquisition d'un capital scolaire et l'autre, moins connu, descendant, par fragmentation et «dégradation» de certaines fractions bourgeoises ou apparentées.

La mesure de la réalité marocaine

La justesse de cette approche se vérifie-t-elle à l'aune de la réalité marocaine ? La question est d'autant plus plausible que le caractère minoritaire de ces couches ontologiquement instables, réduit terriblement leur visibilité. Sur la thèse de la mobilité, ascendante et descendante, il est important de rappeler, en écho à Pierre Vermeren, que contrairement à la Tunisie, le Maroc n'a pas tablé historiquement sur l'école pour favoriser une ascension sociale massive. Ceci explique peut-être la préférence, dans le contexte marocain, du terme d'élite. Normal, dans la mesure où la formation des élites avant et après l'indépendance semble être un processus de reproduction et de réinvention de vieilles élites, plutôt qu'un réel processus de promotion et d'émergence. C'est le cas par exemple des bourgeoisies fassies qui n'en finissent pas d'occuper et de réoccuper des positions de puissance, tant dans la fonction publique que dans l'économie, déplaçant ainsi et «reconvertissant» leur capital culturel, social et économique. C'est vrai dans le sens inverse, également. Car il y a eu, sur la longue durée du siècle industriel au Maroc, formation d'une classe moyenne issue de la dégradation (dans le sens purement physique, non moral) de ces bourgeoisies urbaines «descendues», dans la fonction publique notamment. Ces catégories issues des anciens mondes capitalistes ne sont pas réduites à la pauvreté ou à la précarité, elles sont simplement devenues des groupes improductifs d'un point de vue industriel et capitaliste.

Parallèlement à ces élites urbaines, deux logiques semblent avoir été à l'œuvre dans la lente constitution des classes moyennes. Premièrement, l'accès limité des enfants de corps intermédiaires de la fonction publique (principal vivier de promotion dans les années 60-80) à un système scolaire élitiste, susceptible de les autonomiser. Deuxièmement, l'effet paradoxal des alliances matrimoniales.
Elles agissent comme un moteur de promotion sociale, en cas de mariages d'individus autonomes et intégrés économiquement (quand deux cadres supérieurs convolent) et comme un ralentisseur de l'ascenseur social en cas de fratrie élargie, de progéniture abondante ou d'épouse réduite au rôle consommateur de femme au foyer. Ces formes de solidarité dues à la tribu, au clan ou à la famille expliquent l'existence au Maroc - et c'est l'un des traits de complexité qui le caractérisent sociologiquement - d'une quasi-couche moyenne, dont les moyens objectifs ne lui permettent pas de sortir de la précarité ou d'une situation de survie perpétuelle, malgré des niveaux de revenus et parfois même un capital scolaire important.

Ces quelques éléments de déchiffrage, conjugués à l'effet indirect des transferts des émigrés sur la stabilisation de certaines couches au milieu de la pyramide sociale, ne peuvent dissiper les doutes, incertitudes et approximations qui persistent, quant

au volume, à la nature et au statut des classes moyennes au Maroc. Le rapport du Cinquantenaire, produit en janvier 2006, évoque «une série de couches et de strates mal identifiées ... (qui) n'ont pas donné au pays une véritable classe au sens de strate homogène, avec une conscience d'appartenance commune qui aurait pu jouer un rôle moteur dans la dynamique sociale».

De la difficulté de quantifier une population mobile et invisible

Pour y voir plus clair, nous avons donc procédé à une étude qualitative en deux temps. Dans la première phase, nous avons mené des entretiens individuels, auprès de porteurs d'opinion (directeurs de journaux, publicitaires, acteurs politiques et de la société civile), producteurs de messages à destination de ces classes, auprès d'acteurs économiques (banquiers, promoteurs, aménageurs, etc.), porteurs de projets qui les ciblent spécifiquement. A partir des différents modes de vie objectivés par les interviewés, nous avons déterminé les habitus des classes moyennes, en termes de dépenses et de modes de consommation. A partir de là, nous avons mené une étude statistique, croisant plusieurs données officielles, afin de simuler des scénarios plausibles. Combien sont-ils ? Combien dépensent-ils ? Ces questions récurrentes, aucune étude, pour le moment, n'y a apporté de réponses précises, exhaustives et étayées. Faute de baromètre fiable, nous avons procédé à notre niveau à une estimation, cohérente avec les modes de comportement objectivés par notre étude sur les valeurs. Cela permet, moyennant quelques croisements de données nationales[6], de quantifier la population ayant accès aux voyages, à l'achat d'une voiture, à la propriété immobilière... Ces indicateurs chiffrés, qui demeurent encore à étayer et affiner (en fonction de données officieuses, informelles, introuvables dans les catégories statistiques disponibles), ne constituent qu'un premier pan de l'étude.

Ce dossier, fruit d'une étude de six mois, loin de prétendre contenter des attentes diverses et non harmonisées, est un premier acte qui en appelle d'autres.

Des 325 pages d'entretien issues de ce travail, nous allons tenter, par un travail sur le lexique, de déterminer les contours de ces couches moyennes en termes de valeurs, d'ethos et de mode de comportement (lire p 46-52), tout comme leur positionnement dans l'espace public (lire p 53-59) et la place de la femme au sein de ce spectre, encore mystérieux (lire p 60-64). Nous explorerons aussi cette épineuse hypothèse : les modes de vie et les aspirations de cette catégorie sociale sont en partie fabriqués par les porteurs de tendance, par le biais de la publicité.

Remarques préliminaires

Partant de la question éponyme de l'étude (La classe moyenne, c'est qui ?), ce travail préliminaire vous dira partiellement quelles professions ils et elles exercent, mais n'ira pas jusqu'à évaluer la part d'informel dans les revenus et la part d'irrationnel dans les dépenses. Il ne vous apprendra pas non plus où ils résident, au quartier près. Cette cartographie, précise et précieuse, pourrait être l'aboutissement du projet de recherche que nous comptons étaler sur trois ans. En revanche, les pages ci-après vous renseigneront sur leurs modes de vie, leurs habitus, partiellement sur les types de position qu'elles adoptent par rapport à la chose publique, et accessoirement sur leur nombre présumé.

Incité, à la suite du discours royal du 20 août 2008, à tenir compte sérieusement de ces classes moyennes longtemps délaissées, le gouvernement est à l'affût d'informations et d'études précises pour ne pas se tromper de cible. Depuis quelques semaines, chaque ministère y va de son brainstorming pour apporter des éléments de réponse à une politique voulue d'en haut. Dans la société civile, le sujet redevient d'actualité, vu le besoin de redynamiser la citoyenneté en berne. Et dans les partis politiques, contexte pré-électoral oblige, le besoin de cerner au mieux cette précieuse et diffuse classe moyenne, cliente idéale des mécanismes de représentation, crée une demande d'information accrue. Ce dossier, fruit d'une étude de six mois, loin de prétendre contenter des attentes diverses et non harmonisées, est un premier acte qui en appelle d'autres. ■

1 Le discours royal sur la question date du 20 août 2008
2 Ont pris part à cette réunion : Mohamed Tozy, Hassan Rachik, Jamal Khalil, Ahmed Bendella, Mohamed Jeghllaly du CM2S, Shana Cohen de l'Université de Sheffield, Michel Peraldi du CJB, Fadma Aït Mous et Driss Ksikes du CESEM
3 A. Touraine, Face à l'exclusion, in Citoyenneté et urbanité, Paris, Editions Esprit, 1991.
4 C. Baudelot, R. Establet & J. Malemort, La petite bourgeoisie en France, Paris, Maspero, 1974
5 P.Rosanvallon, La nouvelle question sociale, Paris, Seuil, 1995.
6 Grâce au HCP, nous avons pu procéder à un croisement de données à partir du recensement général de 2004.

Plus un sablier qu'une montgolfière

Peut-on faire parler les chiffres pour identifier qui appartient à la classe moyenne et qui n'y appartient pas ? L'approche a en elle-même ses limites mais, en partant d'indicateurs de comportement, de revenus et de consommation, il est possible (moyennant quelques nuances) de cerner statistiquement les contours exigus de cette catégorie sociale.

Michel Peraldi, anthropologue, CJB
Driss Ksikes, Cesem-HEM
Ahlame Rahmi, démographe
& Adil El Mezouaghi, chercheur, Cesem-HEM

Plus un sablier qu'une montgolfière ! Ce titre un peu énigmatique évoque en fait deux manières contrastées de représenter, dans une vision sociodémographique, ce fameux «milieu» que composeraient dans le paysage social, les couches moyennes. Une société peut être dite «en montgolfière», lorsque la pyramide combinant les échelles de revenus, niveau des diplômes et professions est presque plate en son sommet, largement évasée au centre et en cube vers le bas. C'est la forme générale que prennent aujourd'hui la plupart des sociétés dites avancées, où les écarts se sont radicalement réduits ces dernières années entre, disons le monde stable des classes ouvrières, devenu d'ailleurs de plus en plus celui des employés, et celui des cadres, avec, au sommet, une minorité de riches, et dans le bas un volant de pauvreté réduit, même s'il est plus important et consistant que le monde des riches. En revanche, la figure du sablier évoque une société dont le centre est en quelque sorte étranglé, goulot étroit d'articulation entre un bas, monde de pauvreté et de précarité, largement évasé, et un col étroit, celui des riches et des nantis, qui forme la partie haute. Entre, les deux, un étroit goulot, celui de ces «couches moyennes», dotées de revenus réguliers sans être riches, à l'abri de la précarité sans pour autant posséder.

Le fait d'établir et de tenir le budget des ménages n'est pas dans les mœurs, mais ces simulations permettent plus ou moins d'objectiver des modes réels de consommation

Catégories démographiques et incertitudes statistiques

Nul doute aujourd'hui que, au regard des quelques données que l'on peut rassembler sur les niveaux de revenus et de diplômes, le Maroc est bien une société en sablier. Du moins, bien sûr, si l'on se contente, et comment faire autrement, de ce qui est mesurable en la matière... Car il y a deux inconnues de taille qui donnent à la société marocaine des contours très flous : la question des économies et revenus informels d'une part, dont on pressent l'importance sans en mesurer ne serait-ce que les contours, et la migration de l'autre, vaste continent inconnu où 3 292 599 personnes difficilement identifiables socialement, (source, chiffres consulaires marocains 2008), continuent pourtant à participer, à leur manière, à la richesse générale du pays.

Sur la seule base des catégorisations

socioprofessionnelles, on peut répartir la société marocaine en quatre grandes fractions de taille et de démographie évidemment inégales. La pauvreté bien sûr, la grande pauvreté même[1], celle qui domine le monde rural montagneux, caractérisée par le sous-développement, l'analphabétisme et des conditions de vie qui condamnent ceux qui les vivent à des comportements de survie. Selon les chiffres, controversés du HCP, cette situation concerne

Méthodologie des simulations chiffrées

Afin de permettre aux lecteurs de La Revue Economia de mettre des chiffres sur les mots, et de pouvoir se situer dans l'échelle variable des classes moyennes, nous avons procédé à des simulations de segments de dépenses. Partant du principe économique que la classe moyenne doit "se suffire à elle-même pour vivre (et non survivre)" et de la définition sociologique qui veut que la classe moyenne soit "en mesure d'effectuer une mobilité sociale", nous avons retenu sept postes de dépense : logement, transport, alimentation, consommation non alimentaire (habillement, eau, électricité, téléphone), santé & éducation, loisirs et épargne. (en sus de la capitalisation du bien immobilier acquis par crédit bancaire)

Nous avons alors cherché un étalon pour déterminer le seuil de dépense en fonction de revenus objectifs. Le point de départ sur lequel repose notre calcul a donc été une circulaire du ministre de l'Habitat et de l'Aménagement du territoire qui fixe, pour les logements destinés à la classe moyenne, une fourchette de prix allant de 500 000 à 700 000 DH, avec un taux de crédit maximal équivalent à 45% du salaire et des mensualités qui varient entre 4000 et 6000 DH.
Cela vous donne tout de suite une idée du plancher "classe moyenne", tel que fixé par le gouvernement. Il se situe, par ménage, au pire à 8880 DH (quand le couple débiteur paie 4000 DH par mois) et au mieux à 11110 DH (quand la mensualité atteint 6000 DH). Or, une fois confronté aux dépenses basiques -pour une vie digne et autonome - le minimum ne résiste pas à la loi du réel (il ne permet même pas de couvrir convenablement les frais de consommation et d'éducation). Nous avons donc pris le maximum gouvernemental (11 110 DH) comme point de repère.

Sur quelle base avons-nous fixé le seuil de dépenses par rubrique ? Nous nous sommes référés pour chaque poste à des statistiques récentes et officielles (voir tableau).

Vu que les classes moyennes ne peuvent être réduites à une médiane mathématique (il y a une grande différence entre la moyenne des dépenses nationales : 3550 dh et les dépenses supposées ou réelles des classes moyennes –voir tableau 2), car multiples (plus ou moins à l'aise économiquement, gérant des familles plus ou moins nombreuses ...), nous avons choisi d'appréhender leurs dépenses en fonction de revenus segmentés en quatre catégories (l'éventail varie entre 11 110 et 25 000 DH par ménage). Nous avons ventilé les dépenses en fonction de scénarios démographiques et sociétaux assez représentatifs. Certes, le fait d'établir et de tenir le budget des ménages n'est pas dans les mœurs, mais ces simulations permettent plus ou moins d'objectiver des modes réels de consommation. Certes, les écarts proposés pourraient paraître arbitraires mais ils couvrent, à des degrés variables, les différents postes de dépense reflétant les modes de comportement typiques de la classe moyenne.

Jusque-là, l'exercice est classique. Mais pour rapprocher ces segments de dépenses à des revenus réels et les rapprocher de profils sociaux, nous nous sommes adossés aux chiffres officiels disponibles en la matière (les salaires des fonctionnaires et cadres). Nous sommes conscients de la part d'inconnu non reflétée par ces chiffres, qui découle des revenus patrimoniaux, des doubles emplois informels, des solidarités familiales, et autres sources non éthiques, diffuses mais non quantifiables. Pour affiner encore plus le calcul, il faudra attendre l'étude du Haut Commissariat au Plan (en cours de finalisation) sur les catégories sociales. Peut-être alors pourrons-nous transformer nos simulations scénarisées en représentations authentifiées.

9% des Marocains en 2007 [2]. C'est un problème rural essentiellement même si, tous les travaux ethnographiques en attestent, il existe bien des pauvretés urbaines, à Casablanca notamment. Pour l'essentiel, ces pauvretés urbaines s'inscrivent cependant dans un second grand groupe social caractérisé par la précarité plus que par la pauvreté. Ce groupe est formé des revenus et des conditions de vie qui, s'ils sont suffisants pour vivre légèrement au-dessus de la misère, sont cependant fortement soumis à des aléas et des fragilités [3]. C'est la situation qui caractérise une grande partie des urbains vivants en bidonville ou dans d'autres formes d'habitat précaire, comme certains quartiers populaires des grandes villes. Ces deux univers, constitués en gros de 30 % de la population marocaine totale, peuplent le fond du sablier.

Tableau 1 : Différence entre la moyenne des dépenses nationales et les dépenses minimales des classes moyennes

La médiane des dépenses nationales par ménage	Le plancher des dépenses des classes moyennes
3 550 dh*	11 110 dh**

Sources : * Enquête sur la consomation des ménages (HCP / 2001) majoré en fonction de l'écart ICV 2001-2008
** Voir tableau 1

Ils sont 1,7 million d'employés, d'intermédiaires financiers et commerciaux, et de commerçants, à dominante urbaine (70%)

Profession, diplôme et salaire

Au-dessus, on peut donc regrouper des mondes socioprofessionnels dont les revenus sont grosso modo assez stables, qui vont des catégories d'employés et d'ouvriers des grandes entreprises au monde de la petite fonction publique, englobant certaines catégories de petits cadres. Ces catégories, selon les chiffres du recensement publiés par le Haut Commissariat au Plan (HCP), représentent par exemple, pour les cadres supérieurs et moyens, les professions libérales, les chefs d'entreprise et les responsables de la fonction publique, un peu plus de 837 000 personnes, en grande majorité (près de 85%) installées dans les villes. Même chose pour les employés, les intermédiaires financiers et commerciaux et les commerçants qui étaient 1,7 million selon les mêmes sources en 2004 avec, là encore, un taux très fort d'urbains (70%). Les deux catégories confondues constituent un peu plus de 20 % de la population active marocaine.

On peut aborder ces données par un autre critère, peut-être plus expressif que la profession, le niveau de diplôme. En 2004, ils étaient 670 000 à avoir un niveau supérieur ou égal au bac. Il est d'ailleurs intéressant de signaler que, chez les cadres moyens par exemple, ils sont 187 sur les 478 000 à avoir un niveau d'études supérieur au bac, soit un peu plus de 39 % de la catégorie... On est loin cependant d'avoir dessiné là des contours très précis aux univers sociaux que nous cherchons à identifier. Car, même si ces mondes sont minoritaires, il y a, à l'intérieur de ce petit centre, de grandes disparités... On peut le voir par des données sur les salaires et les niveaux de revenu.

Dans la fonction publique marocaine par exemple, les salaires mensuels, hors primes et gratifications exceptionnelles, sont très variables selon les statuts et les ministères employeurs. Les conditions de vie varient évidemment selon que l'on est célibataire ou marié, avec ou sans enfants, rural, urbain ou métropolitain. Allons dans la description fine: un membre des forces auxiliaires (mokhazni) marié, père de 2 enfants, perçoit un salaire mensuel net de 2475,73DH, une (ou un) secrétaire d'administration publique marié(e), mère/père de 2 enfants gagne 2312,61 DH. Un professeur universitaire, marié et père de 2 enfants,

1 Le seuil de la pauvreté alimentaire est le coût d'un panier de biens et services alimentaires permettant le minimum requis en calories (1984 kilos calories par jour et par personne); norme recommandée par la FAO et l'OMS ;
Le seuil de la pauvreté relative est la somme du seuil de la pauvreté alimentaire et du coût des acquisitions non alimentaires réalisées par les ménages qui atteignent effectivement le minimum alimentaire requis (Méthode de la Banque mondiale);
Le seuil de la pauvreté absolue est le seuil de la pauvreté alimentaire majoré par le coût des acquisitions non alimentaires réalisées par les ménages qui ne satisferaient leurs besoins alimentaires que s'ils y consacraient le total de leur budget (Méthode de la Banque mondiale);
2 Il s'agit du taux de pauvreté relative, qui est la proportion des individus dont la dépense annuelle moyenne par personne se situe au dessous du seuil de pauvreté, il est de 14,5% dans le milieu rural et de 4,8% dans le milieu urbain en 2007, Source : enquête sur les niveaux de vie des ménages, HCP.
3 Le taux de vulnérabilité est la proportion de la population qui n'est pas pauvre, mais qui court un grand risque de pauvreté, sa dépense par tête se situe entre le seuil de pauvreté relative et 1,5 fois ce seuil. Le taux de vulnérabilité est estimé à 17,5%, au niveau national, 12,7% dans le milieu urbain et 23,6% dans le milieu rural. Source : enquête sur les niveaux de vie des ménages, HCP

peut percevoir un salaire mensuel net variant, selon le grade, de 12 388,71 DH à 24 437,83 DH. Un inspecteur des finances, membre du corps de l'Inspection générale des finances, marié et père de 2 enfants, peut percevoir un salaire mensuel net, variant selon le grade, de 3 727,35 DH à 21 617,65DH[4].

L'accès à une école «haut de gamme», un facteur discriminant

Pardon pour cet inventaire un peu fastidieux. Il permet de comprendre que, lorsque le coût annuel d'une scolarité dans une école privée marocaine prisée varie entre 15 000 et 20 000 DH (estimation sommaire à base d'un sondage restreint), et qu'elle s'élève dans la mission française pour les élèves marocains à 25 272 DH (en maternelle) et 30 456 DH (au lycée)[5], le nombre des fonctionnaires potentiellement capables d'offrir cette scolarité haut de gamme à leurs enfants se compte en quelques milliers à peine. Et il ne suffit donc pas d'être membre de la fonction publique pour appartenir aux classes moyennes, surtout si l'on tient compte de la définition que nous en donnons dans ce dossier : être en capacité de faire, pour soi ou par ses enfants, un mouvement de promotion sociale.

L'incertitude et le flou de cette catégorie tient donc justement aux tensions que peuvent générer des conditions de vie très contrastées. Pour terminer la description sommaire de ce paysage social marocain, signalons qu'au-dessus de ces couches moyennes, résident ceux que l'on peut désigner comme nantis, à la fois parce qu'ils ont des conditions de vie confortables, mais surtout parce qu'ils peuvent envisager de maîtriser relativement le long terme, voire de rendre meilleur leur avenir. Ils peuvent le faire, soit en offrant des études longues et diplomantes à leurs enfants, soit en acquérant des biens, immobiliers surtout, soit les deux. Laissons pour un autre dossier le sommet très pointu de cette pyramide, constitué par les quelques grandes familles d'industriels ou d'affairistes qui constituent au Maroc l'univers des «riches» et revenons au détroit du sablier.

Tableau 2 : Base des simulations des catégories de classes moyennes au Maroc

Revenus mensuels[1]	De 11110 à 14450	De 14450 à 16650	De 16650 à 20000	De 20000 et 25000
Dépenses				
Logement[2]	4000	De 4000 à 6000	De 4000 à 9000	De 4000 à 11250
Transport[3]	De 1500 à 2000	De 1500 à 2500	De 2500 à 4000	De 2500 à 5000
Alimentation [4]	De 4300 à 4550	De 4550 à 4800	De 4800 à 5050	De 5050 à 5300
Habillement, eau, électricité, téléphone[5]	De 1000 à 1250	De 1250 à 1500	De 1500 à 1750	De 1750 à 2000
Santé et éducation[6]	De 1300 à 2000	De 2000 à 2500	De 2500 à 3000	De 3000 à 3500
Loisirs	De 0 à 1144	De 0 à 1366	De 0 à 2700	De 0 à 4700
Epargne	0	De 0 à 1366	De 0 à 2700	De 0 à 4700

1 Etablis à partir des salaires publics sur www.mmsp.gov.ma
2 Selon le regroupement des sociétés de financement, la médiane d'endettement se situe à 5000 DH.
3 Il s'agit du prix de la LOA. + 2 à 3 pleins d'essence de différentes catégories de véhicules (prix réunis par des données croisées auprès des constructeurs automobiles)
4 Le HCP avait, en 2001, établi le chiffre de 4000 DH pour un panier moyen. Compte tenu des augmentations des ICV de l'ordre de 22% de 2001 à 2008, il serait de 4800 DH aujourd'hui. Ce montant ne prend pas en compte les extrêmes disparités régionales. Le budget de l'alimentation reste cependant le plus malléable, et celui qui subit directement les effets d'un manque de revenu car n'étant pas imposé de l'extérieur, mais plutôt résultant d'un choix de vie.
5 Consommation moyenne estimée dans une ville disposant d'une concession de service public (type LYDEC, REDAL), avec une évolution de la consommation téléphonique fournie par l'ANRT (de 250 à 1000 DH par mois).
6 Les dépenses liées à la santé sont de l'ordre de 7,6% des dépenses des ménages, selon le HCP. Ajoutons à cela des frais de scolarité de deux enfants, si on tient compte des prix pratiqués par les écoles privées reconnues et qualifiées, entre 500 et 1500 DH.

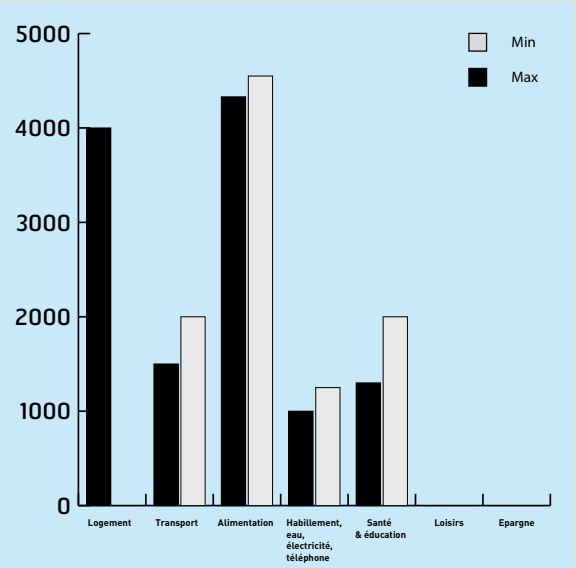
On peut donc affirmer simplement que, s'il est un univers socialement flou, qui va des petits fonctionnaires, des employés du secteur privé, jusqu'aux cadres, publics et privés, formant une classe moyenne, sauvée de la précarité, il est traversé de frontières très précises, de barrières élevées, entre ceux qui ont des moyens de mobilité sociale et d'amélioration significative de leurs conditions de vie, et ceux qui ne les ont pas. Selon la situation du conjoint, le nombre d'enfants à charge, le poids des dépendances familiales et le lieu de résidence, selon enfin la possibilité d'accéder, outre son salaire, à des revenus rentiers (primes, bénéfices extérieurs...), les différences ne seront pas simplement d'aisance mais socialement cruciales car, à revenu et statut égal, certains auront des moyens de mobilité sociale, notamment par l'accès de leurs enfants à la scolarisation dans des établissements privés, que d'autres n'auront pas.

4 Simulation faite avec le logiciel de calcul de salaire disponible sur le site du ministère de Modernisation des secteurs publics : http://www.mmsp.gov.ma/francais/Services_fr/CalculSalaire_fr/ASP_CalculSalaire_fr/simulation.asp
5 Source : Agence de l'enseignement du français à l'étranger, http://www.ambafrance-ma.org/efmaroc/rentree/index.php

A peine dans la classe moyenne

Un ménage gagne entre 11 100 et 14 450 DH par mois

Vous êtes un couple de médecins travaillant dans le public ou un commandant de la gendarmerie marié à une infirmière, voire un professeur-assistant de l'université partageant sa vie avec une femme au foyer. Vous payez mensuellement à la banque une créance de 4000 DH qui vous donnera, au bout de 15 ans, le droit de jouir librement de votre appartement situé dans un quartier assez périphérique. Un autre crédit bancaire prélève de votre revenu 1000 DH mensuellement et vous autorise à rouler dans une Renault Logan ou une Fiat Siena. Vous ne vous autorisez pas plus de deux pleins d'essence par mois, juste ce qu'il faut pour aller au travail et conduire vos deux chérubins à l'école. Leur scolarité vous coûte 1000 DH par mois, voire le double si vous êtes plus regardant sur la qualité de l'enseignement, ou si doutez que ce soit la meilleure école possible pour qu'ils puissent s'en sortir dans l'avenir.
Mis à part cela, vous vous en sortez à peine : vous tenez à bien manger (c'est la moindre des choses) et, entre le marché et le supermarché, vous ne déboursez pas moins de 4000 DH par mois. Confort minimal oblige, l'eau et l'électricité, votre habillement, la beauté de Madame, les habits des enfants, et cet incontournable portable qui vous connecte à vos patients (pour le médecin) ou vos subalternes (pour le commandant), vous coûtent de 1000 à 1500 DH par mois. A la rentrée scolaire, en période de fêtes et à l'occasion de visites familiales, vous vous autorisez quelques écarts, mais très calculés. En général, les mois se suivent et se ressemblent. Le calcul est vite fait. Il ne vous reste plus rien, pour voyager dignement par exemple. Quant à épargner pour les études de vos enfants à l'avenir, vous en rêvez, mais n'en avez tout simplement pas les moyens.



Total : De 11 110 à 14 450 DH

En 2008, 9000 élèves marocains étaient inscrits, toutes classes confondues, dans un des établissements de l'AEFE (Agence de l'enseignement français à l'étranger), les plus prisés et désirés par les parents marocains[6]. C'est un chiffre incontestable qui donne bien la mesure de l'étroitesse du sablier.

Même en élargissant le cadre de référence et en adoptant une acception élastique des classes moyennes, on se rend compte que le nombre d'élèves inscrits dans des écoles supérieures pouvant les mener au marché du travail demeure ridicule. A l'entrée, 22 456[7] d'entre eux se retrouvent dans l'enseignement supérieur privé (toutes gammes confondues). Aucune étude objective ne permet d'évaluer le nombre de sortants intégrés dans le marché du travail. Mais si l'on prend le cas d'une école cotée sur le marché, les dernières statistiques (2008) nous apprennent qu'une promotion de Bac+5 connaît une déperdition de 25% et accède au marché à hauteur de 70% (au bout de 3 mois). Sachant que des diplômés aussi demandés ne courent pas les rues, très peu sortent annuellement avec des chances aussi élevées de faire fructifier leur formation dans un emploi valorisant. Par ailleurs, le nombre de lauréats issus des instituts et écoles supérieurs marocaines publiques, censés faire fonctionner l'ascenseur social, ne dépasse pas 3739[8] jeunes cadres (ingénieurs, managers, journalistes...). Le programme 10 000 ingénieurs tente de pallier ce manque, mais les chemins de traverse qu'il emprunte

Aucune étude objective ne permet d'évaluer le nombre de sortants intégrés dans le marché du travail

Le leurre des chiffres sur la propriété

L'accès à la propriété est un des mythes récurrents qui semblent déterminer l'appartenance à la classe moyenne. Ce n'est pas si faux que ça, mais à regarder de près les statistiques marocaines sur la question, l'indice est trompeur. Ainsi, selon les données du recensement général de la population en 2004, les ouvriers et manœuvres agricoles et de la pêche (y compris ouvriers qualifiés) constituent le plus grand contingent de propriétaires 28,5%, suivis par la catégorie des artisans et ouvriers qualifiés (ouvriers de l'agriculture non inclus) qui constitue 20,62% des propriétaires. Les cadres supérieurs, professions libérales, fonctionnaires, ainsi que les responsables hiérarchiques et les directeurs d'entreprises ne constituent que 6,53% de l'effectif de propriétaires. Ces données valent par ce qu'elles ne révèlent pas : la taille et le standing des propriétés. Notez que si la villa isolée est en grande majorité occupée par des propriétaires (83,4%, de classe vraisemblablement aisée), 91,4% des habitants (pauvres ou précaires) de constructions sommaires ou type bidonville sont "propriétaires", dans la plupart des cas de constructions spontanées, illégales mais qui sont tout de même l'objet de "transactions immobilières". En gros, 70% des Marocains sont propriétaires de leur logement et le pourcentage de propriétaires au sein de chaque groupe professionnel varie entre 50% à 92%,. Par exemple, 50% des cadres supérieurs sont propriétaires, 67,45% des commerçants le sont aussi, 49,5% des chefs d'entreprises et responsables de la fonction publique possèdent un logement et le pourcentage s'élève à 92,7% pour le cas des exploitants agricoles et pêcheurs.

Un achat majoritairement autofinancé.

Le financement du logement par des fonds propres est la forme nettement dominante : elle concerne 81% des logements. Cette tendance concerne l'ensemble des logements, quel qu'en soit le type. Cette moyenne oscille entre 73% pour l'immeuble et 89% pour la villa. Corrélativement, les autres sources de financement sont nettement en recul. L'aide familiale vient au second rang (9% des logements) avec une variation de 3% (pour la villa) jusqu'à un pic de 15% pour la maison marocaine traditionnelle. Le crédit bancaire est la troisième source de financement (5%), totalement absente pour certaines formes d'habitat (c'est le cas de la construction sommaire et de l'habitat rural) ou très marginale comme pour la maison marocaine traditionnelle (0,2%). C'est l'immeuble collectif qui bénéficie le plus du crédit (17% des logements). Cet indice est peut être le plus parlant. Les classes moyennes, généralement tributaires d'apports bancaires, demeurent réellement minoritaires.

(formations inégales entre les universités et les écoles) laissent sceptique.

Le téléphone portable et Internet, des critères de mesure fiables ?

Une autre manière, elle aussi statistiquement sommaire et floue, de mettre en évidence ces catégories, passe par la description des comportements, des habitudes de consommation, et des ségrégations qu'elles génèrent. Certes, par exemple, la possession d'un poste téléphonique mobile n'est plus discriminante (fin septembre 2008, selon les données de l'ANRT, ils sont 22 461 000 abonnés au parc mobile). En examinant cependant le type d'abonnement, on constate que 96,04% des abonnements sont en prépayé, contre 3,96% pour le post-payé. En somme, 2,86% de la population marocaine, peut s'offrir le «luxe» d'un abonnement longue durée (de 12 à 24 mois) pour son téléphone mobile. C'est le type d'abonnement qui «classe», plus que la possession d'un appareil mobile...

Autre exemple, l'abonnement Internet. Les chiffres des abonnés, jusqu'en 2007, nous renseignaient sur trois indicateurs d'aisance : la possession d'un ordinateur, celle d'une ligne de téléphone fixe et un abonnement longue durée. Ils étaient 15% de Marocains à posséder un ordinateur dans leur foyer en 2006, 1,3% à la même date étaient abonnés à Internet, soit 390 000 lignes... Certes, en 2008, les chiffres ont explosé, avec un parc Internet qui a plus que doublé, atteignant 689 545 lignes.

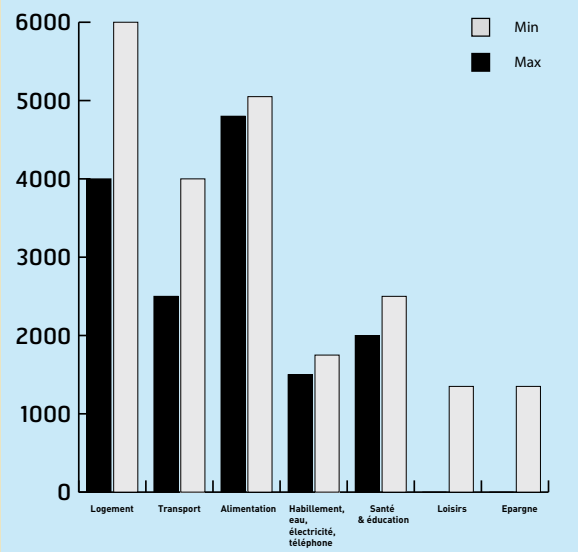
Regardons cette bulle de plus près. L'introduction des services Internet 3G au Maroc depuis le mois d'avril 2007 explique cette explosion. Ils sont 200 306 abonnés au service d'Internet 3G en fin septembre 2008, soit une augmentation de 512,12% en une année. Or, c'est là où le

6 En 2008, 2025 candidats marocains se sont présentés aux concours d'accès aux établissements de l'AEFE, pour 330 élèves admis.
7 Pour l'année 2006-2007, selon le ministère de l'Education Nationale
8 idem

Moyennement classe moyenne

Un ménage gagne entre 14450 et 16650 DH par mois

Vous êtes un couple d'agent d'autorité (caïd) et d'institutrice, d'ingénieur dans le privé et de cadre commerciale ou encore de manager dans un call center et professeur de lycée. Vous habitez, soit à Fès dans un appartement assez spacieux qui vous coûte 4000DH par mois, soit à Tanger dans un espace similaire dont la valeur mensuelle s'élève à 6000 DH. Vous avez opté pour une voiture économique, dont la mensualité au crédit ne dépasse pas les 1000 DH ou avez cédé à la tentation d'une berline qui vous coûte 500 DH de plus. Côté consommation d'essence, vous êtes, soit économe (2 pleins par mois = 600 DH), soit très mobile.
Côté alimentation, vous êtes dans la norme et vous vous permettez un régime assez riche en viande, ce qui fait grimper votre facture mensuelle (tous besoins confondus) à plus de 4500 DH. Vos équipements ménagers vous coûtent assez cher en consommation d'électricité (750DH). Côté téléphone, vous faites partie des 33% d'abonnés recensés par l'ANRT qui paient 500 DH par mois. Vous avez deux à trois enfants. Vous les avez mis dans une école privée, assez réputée pour son sérieux, et qui vous coûte 1000 DH par tête. Vous parvenez à peine à mettre de côté quelques centaines de dirhams par mois pour éventuellement partir en vacances, et pour les plus prévenants ou calculateurs d'entre vous, alterner épargne longue durée et voyage en famille.



Total : De 14450 à 16650 DH

bât blesse. Ces services peuvent être sans engagement et sans abonnement, ne nécessitent pas une ligne fixe de téléphone, offrent même la possibilité de recharger l'abonnement pour une journée et un montant de 10 DH. L'un des opérateurs offre même un ordinateur à un prix très modique, en contrepartie d'un abonnement 3G. Du coup, l'abonnement à Internet ne peut plus être pris pour un indicateur fiable de classement social

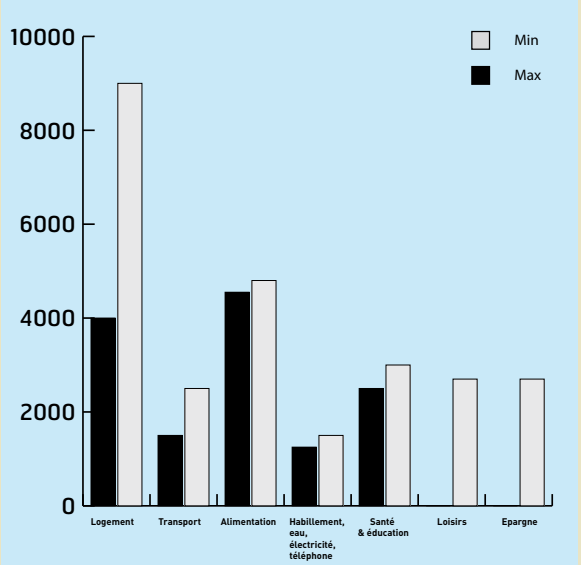
La voiture et le crédit à la consommation

Même chose, plus étonnante peut-être, pour les propriétaires de véhicules de tourisme, ils étaient 88 020 en 2005 à acquérir une voiture neuve et 295 841 à acheter une voiture d'occasion, sur un parc total de 1 477 330 de voitures la même année[9]. Au Maroc, la voiture, contrairement au standard des pays développés, est encore un bien discriminant. Autre indicateur, encore plus net, sur le crédit bancaire : 116 585 particuliers ont obtenu une autorisation de crédit en 2006[10], ce qui paraît être, dans la représentation courante, un critère très stratégique d'identification de comportements «classes moyennes». Un bémol, ce nombre modique de bénéficiaires de crédits à la consommation englobe aussi des demandeurs

Résolument classe moyenne

Un ménage gagne entre 16 650 et 20 000 DH par mois

Votre couple est composé d'un professeur universitaire habilité et d'une administratrice adjointe. Ou d'un professeur-assistant de médecine et d'une externe nouvellement recrutée dans son service. Soit vous habitez à Meknès et choisissez de rester dans le même appartement acheté il y a quelques années, et pour lequel vous payez toujours 4000 DH par mois. Cela vous laisse suffisamment de marge pour mettre votre unique enfant dans une école haut de gamme, type mission française; soit vous habitez à Rabat et, vu l'offre de logements en construction, choisissez de faire plafonner votre crédit immobilier au taux de 45% du salaire prévu par les autorités financières, ce qui vous amène à payer une mensualité onéreuse de 9000 DH.
Dans les deux couples, vous avez des charges incompressibles (alimentation, consommation non alimentaire) qui absorbent entre 6000 et 7000 DH de votre budget. Là où vous vous démarquez les uns des autres, c'est sur la part que vous consacrez aux loisirs et/ou à l'épargne. En optant pour une école de qualité, vous semblez avoir de la suite dans les idées et payez mensuellement à la banque une épargne pour les études supérieures de votre fils/fille (entre 500 et 1000 DH) et partez en voyage quand vous pouvez. Vous autres, férus d'apparat, vous économisez entre 25 000 et 35 000 DH par an pour aller bronzer l'été en Méditerranée ou en voyage organisé. Pour ceux d'entre vous qui ont un revenu mensuel plafonné à 20 000 DH, sachez que vous faites partie, selon les chiffres de la CNSS, d'à peine 4% des happy few marocains.



Total : De 16 650 à 20 000 DH

occasionnels (rentrée scolaire, fête du mouton ...). Or, dans ce cas, l'accès au crédit donne parfois à peine un semblant d'appartenance (aux classes moyennes), parce que les personnes concernées s'en sortent par à-coups.
Notez que dans le secteur du crédit à la consommation, comme dans la vente de voitures, un revenu considéré comme de classe moyenne débute à 2500 DH par mois, une fois tous les crédits payés. Certaines franges de la classe moyenne constituent, du coup, la catégorie sociale la plus endettée auprès des banques et en ce sens, la plus fragile à l'instabilité des prix à la consommation, car tenue à rembourser ses dettes.
Autre critère très discriminant, les vacances et plus encore, les voyages à l'étranger, spécialement en Europe : ils sont 243 672 Marocains en 2005 à avoir obtenu des visas touristiques pour les pays de la zone Schengen, soit 0,82% de la population marocaine. La même année, ils étaient un peu moins de 1,9 millions de Marocains à être sortis du territoire marocain, dont un peu moins de 600 000 par avion.

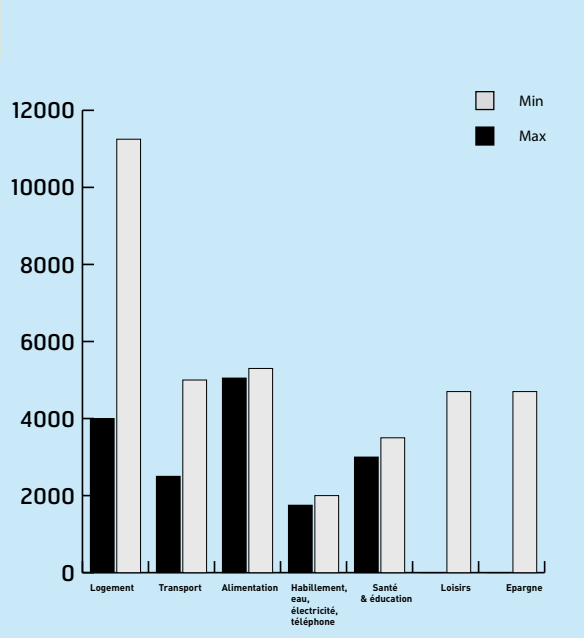
Au final donc, quel que soit le caractère parfois impressionniste des données recueillies, elles permettent de mettre en lumière ce que l'on a appelé ici un effet sablier. Pour autant que l'on puisse identifier des comportements de classes moyennes, dans la société marocaine, ils sont, minoritaires, distinctifs et ségrégatifs, plus que porteurs d'effets de masse. ■

9 Source : ministère des Transports
10 Source : Bank Al Maghrib

Au seuil de l'élite

Un ménage gagne entre 20 000 et 25 000 DH par mois

Dans votre couple, le mari est conseiller juridique du gouvernement et l'épouse, secrétaire ; ou bien vous êtes tous deux professeurs universitaires assistants. Troisième option, l'un est architecte et l'autre dentiste. Quelle que soit la formule, vous faites partie, informel mis à part, de la crème de la classe moyenne. Vous habitez un appartement ou une maison, avez peut-être deux voitures et suffisamment de marge financière pour mettre vos deux enfants dans des écoles renommées.
Vous avez la possibilité d'épargner jusqu'à 5000 DH par mois. Les plus cultivés d'entre vous en consacrent une certaine somme (indéfinie par les statistiques) à l'art et au divertissement, à une sortie restaurant mensuelle, et en laissent de côté pour les vacances, les imprévus et l'avenir. Les plus économes peuvent accumuler une belle somme pour acquérir d'autres biens, foncier ou immobilier (l'acquisition de résidences secondaires dans les nouvelles villes comme Tamesna en attestent). Et les plus entreprenants songent à investir dans une activité qui rapporte ou boursicotent (l'éclosion des petits porteurs est représentative de cette tranche de revenus).



Total : De 20000 à 25000 DH

L'inversion des mythes

En partant d'entretiens qualitatifs, menés auprès de prescripteurs de la classe moyenne, et d'une analyse lexicale des thèmes et valeurs phares qui en découlent, cet article définit les contours symboliques de l'objet de notre étude. Quels profils ont-elles ? Que pensent-elles ? Que consomment-elles ? Comment se représentent-elles le monde ?

Par Michel Peraldi, anthropologue, CJB & Pierre Vergès, sociologue, CNRS

Il serait réducteur de penser qu'un groupe social ne se définit que par ses composantes sociodémographiques. Les groupes sociaux sont des acteurs collectifs qui valent aussi par les représentations, les mythes, voire les fantasmes qui se bâtissent en leur nom. Ainsi en est-il des classes moyennes qui, dans toute leur (courte) histoire, ont été associées notamment au thème du progrès, de l'ascenseur social. Et ont été utilisées finalement comme argument sociologique que l'on substitue à une vision dialectique et binaire de la société : entre bourgeoisie et prolétariat, entre riches et pauvres, les classes moyennes ont souvent servi, dans la littérature politique comme dans les sciences sociales, à penser autrement que dans l'antagonisme, les hiérarchies et les segmentations sociales.

Tous les types d'acteurs que nous avons rencontrés ciblent la classe moyenne. L'attention portée à cette classe est variable d'une personne à l'autre et non d'un secteur à l'autre.

Une méthode pour décrypter les valeurs

La recherche que nous avons entreprise en complément de ce dossier, sur les représentations et les associations d'idées que pouvait susciter le terme de classe moyenne, visait donc à compléter l'approche sociodémographique par une analyse des mythes et des valeurs attachés au nom des classes moyennes. Et il nous semblait que les mieux à même de nous aider à construire cet environnement de mythes et de valeurs étaient ceux qui, par leur métier ou leur rôle dans la société, sont directement confrontés à ces groupes sociaux : des banquiers pourvoyeurs de crédits, des patrons de presse soucieux de leur lectorat, des leaders politiques à la recherche d'un électorat, des promoteurs immobiliers....

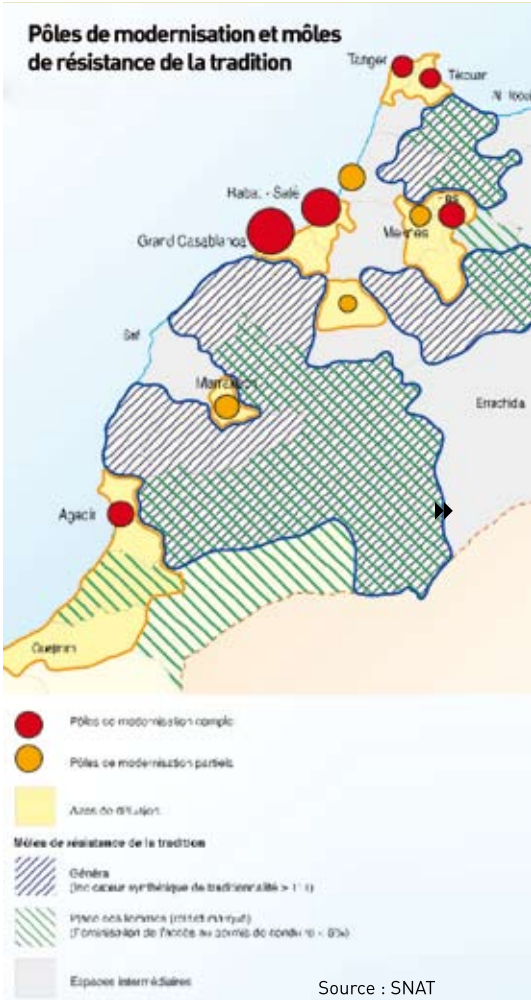
Tous les types d'acteurs que nous avons rencontrés ciblent la classe moyenne. L'attention portée à la classe moyenne est variable d'une personne à l'autre et non d'un secteur à l'autre. Par exemple, certains acteurs économiques, comme Marwa, ont lancé une marque entièrement dédiée à la classe moyenne. D'autres, comme Toyota, consacrent seulement une gamme de produits à la classe moyenne. Dans les deux cas, le produit et son prix sont conçus de telle sorte qu'il soit désirable et accessible à cette catégorie de population.
Nous avons donc recueilli en tout 350 pages d'entretiens, organisés selon les méthodes de l'analyse lexicale (lire encadré), pour en sortir justement les lexiques argumentés qui forment, autant qu'une vision des classes moyennes dans le Maroc urbain contemporain, une représentation de la société marocaine dans laquelle se développent ces classes moyennes. Soyons lucides en effet, il est difficile de parler d'une partie sans construire le tout. Autrement dit, il est quasiment impossible de définir, critiquer ou discuter des classes moyennes sans évoquer et construire toutes les strates de la société marocaine, et les valeurs, a priori positives ou négatives, qu'on y attache.

- La classe moyenne est intéressante parce que, par elle seule peut venir une grande partie du changement qu'on attend au Maroc
- Il y a des valeurs qui caractérisaient la société marocaine, elles perdurent au sein des classes moyennes, telles les valeurs familiales, religieuses ;

Les choses

La classe moyenne est d'abord identifiée par son apparence et son mode de consommation. Voici les objets les plus récurrents que les interviewés assimilent à la classe moyenne.

Le revenu
Le pouvoir d'achat
Le luxe auquel elle ne peut pas prétendre
Des écoles qui fonctionnent.
Le logement assez spacieux.
Le parking
Le jardin pour les enfants
La villa économique
La verdure, de l'air frais
La voiture
Le satellite, la parabole et Internet.
La presse qui s'achète dans les kiosques.
Le téléphone portable
Les vacances.
Aller au cinéma, acheter un livre.
La marque, pour être reconnu.
Le voyage à l'étranger.
L'accès à une clinique privée.
Le sentiment de sécurité
Le crédit facilement accessible
L'école privée
L'écran plat, le portable, l'ordinateur,
La pilule contraceptive



Source : SNAT

La classe moyenne, c'est l'autre, l'indéfinissable juste milieu
Première surprise et premier paradoxe : aucun de nos interlocuteurs n'emploie le pronom «nous» pour parler des classes moyennes, alors même que par leur niveau de diplôme, de revenus ou leur position dans la société, ils seraient fondés à le faire. Certains même insistent : «Je ne veux surtout pas être porte-parole». On parle donc de «ils» ou «elles», mais pas de «nous». D'une certaine manière, cette distance donne le ton général du propos, car le statut des classes moyennes, telles qu'on en parle, est un statut ambivalent, de quasi-inexistence. Outre le ton globalement plutôt

morose sur lequel on en parle, on y reviendra, les classes moyennes sont un phénomène étrange, inconsistant. Si l'on fait une typologie rapide des points de vue, on trouve trois grandes catégories d'arguments : les classes moyennes n'existent pas ou quasiment pas au Maroc, elles sont à venir, un futur probable. Elles existent mais si faiblement qu'elles n'ont pas de rôle ni de statut social, politique ou culturel, et bien souvent du mal à se faire reconnaître. Enfin, elles existent mais fuient, disparaissent, mutent ou migrent dès que possible, même si ce n'est qu'en rêve, ce qui est déjà, au moins par la pensée, une manière d'absence.

- Il y a une classe moyenne qui s'est développée depuis quelques années qui n'était pas très importante mais je pense qu'elle le devient de plus en plus.
- Le brouillard ne s'est pas encore dissipé pour qu'elle émerge.
- Elle est absente au niveau politique
- La classe moyenne est très étroite et étriquée.
- La classe moyenne est en devenir.
- On peut difficilement la cerner, comprendre exactement quelles sont ses aspirations profondes, en quoi est-ce qu'elle croit.
- Est-ce qu'elle voit réellement le bout du tunnel ?

Ce statut paradoxal tient bien sûr à la définition qu'on donne du groupe classe moyenne. Avec une grande unanimité, nos interlocuteurs voient dans la classe moyenne un groupe émergent, nouveau. Lorsqu'ils parlent de classe moyenne, ils n'évoquent pas un groupe stable, ancré historiquement dans la société locale. On ne fait jamais référence par exemple aux artisans et commerçants et autres petits entrepreneurs traditionnels du bazar ou des médinas qui, pourtant, si l'on s'en tient strictement aux nomenclatures de positions et de revenus, sont bien au milieu. On ne se réfère pas davantage aux fonctionnaires, employés d'Etat, qui constituent pourtant ceux qui devraient être le plus logiquement désignés comme tels. En fait, il y a un large consensus implicite pour considérer que, lorsqu'on parle de classe moyenne, on désigne un phénomène émergent, un groupe en formation, en devenir, voire même, pour certains, notamment chez les acteurs politiques, un groupe encore inexistant ou presque et dont on attend l'avènement.

La classe moyenne serait caractérisée par une tension permanente entre tradition et modernité, objet de conflit intérieur ou au contraire d'arrangements, mais jamais définitivement résolue, sauf dans la fuite...

Etranges tiraillements entre tradition et modernité

Le mythe des classes moyennes se décline en effet comme un mythe de l'avènement de la modernité, une modernité toujours en perspective, toujours en décalage avec une tradition résistante, réactive. C'est d'ailleurs bien cette ambivalence, qui peut donner, selon certains, de véritables tourments, qui caractérisent les classes moyennes dans ce qui prend figure d'un débat permanent entre tradition et modernité. Tout semble se passer comme si, dans la société marocaine, les clivages sociaux tenaient d'abord à la manière dont on vit cette tension entre tradition et modernité. Les pauvres et les précaires seraient entièrement dans la tradition, voire dans ses formes les plus archaïques et résistantes, qui tiennent par exemple à des formes violentes et despotiques d'autorité. Le père donne des ordres à ses enfants. Donc forcément, ceux-ci vont craindre leurs parents. La femme elle fait ce qu'on lui dit de faire.

Quand l'autorité dit quelque chose, eh bien ! C'est l'autorité. L'autorité qui émane du gouvernement ou du roi. La boucle est bouclée. Ce sont des choses qui n'ont pas encore évolué à la campagne et qui ont pas mal évolué en ville.

Quant aux nantis, ils seraient dans une sorte de traditionalisme raisonné, paisible et maîtrisé dans les apports assumés de modernité, par exemple dans l'éducation des enfants. La classe moyenne serait caractérisée par une tension permanente entre ces deux termes, objet de conflit intérieur ou au contraire d'arrangements, mais jamais définitivement résolue, sauf dans la fuite... Car, c'est aussi dans

La tentation n'est pas loin de considérer les classes moyennes ainsi émergentes comme une irruption, une étrangeté

cette classe moyenne que réside le plus clairement les velléités de départ et de migration, la tentation de l'ailleurs.

Oui, l'attrait de l'étranger est très important pour la classe moyenne. Les gens n'ont plus qu'un rêve, comment quitter le Maroc pour aller vivre ailleurs. Et, bien sûr, donne incontournable lorsqu'il s'agit de l'étranger, la référence au colonialisme apparaît.

Le colonialisme a contribué à l'apparition de la classe moyenne. C'est dans ce type de phrase que l'on comprend tous les ressorts argumentaires de cette représentation singulière : si les classes moyennes sont bien associées à la modernité, dans un débat manichéen entre tradition et modernité, cette modernité est très clairement associée à l'étranger, voire plus précisément à l'Europe.

Et la tentation n'est pas loin alors de considérer les classes moyennes ainsi émergentes comme une irruption, une étrangeté, au sein de la société marocaine. C'est un autre mythe récurrent associé aux classes moyennes que celui selon lequel la modernité au Maroc vient forcément du dehors, de l'étranger. Une vision en quelque sorte insulaire de la société marocaine, où tout se passe comme si le changement ne pouvait provenir que du dehors, associant alors de façon ambiguë, ceux qui, dedans, sont porteurs de changement et d'étrangeté.

Ainsi donc se raconte le mythe marocain des classes moyennes, ce qui explique toute l'ambivalence de la représentation, presque inquiète, dont elles font l'objet dans l'intervalle de tradition et modernité. Inquiète, puisque la tradition signale l'intégration dans une identité culturelle, religieuse, linguistique, et la modernité, l'appel du lointain, de l'ailleurs. Ainsi, les classes moyennes sont formées de ceux qui aspirent précisément à cet ailleurs, aux limites de la trahison. En effet, indiquent les interviewés, la pression sociale est toujours très forte, même dans les milieux aisés. Le regard des autres et les valeurs religieuses sont encore souvent les points de repères collectifs avec lesquels les situations et les personnes sont évaluées.

Les figures

Qui sont-ils ? A qui s'assimilent-ils ou ne s'assimilent-ils pas ? Entre profils, icônes et représentations, voici quelques repères :

Cadres
Journalistes
Professions médicales
Avocats...
Une grosse partie de la fonction publique
Lecteurs des magazines francophones
Consommateurs d'art et de culture
Les diplômés chômeurs, ça pose problème (culture d'assistés).
Lectrices de magazine en langue française
Lectrices de magazines en langue arabe (pouvoir d'achat moindre).
(Aucun magazine aujourd'hui ne cible la femme au foyer).
Le couple travaille : ça fait changer l'état d'esprit.
La femme fashion. Elle veut montrer son aspect moderne ;
Le MRE : petite classe moyenne ;
Le MRE, une force de modernisation pour le Maroc,
Le MRE critique la corruption.
Le célibataire, quadra, bien dans sa peau
(Il y a des produits qui s'adressent à lui).
La figure du fellah a disparu.
La famille fassie ...
Lalla Fatima (le modèle)

Un individualisme inquiet, consommateur et fragile

Entendons bien que le discours sur les classes moyennes ne fait pas forcément l'apologie de l'un ou l'autre camp, prenant parti pour la tradition ou pour la modernité. Nous sommes de façon générale dans un discours relativiste, du style «il y a du bon et du mauvais partout». Ce n'est donc pas l'opposition entre modernité et tradition qui est remarquable ici, mais le récit de leur impossible suture et réconciliation, comme caractéristique qui singularise les classes moyennes. Il est très significatif par exemple d'entendre que les individus ont beaucoup à perdre justement, dans l'individualisme, et notamment la solidarité qui découle de la force des liens familiaux. Les interviewés reconnaissent par ailleurs que cette distance permet, en contrepartie, de s'affranchir de la soumission à l'autorité, parfois très despotique, du père.

Or, quelles sont ces formes concrètes et tangibles de la modernité, ces emprunts à l'étranger ? Bien peu de chose à vrai dire, ou plutôt bien peu de valeurs et de catégories morales ou éthiques. La seule expression d'une valeur ou d'un concept concerne l'individualisme. Pour le reste, ce sont d'abord des objets ou des rituels (manger au Mac Do, acquérir un portable ou un écran plat ...) qui signalent la modernité. Les signes vont de la parabole à la femme fashion, de la pilule contraceptive à la villa.

- Les classes moyennes **sont entrées dans la société de consommation.**
- C'est une couche qui joue **un rôle de levier**, et de modernisation de la société, ce sont des gens qui ont un niveau d'instruction et un pouvoir d'achat.
- La cliente aujourd'hui, elle est fière **d'avoir une marque marocaine** qui répond aux normes des marques européennes
- Le couple classe moyenne type habite dans un quartier correct. Il circule en voiture, une berline de moyenne gamme. Il a des revenus autour de 20 000 dirhams et passe ses vacances parfois en Espagne, parfois au Maroc. Il a un budget de vacances de 15 à 20 000 dirhams.

Ces objets visibles d'accès à la classe moyenne supposent, certes, un accès facile au crédit, mais aussi des abus et des surendettements. C'est le pendant implicite du discours marketing qui encourage la montée d'une classe moyenne sur une base économique incertaine. Le crédit est souvent lié à l'immobilier. L'accession à la propriété permet certes d'être maître chez soi, mais les entretiens montrent que de nombreux autres enjeux sont sous-jacents pour les classes moyennes : par exemple, le prestige social qu'offre la propriété d'une villa, mais aussi, la possibilité de la mise à distance de la grande famille qui s'opère dans un mouvement d'individuation plus spécifique aux classes moyennes qu'à d'autres catégories sociales. Les enjeux sont aussi d'ordre économique, l'habitat tend à devenir un bien marchand qui fait partie de la stratégie d'économie domestique de la famille. L'acquisition et vente du ou de logements a souvent dopé la mobilité sociale et économique de la famille.

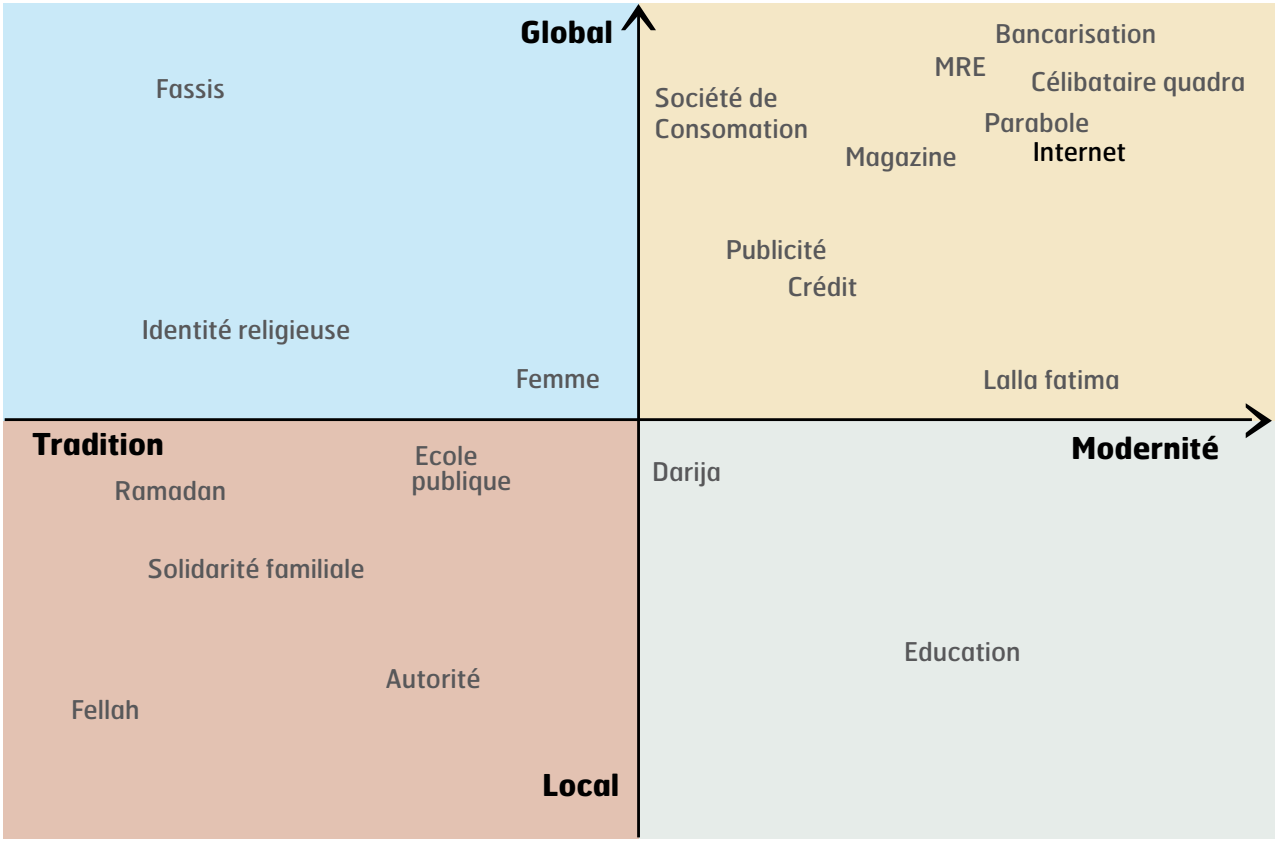
Les valeurs

Voici les mots-clés tirés des valeurs, évoquées dans le texte, et centrales dans le discours des interviewés.

Moteur / levier ascendant pour l'économie
Une classe active
Créatrice de revenus, de valeurs
Source d'équilibre
Porteuse d'un message de modernité.
Une population exigeante.
Capable de changement
Capable de questionner le présent
Force de propositions
Challenger de la classe dirigeante
Compose avec les valeurs traditionnelles ;
(Faire en sorte que l'enfant parle arabe ; fêter les fêtes religieuses).
En plein dans la société de consommation.
Consolide l'essor de la modernité
Acteur pour une certaine sécularisation

Formation discrète d'une classe disparate

Pour comprendre comment on en est arrivé là, il faut faire un petit retour en arrière dans l'histoire récente. Après l'indépendance, l'un des mots d'ordre des Etats issus de la décolonisation porte sur la formation volontaire et l'encadrement de ceux qui constitueront bientôt les classes moyennes: fissus de mobilités descendantes pour les bourgeoisies (fassie et soussie au Maroc), issus des classes populaires et paysannes montantes, par l'instruction. Shana Cohen[1] décrit bien ce processus à propos du Maroc et parle de la formation d'une «classe moyenne moderne nationale», chargée de porter l'exemple d'une transformation sociale, sur fond de nationalisme, d'accès à la modernité, selon un carré de valeurs



à peu près identiques : rationalisation économique, instruction généralisée, hygiène, émancipation des minorités dominées. Cette classe moyenne est évidemment portée par la capacité qu'ont alors les Etats d'enrôler et d'embaucher, pour former une bureaucratie de fonctionnaires.

Si l'on poursuivait ce travail, il faudrait évidemment s'interroger sur le destin de cette classe moyenne nationale moderne dont le rôle moteur n'avait de sens que parce qu'elle pouvait se penser comme en expansion perpétuelle. Les mondes populaires les suivaient d'autant plus facilement qu'ils pouvaient aspirer à voir leurs enfants se transformer, eux aussi, en fonctionnaires... Or l'expansion justement s'est arrêtée. Mais n'épiloguons pas : la nouvelle classe moyenne qui se forme aujourd'hui, est celle dont on peut reprendre le nom

Ils réussissent un par un et chacun pour soi, portés par une morale, individualiste, et dans un contexte de précarité et de fragilité

que lui donne S. Cohen, une «classe moyenne globale». Mais elle se forme discrètement, presque secrètement, si l'on en croit nos interlocuteurs, sur un mode radicalement différent.

Ce nouveau mode, loin d'être assimilable à un style de vie homogène ou à une manière d'être standard, constitue pour l'un de nos interviewés, une «promesse», pour d'autres, un «gage d'équilibre social», mais pas encore une réalité présente, déterminante. La classe moyenne est la seule classe qui donne l'espoir d'un véritable moteur pour l'économie.

Les classes moyennes ne sont donc pas des exemples, mais des enclaves, elles ne sont pas imitées, mais jalousées. Et ceux qui en sont membres ne réussissent pas dans un train général même illusoire, d'avancée sociale. Ils réussissent un par un et chacun pour soi, portés par une morale et une seule, que l'on dira individualiste, et dans un contexte général, économique et social, de précarité et de fragilité. Ce n'est donc pas vraiment le processus de formation des classes moyennes qui change, et pas davantage leur place dans la société. On est bien toujours confronté à des groupes sociaux porteurs de changement, chargés d'être l'avant-garde de transformations sociales et culturelles qu'elles expérimentent, en quelque sorte sur

Les entretiens et l'analyse

L'étude s'appuie sur un questionnaire, ouvert, basé sur une série d'items qui permettent d'identifier les représentations de la classe moyenne : tradition / modernité - Mesure / démesure - sécurité / confort - ascension économique - l'entre-soi / les autres - Passé / futur - L'Occident / l'étranger - Public / privé - Autonomie / solidarité - Individu / communauté - Mobilité sociale / mobilité géographique - rapports hommes / femmes – langues - émigrés et émigration.

Effectuées en vis-à-vis, chacune pour une durée de 1h30 à 2h30 (parfois en deux temps), les interviews ont été menées par des enquêteurs doctorants, rompus à l'exercice (Fadma Aït Mous, Elsa Coslado et Ahmed Bendella). Une fois les paroles retranscrites (350 pages disponibles au CESEM), le tout a été soumis à un sociologue et analyste (Pierre Vergès) qui a sélectionné, avec l'aide du sociologue en charge de l'étude, Michel Peraldi, les parties reflétant des pratiques propres à la classe moyenne.

Une recherche systématique a été faite sur les zones de texte retenues pour identifier des mots pivots. A partir de là, un travail d'analyse a été effectué pour déterminer l'argumentation et les hiérarchies liées à chaque mot, pour enfin classer le tout selon les thèmes préalablement définis. Le processus s'appelle l'analyse lexicale régressive.

elles-mêmes, avant de les proposer aux autres comme modèles. Il n'y a aucune raison de penser que pour ces deux choses au moins, les nouvelles classes moyennes soient différentes des anciennes.

- La classe moyenne est intéressante parce que, par elle seule, peut venir une grande partie du changement qu'on attend au Maroc
- Parce qu'elle est capable de manipuler des idées, de questionner le présent
- La seule classe qui soit en mesure de se poser des questions, de bouger, de bouillonner, de proposer ;
- La seule qui puisse être force de proposition ;
- Une classe challenger de la classe dirigeante une classe qui propose autre chose. Et c'est dans ce sens qu'elle est très intéressante.

La différence tient au contexte économique et social et à l'embrayage politique et institutionnel sur ces class in progress qui inverse le sens du mouvement. Car dans la mesure où plus personne n'est assuré de pouvoir suivre le mouvement et d'y être accompagné par la main bienveillante de l'Etat providence, ceux qui y parviennent seuls, à compte d'auteur, semblent tout d'un coup suspects, seulement capables de mettre en évidence, non pas la force du progrès, mais au contraire la force des clivages. Par contre, la capacité qu'ont eu ces individualités à se mouvoir dans la société et à progresser en fait, selon la perception des interviewés, une population exigeante. Même si les termes de cette exigence peuvent paraître stéréotypés à certains égards.

C'est le sens général de ces mythes, images, représentations qui se forment aujourd'hui au Maroc et dont nous avons essayé d'écrire à grands traits le lexique. A travers la liste à la Prévert de choses, de figures et de valeurs, extraits des entretiens, car fortement réitérés, et le schéma qui en découle, vous pourrez apprécier à quoi se résument, symboliquement, nos classes moyennes. A très peu de chose, à quelques mythes et beaucoup d'attentes. ■

1 Searching for a different future, the rise of the middle class in Morocco, Duke University Press, Duran/london, 2004

La liste des interviewés

Nourreddine Ayouch (Publicité)
Aziz Boucetta (Marketing, media)
Saïd Bouftass (Arts, Culture)
Faouzi Chaabi (Immobilier, politique)
Driss Effina (Immobilier)
Mohamed Ezzouak (Internet, MRE)
Houda Faddi (Mode)
Hamid Faridi (Communication et immobilier)
Mohamed Iraki (automobile)
Mohamed Lafdali (Syndicat)
Adiba Lahbabi (Banque, communication)
Hassan Lahrizi (Media)
Anwar Soulami (Banque, finance)
Abderrahim Zahi (Santé, Bailleur de fonds)
Mounia Lazrak (Arts, culture)
Kamal Lahbib (Association, politique)

Classe mondialisée et ignorée

Auteur de l'unique ouvrage sérieux sur les classes moyennes au Maroc, la sociologue Shana Cohen, impliquée dès le départ dans ce chantier du fait de son intérêt pour la question de la mobilité sociale et des changements mondiaux, propose sa lecture des entretiens collectés pour l'étude et replace la problématique de la classe moyenne marocaine dans une perspective mondiale.

Par Shana Cohen
Sociologue,
Université de Sheffield

Les interviews menées par l'équipe de chercheurs (du CESEM) auprès de leaders d'opinion, à propos de l'émergence ou de l'éventuelle existence d'une «classe moyenne» au Maroc, fascinent autant par les aspects qu'elles révèlent (comment l'élite perçoit les groupes à revenu moyen) que par ceux qu'elles passent sous silence. Nous entamons une époque, marquée par une crise financière mondiale, où le président Barack Obama a mis sur pied une commission pour «sauver» la classe moyenne aux Etats-Unis, où les politiciens britanniques demandent désespérément aux banques de prêter de l'argent aux chefs de petites entreprises et aux acquéreurs de biens immobiliers. Du coup, parler des problèmes de la classe moyenne «marocaine» peut paraître dérisoire voire anachronique. Quoique, cette même classe marocaine reflète aussi bien, sinon davantage des tendances globales que locales. En fait, le statut matériel et social de ces groupes éduqués et/ou dotés d'un revenu moyen reflète le degré d'intégration du Maroc dans l'économie politique mondiale, et sa position par rapport aux débats philosophiques et politiques qui veillent à l'expansion du potentiel humain.

Les répondants identifient la classe moyenne à : pouvoir d'achat, accès aux valeurs et images culturelles mondiales, capacités linguistiques, aspirations, éducation et désaffection politique.

La classe moyenne vue par les interviewés

Les répondants identifient la classe moyenne de différentes manières : pouvoir d'achat, accès aux valeurs et images culturelles mondiales, capacités linguistiques, aspirations, éducation et désaffection politique. La plupart d'entre eux estiment que cette catégorie sociale demeure limitée en nombre et en potentiel, à défaut de formation adéquate, d'opportunités d'emploi, voire de revenus suffisants pour pouvoir acquérir des biens conventionnellement associés au statut de cette frange sociale (maison, voiture et seuil de sécurité économique).

Abderrahim Zahi estime qu'une certaine classe moyenne «est en train de se paupériser progressivement». Quand il évalue le statut actuel des médecins à l'aune de sa propre carrière entamée au début des années 80, il se montre incrédule, choqué. Il se dit heureux d'avoir commencé à cette époque-là, et de ne pas avoir eu à subir le même déclin de revenus que ses jeunes confrères. «Je m'en sortais très bien avec les 1400, puis 2000 DH, puis un peu plus, etc... Ça a augmenté peu à peu. Et maintenant quand on me dit :'Un médecin n'arrive pas à payer

son loyer, n'arrive pas à payer ceci ou cela, n'arrive pas à se marier, n'arrive pas à avoir une voiture…' je dis que c'est quand même gonflant». Ses commentaires portent spécialement sur le revenu économique mais nous renseignent sur un problème plus large : la recherche d'un statut social et d'un accomplissement personnel par les voies modernes de la mobilité sociale (université, emploi professionnel) ne mène pas nécessairement aux résultats modernes escomptés.
Je suggère donc une réflexion sur la mobilité sociale au Maroc à partir de trois perspectives : comment changer de cap et passer d'un objectif local d'élargissement de la classe moyenne à un stade global, où l'on tiendrait compte des stratégies politiques au niveau mondial ? Comment appréhender les spécificités de la mobilité sociale et des identités sociales au Maroc à partir des tendances mondiales ? Comment saisir l'impact de la mobilité sociale sur la mobilisation politique?

Soubassements sociopolitiques d'un discours

Certes, l'Etat marocain –aussi bien sous Hassan II que sous MohammedVI- a eu besoin, pour des raisons d'austérité budgétaire et de productivité, de se délester de sa responsabilité directe dans la mobilité sociale, grâce à l'emploi dans le secteur public. Mais au demeurant, ce même Etat a toujours besoin du soutien politique de groupes qui n'appartiennent pas à l'élite. Il est donc obligé, tout en abandonnant son rôle de recruteur (à base d'un engagement constitutionnel abstrait), d'affirmer aux yeux des populations aux revenus faible et moyen la pertinence de son rôle dans leurs vies. Le roi Mohammed VI a ainsi plaidé pour que les classes démunies et moyennes deviennent au centre de l'initiative politique. Pour ce, il a créé une corrélation entre gains matériels, conscience civique et identité sociale positive. «Nous réaffirmons Notre ferme volonté de veiller à ce que toutes les politiques publiques soient l'édifice social, la base de la stabilité et un puissant catalyseur de la production et de la créativité», a-t-il déclaré dans son dernier discours (20 août 2008). Dans son discours sur l'INDH du 18 mai 2005, le roi avait déjà établi le même lien organique entre le matériel et l'immatériel. Chaque Marocain mérite, a-t-il dit alors, «la possibilité . . . de s'épanouir en déployant pleinement ses potentialités et ses aptitudes».

> «Le monde – de quelque bout qu'on le prenne - semble être en manque d'une classe moyenne» , écrivent Milanovic et Yitzhaki

La volonté affichée est claire mais le fait de dissocier les politiques à l'adresse des pauvres, de celles menées au profit de classes moyennes à l'identité abstraite, et inversement, annule les corrélations que les individus établissent entre l'échelle des revenus et les opportunités sociales qui peuvent s'offrir à eux. Ainsi, un blogueur commentant l'INDH écrit : «Les médecins marocains en chômage se demandent où se trouve leur place dans l'INDH, un projet si important en lequel les Marocains ont beaucoup d'espoir. Quel développement humain allons-nous réaliser si le droit de la santé est menacé ? Au Maroc, on a un médecin pour 1742 habitants, en Tunisie un pour 400 habitants, alors que plus de 800 médecins sont en chômage !!! A vous de commenter les chiffres!». Entre le médecin interviewé qui perd pied par rapport au déclin social de ses pairs et le blogueur qui situe les médecins chômeurs en deçà de la classe moyenne, les catégories deviennent floues.

Faible marge de progression des revenus moyens

Malgré les pourcentages exponentiels de chômage dans les rangs de jeunes diplômés dans le monde arabe et même au-delà, les programmes politiques internationaux, censés augmenter les revenus, offrir des opportunités économiques et booster le potentiel humain, préfèrent mettre l'accent sur les populations paupérisées. Il est fait mention de la catégorie «classe moyenne» pour développer les capacités administratives ou la «gouvernance», terme fourre-tout que les agences utilisent en vue d'assurer une bonne application et gestion des programmes d'assistance internationale qu'elles allouent. Ces mêmes agences et autres bailleurs de fonds gouvernementaux notent leur soutien à la classe moyenne à travers le financement de formations professionnelles et l'amélioration de la qualité des services publics.

Le Livre Blanc de 2006, relatif au développement international, met l'accent sur la nécessité de construire plus d'écoles et de cliniques et de mettre à disposition ultérieurement le personnel adéquat pour les diriger.

Les quelques rares spécialistes en développement qui se sont penchés directement sur les différentes dimensions et caractéristiques de la classe moyenne dans le monde déplorent l'absence de politique visant à soutenir les populations à revenu moyen. «Le monde – de quelque bout qu'on le prenne - semble être en manque d'une classe moyenne» , écrivent Milanovic et Yitzhaki, après avoir passé en revue une base de données internationale, relative aux revenus et aux pouvoirs d'achat.

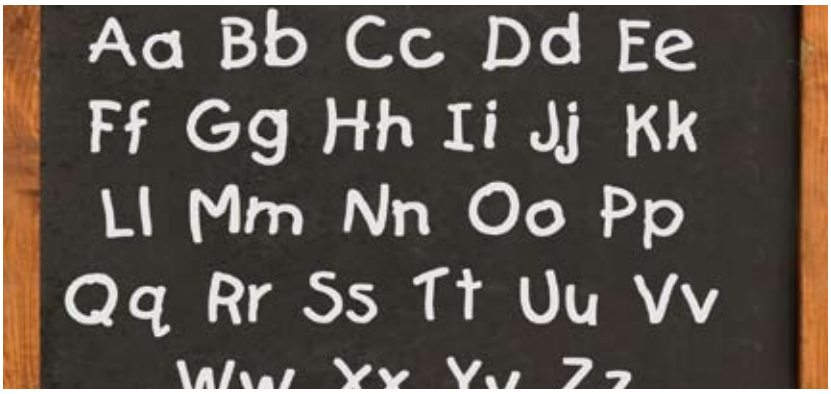
Il n'existe malheureusement pas d'étude similaire, ni même comparable, sur la taille de la classe moyenne au Maroc, ni même des modèles de mobilité sociale.

Une simple comparaison entre les enquêtes de niveau de vie des ménages de 2001 et 2007 montre que la pauvreté a fortement diminué, passant de 15,3% à 9% au niveau national, de 7,6% à 4,8% dans les zones urbaines et de 25,1% à 14,5% dans le rural. Le taux de vulnérabilité a également régressé de 22,8% à 17,5% sur le plan national. Chose plus remarquable encore, selon l'enquête de 2007, les ménages perçoivent une nette amélioration dans leur qualité de vie. En effet, 36% des ménages ressentent une élévation de leur standard de vie, alors que 30,5% n'ont pas l'impression que le leur ait subi le moindre changement.

Malgré toutes ces bonnes nouvelles, les inégalités demeurent inchangées. En affinant davantage l'analyse, on se rend compte, d'après l'enquête de 2007, que les ménages à faible revenu ont amélioré leur régime alimentaire en achetant plus de viande et en réduisant leurs dépenses en nourriture de base, comme le blé. Cela se répercute sur l'ensemble. Justement, alors que les 20% les plus riches de la population ont englouti presque 50% de la consommation globale, la part des 20% les plus pauvres du gâteau n'atteint pas les 7%. Or, ces chiffres sont une copie identique de ceux de 2001.

Quel potentiel de mobilité sociale pour les pauvres pouvons-nous déduire des données disponibles sur la consommation des ménages ? On perçoit qu'un très faible pourcentage de cette catégorie de population s'est amélioré ou s'est maintenu en l'état depuis le milieu des années 80 (début du P.A.S). Et en regardant de près les dépenses en biens non alimentaires, il s'avère que l'école, notamment privée, assure aux populations à faible revenu une ascension sociale limitée.

Prenons un étalon. La frange des 20% les plus pauvres a consacré en 2001/2002 14,9% de son revenu global à la santé, à l'éducation et aux autres besoins non alimentaires, alors que les 20% les plus riches y ont consacré 36,1% de leur budget, initialement beaucoup plus important. Certes, les dépenses en matière de santé, prises en vrac, ont légèrement progressé. Le budget moyen qui y est consacré est passé de 298 DH en 2001 à 809 DH en 2007 à la campagne et de 886 DH à 1056 DH en ville (soit de 627 DH à 987 DH pour le budget moyen national). Mais cela ne veut pas forcément dire



L'école, notamment privée, assure aux populations à faible revenu une ascension sociale limitée

un meilleur accès aux services et peut être simplement une résultante de l'augmentation des frais.
Que faut-il retenir du comparatif entre ces deux enquêtes de 2001 et 2007 ? Essentiellement ceci : au moment où la pauvreté régresse, de manière significative, l'inégalité se maintient au même niveau. Il nous manque encore des informations clés pour trouver un lien plausible entre les deux tendances. Nous ignorons, par exemple, comment les populations appartenant au bas de l'échelle et celles qui se trouvent au milieu des stratifications sociales comblent le fossé qui les sépare des élites. Des données longitudinales portant sur l'éducation, l'expérience au travail, les salaires et les biens propres aux ménages peuvent nous aider à y voir plus clair, mais ceci demande encore plus de ressources. En attendant, nous pouvons nous pencher sur les recherches qualitatives pour discerner les trajectoires de mobilité sociale, là où elles existent.

Tendance baissière de la mobilité sociale

En menant mes propres recherches sur la mobilité sociale et la classe moyenne au Maroc à la fin des années 90, j'ai réalisé que les voies menant à la mobilité se sont considérablement rétrécies depuis la fin des années 70 ou plus exactement la veille du mouvement de réforme. J'ai précisément développé l'argument suivant : le processus d'intégration dans le marché mondial a mené à la constitution de trois groupes sociaux. D'abord, celui des entrepreneurs et des managers travaillant dans des domaines internationaux ou internationalisés, comme la publicité, la finance et la manufacture ; ensuite, des hommes et des femmes occupant des professions traditionnellement classées de classe moyenne (médecins, avocats, enseignants ...) ; enfin, les chômeurs et les employés précaires.

J'ai alors suggéré que l'appartenance à l'un des trois groupes sociaux tienne compte de la taille de la famille, de l'éducation et de la profession des parents, du degré de formation, du capital social et économique disponible ou autres ressources familiales, et des compétences linguistiques. Le fait que l'accès à la mobilité soit bloqué pour des enfants, dont les parents étaient à faible revenu et avaient un niveau scolaire limité, veut tout simplement dire que, sans ressources familiales, la majorité écrasante de la population ne peut accéder à des professions susceptibles de lui assurer une sécurité économique. Autrement dit, sans assistance familiale, la mobilité est impossible. Une autre recherche, plus datée que la mienne, explique autrement l'incapacité d'enfants issus de familles à faible revenu et de zones rurales, à escalader l'échelle sociale. L'historien Pierre Vermeren, auteur de la recherche, cite une enquête dirigée par l'Ecole Mohammadia d'ingénieurs (EMI) en 1993, montrant que le nombre d'étudiants nés dans le monde rural a été réduit de moitié en douze ans (de 41,6% en 1981 à 22%). La même étude révèle que, sur la durée, les chances d'accès des ruraux à la classe moyenne se sont amenuisées, puisque si en 1970, les habitants de zones rurales représentaient 38,7% des étudiants ingénieurs, deux décennies plus tard, ils n'étaient plus que 7,3%. Quant aux urbains, fils de fonctionnaires moyens, ils représentaient 38,2% des répondants à une étude menée auprès de 500 étudiants au début des années 90 par la sociologue Rahma Bourquia. Leur profil sociologique est plein d'enseignements : leurs mères étaient, en général, femmes au foyer (71,4%) et leurs parents étaient, soit illettrés, soit issus de l'enseignement secondaire. A peine 12,4% des pères et 5,6% des mères étaient issus de l'enseignement supérieur. La plupart provenaient de quartiers populaires anciens (20,2%) ou nouveaux (43,2%) et dépendaient de leurs bourses et des ressources familiales (71,2%) pour subvenir à leurs dépenses durant la période estudiantine. Bref, rien ne les prédisposait objectivement ou socialement à une certaine mobilité sociale, d'autant que leur formation (à l'université publique) était faiblement valorisée.

Sans appui familial, la majorité ne peut accéder à des professions susceptibles de lui assurer une sécurité économique.

L'emploi, l'informel et l'accès à la sécurité économique

Vu l'absence de recherches actuelles sur la mobilité sociale, il nous a semblé utile de nous référer à une étude sur ce que les opportunités d'emploi offrent comme salaires et bénéfices. Malgré les efforts fournis par le gouvernement afin de contrôler les dépenses publiques, l'emploi dans le secteur public continue d'offrir la meilleure voie possible à la sécurité économique. La Banque mondiale a calculé que la compensation monétaire au sein du secteur public est plus élevée que dans le privé de 8%. Sachant que la différence entre les deux secteurs devient encore plus prononcée si on fait entrer en ligne de compte les compensations non monétaires, comme la sécurité de l'emploi, les plans de retraite et la pression du travail, la BM en arrive à la conclusion suivante : les bénéfices non monétaires équivalent à 60% de la rémunération standard. Or, au vu de la crise financière actuelle et de la déstabilisation des marchés du travail dans le secteur privé, le besoin de renforcer l'emploi permanent dans le secteur public pourrait chambouler la donne.

Sans forcément spéculer sur les capacités d'expansion du secteur public, encore incertaines dans un pays émergent comme le Maroc, ni sur les postes rémunérés et suffisamment stables dans le privé, il est clair que le secteur informel représente une voie de secours génératrice de revenus et source d'opportunités d'emploi. Dans leur étude sur le chômage chez les jeunes au Maroc (2005), El Aoufi et Bensaïd expliquent qu'à mesure que les jeunes peinaient à trouver de l'emploi, les portes d'entrée au secteur informel se sont démultipliées : constructions, différents apprentissages, participations à des affaires de famille. Même si les opportunités offertes par le secteur informel sont destinées, selon l'analyse des deux économistes, à des populations au niveau scolaire plutôt bas, ce même secteur s'élargit de plus en plus à des domaines comme la réparation de PC et la programmation.

El Aoufi et Bensaïd ne manquent pas de rappeler que même les moyens d'accès à l'emploi deviennent informels. Selon leur étude, une moyenne de 21% des chercheurs d'emploi de la population urbaine avait recours, entre 1985 et 1999, aux amis et aux réseaux sociaux, alors qu'une moyenne de 50,5% recherchait un emploi à travers le contact direct avec l'entreprise ou l'administration. Durant les années 2000, le recours aux amis et aux réseaux sociaux est devenu aussi répandu que l'accès direct à l'employeur, par des visites spontanées. Si les bureaux de recrutement, comme l'ANAPEC, aident quelque peu les diplômés à trouver un contrat (à durée déterminée ou indéterminée), quels moyens les produits de l'échec scolaire ont-ils pour s'en sortir ? Outre l'image dégradante du «moqef» et les offres provenant du textile et de l'agriculture, quelques voies parallèles de mobilité leur sont offertes. Le Prix du micro-entrepreneur, co-organisé par PlaNet Finance et CitiGroup, a révélé, dans son édition de 2006, des cas de femmes qui ont ouvert des boulangeries ou lancé une grilladerie de poisson, et d'hommes engagés dans la réparation de téléphones portables ou qui recyclent des pneus pour la décoration d'intérieur.

Que représentent les classes moyennes dans un monde globalisé ?

Même si les données sur les groupes à revenus moyens et sur la mobilité sociale font défaut au Maroc et dans le monde entier, il est nécessaire de débattre de la signification politique et économique de l'avènement de la classe moyenne et du sens à donner actuellement à cette catégorie sociale dans un monde globalisé. Lorsque Milanovic et Yitzhaki ont déduit de leur étude que la classe moyenne mondiale est minuscule comparée aux autres groupes sociaux, aux revenus supérieurs ou inférieurs, ils se sont logiquement posés la question suivante : «Pourquoi le monde ne se dote-t-il pas d'une classe moyenne ? Première réponse, évidente, les inégalités dans le monde sont trop élevées». Ils se sont alors posé une seconde question : «Quelle pourrait être la raison fondamentale d'une

telle carence ? Nous pourrions présumer que c'est dû à l'absence d'une agence, élue par les citoyens du monde et mandatée pour veiller à ce que la classe moyenne existe et se développe». Autrement dit, le seul gouvernement qui pourrait s'impliquer réellement pour élargir la base démographique de la classe moyenne à une échelle mondiale et veiller à faire croître le revenu des individus, ne peut être qu'un gouvernement mondial.

Nancy Birdsall (2000) considère, à partir du cas de l'Amérique du Sud, les conséquences que peut avoir le fait le négliger la taille et le rôle politique de la classe moyenne. Elle précise que son propos n'est pas de «dramatiser l'effet des réformes du marché et de la mondialisation sur les couches moyennes ou la classe moyenne émergente ... mais de souligner que l'on a fait très peu de cas, des considérations de taille et de partage des revenus au milieu de l'échelle sociale ; des effets que pourraient avoir l'intégration des économies dans le marché mondial sur la classe moyenne ; et du rôle que pourrait jouer ce groupe social dans l'élaboration d'un discours politique et économique et dans l'ancrage institutionnel des politiques de leurs pays respectifs.» Birdsall ajoute que le fait de tenir compte de la classe moyenne dans la formulation d'une politique sociale va au-delà de la mise en place d'un filet sécuritaire et implique la création et le renforcement des droits politiques, mais aussi du désir et de la capacité à prendre part à la vie politique. La participation rend ces institutions plus efficaces, car «l'histoire nous apprend que la classe moyenne est le roc sur lequel elles [les institutions] reposent, du moins dans les systèmes démocratiques et libéraux auxquels un si grand nombre de personnes dans les pays en développement aspirent, non sans raison d'ailleurs».

La classe moyenne, un fer de lance de la modernité ?

Mohamed Lafdali, syndicaliste de l'USFP, tient un argument similaire dans les interviews tirées de l'étude du CESEM. Il estime que les politiciens et les décideurs politiques pourraient soit soutenir les revenus et l'emploi afin de «garantir à cette classe moyenne une intégration au processus de modernité», soit abandonner cette population à la pauvreté et à l'appel du terrorisme. Il appelle ainsi à dépasser la rhétorique d'investissement strictement économique et à adopter un langage de développement humain qui nécessite la mise à disposition d'un enseignement et d'un système de santé de qualité. Tout comme Birdsall, il considère le soutien à la classe moyenne comme vital pour la survie de l'Etat moderne : «l'Etat lui-même a une raison d'être à travers son maintien, c'est-à-dire qu'il ne peut se prémunir qu'en préservant cette classe.»

Les Marocains dont le français est la langue maternelle, quoiqu'en déclin, pourraient avoir à jouer un rôle plus important dans la fabrique sociale et économique du pays

Revenons maintenant à l'argument avancé par Milanovic et Yitzhaki, selon lequel la classe moyenne mondiale est faible parce qu'elle manque de représentation à l'échelle globale. La question est de savoir si la classe moyenne aujourd'hui est réellement concernée par la modernité et l'Etat national. La plupart des interviewés considèrent la classe moyenne marocaine comme emblématique du déclin (en valeur et en savoir) des cultures et langues étrangères. La plupart ont insisté sur le fait que les consommateurs marocains, issus de groupes au revenu moyen, étaient plus attirés par des publicités en darija que par celles diffusées en français et que les aptitudes générales des Marocains à parler en français et dans d'autres langues étrangères s'amenuisaient considérablement. En face, de plus en plus de Marocains résidant en France semblent s'intéresser à leur pays d'origine. Cela veut dire que les Marocains dont le français est la langue maternelle, quoiqu'en déclin, pourraient avoir à jouer un rôle plus important dans la fabrique sociale et économique du pays.

Cet intérêt révèle une tendance dont la portée va au-delà des capacités linguistiques et des références culturelles des consommateurs éduqués et ayant un revenu moyen. Dans ma recherche antérieure (évoquée en début de texte), j'ai trouvé que la réforme de l'économie de marché au Maroc a entraîné une aliénation sociale et politique grandissante qui menace, à son tour, la viabilité politique et conceptuelle de l'Etat et de la notion de développement national. Les Marocains exprimaient, dans ce travail, un grand détachement par rapport à leur lieu de résidence physique, où ils avaient accès à des opportunités limitées et étaient confrontés à l'inégalité, à l'insécurité sociale et économique, et, fatalement, s'identifiaient à des acteurs qui s'agitent dans une arène mondiale, hors espace. En mettant côte à côte la

désaffection matérielle des Marocains chez eux et l'affection de leurs compatriotes qui vivent ailleurs, je me demande, en écho à Milanovic et Yitzhaki, si l'arène la plus appropriée pour concevoir, mesurer et régler les problèmes de groupes sociaux compétents ou semi-compétents, éduqués, socialement ambitieux et au revenu bas ou moyen, ne serait pas les organismes internationaux et non gouvernementaux. Si tel était le cas, cela voudrait dire qu'il faudrait relier la conception et description de la classe moyenne au Maroc à son corollaire global, en veillant à ce que la formation sociale dans ce pays soit en phase avec les tendances mondiales.

Quand, dans son interview, Hassan Lahrizi avance que, malgré les problèmes grevant le système éducatif au Maroc, «il y a toujours des étudiants qui étudient bien et s'en sortent», il pourrait faire référence, non seulement à la situation spécifique au Maroc mais à une crise globale qui touche aussi des pays riches et en développement. La question que se posent les décideurs politiques, ici et là, est plus ou moins la même : comment améliorer le niveau de l'éducation sans augmenter les ressources, et comment engager des enseignants, des parents, des membres de la communauté et des étudiants dans la mise en place de changements douloureux (licencier des enseignants irresponsables et incompétents...) pour, in fine, assurer une éducation de qualité aux nouvelles générations et leur donner plus de chance d'accéder à cette classe moyenne, si convoitée.

Des pistes de solutions inter-nationales

Que pouvons-nous déduire de tout cela ? Apporter des réponses politiques à une échelle globale et plus élargie en vue de contrer le blocage prévisible de la mobilité sociale au Maroc et les fondements fragiles de sa classe moyenne pourrait nécessiter : une plus grande mobilité des travailleurs entre les pays les plus pauvres et les plus riches ; un plus grand soutien aux formations destinées aux services publics, à l'éducation et à la santé ; moins de disparités dans les salaires ; un accès économiquement plus viable au

logement. Au milieu du XXème siècle, précisément durant les périodes post-coloniales et d'après guerre, certaines politiques ont sciemment favorisé des populations bien ciblées, mais ce qui est plus important encore, un mouvement international prévalait et offrait un accès général aux services publics, permettant essentiellement la gratuité de l'éducation et la mise en place de systèmes de santé publique. Les contraintes relatives à la fabrication d'une classe moyenne au Maroc sont peut-être tributaires de la renaissance d'un mouvement de ce genre, ce qui devrait résulter de stratégies politiques globales et nationales à la fois. Si l'on venait à améliorer la formation et les conditions de travail au sein des institutions marocaines, dont la finalité est de soutenir la mobilité sociale, tels que les hôpitaux, les écoles et autres structures veillant au bien-être et à l'éducation, et si l'on se battait pour permettre une plus grande mobilité internationale des travailleurs, peut-être que Hassan Lahrizi n'aurait plus dans l'avenir de raisons de dire : «Quelques étudiants réussissent dans le public, même s'il y a des classes avec beaucoup de perturbateurs». La persévérance, à laquelle il attribue leur succès, ne leur permettrait plus une simple survie (pas d'horizon de mobilité) mais leur ouvrirait la porte d'un futur prometteur. Quant aux autres qui «n'y arrivent pas ou ne laissent pas les autres travailler ou étudier», ils auront d'autres motivations pour se préserver. ■

RÉFÉRENCES AUTRES QUE L'ÉTUDE DU CESEM

• Aujourd'hui le Maroc
• Agence de Développement Social. 2006. Bilan des Activités de l'ADS 2005.
• Birdsall, Nancy. 2000. "Building a Market-friendly Middle Class," Annual World Bank Conference on Development Economics, April 18, 2000.
• Cohen, Shana. 2004. Searching for a Different Future. Durham, NC: Duke University Press.
• Direction de la Statistique. 2006. Enquête nationale sur la consommation et les dépenses des ménages 2001/2002: Rapport de Synthèse.
• Nourredine El Aoufi and Mohammed Bensaïd. 2005. "Chômage et employabilité des jeunes au Maroc," Cahiers de la stratégie de l'emploi.
• Vermeren, Pierre. 2002. Ecole, élite et pouvoir au Maroc et en Tunisie au XXème siècle. Rabat, Alizés.

L'image façonnée par la publicité

Si, au Maroc, les classes moyennes sont difficilement identifiables et quantifiables, les publicitaires eux ont résolu le problème : la classe moyenne, ils la façonnent avec ce que cela implique comme choix de société et sous-entend comme discriminants. La lecture d'affiches et de spots et une série d'entretiens sur lesquels s'appuie cet article parlent d'eux-mêmes.

Par Elsa Coslado, géographe, doctorante, CJB et Université de Tours

Aujourd'hui, au Maroc, dans l'espace public comme dans l'espace privé, difficile d'échapper aux publicités qui envahissent télés, journaux, radios, sites internet, courriers. En effet, depuis la seconde moitié du XXème siècle, les supports de la publicité se sont largement démultipliés ; aussi, la quantité de publicités visibles a largement augmenté. De surcroît, les modes de vie actuels, même dans les milieux considérés comme les plus instruits et les plus occupés, offrent une place importante à ces supports publicitaires : par exemple, 42% des cadres regardent la télé entre 1 et 2 heures par jour et 10% d'entre eux plus de 4 heures par jour[1] ! Or, 2 heures de télé – pendant l'audience la plus regardée, à savoir de 21 h à 23h- signifient au minimum 15 minutes consacrées à la publicité (soit au moins 12,5 % du temps d'audience)[2]. Comme en témoigne ces chiffres sur les cadres, la classe moyenne est fréquement amenée à être confrontée à la publicité.

L'affluence de publicités et de regards sur la publicité autorise à se demander quelle est l'influence des messages publicitaires, visuels ou textuels qui inondent le quotidien.

A l'exception des produits alimentaires qui concernent tout le monde, des produits de luxe qui ne concernent que quelques uns, la majorité des publicités vise la classe moyenne. Son développement est vivement souhaité par les acteurs économiques

Comment la publicité contribue-t-elle à la formation des goûts de la classe moyenne ? Et au fond, participe-t-elle à construire cette classe moyenne ? Pour répondre à ces questions nous avons interviewé une vingtaine de personnes de l'univers commercial et de la publicité (responsable de marketing du secteur bancaire, du crédit à la consommation, de l'immobilier, du vêtement, de l'automobile et d'agences de communication).

Une catégorie sociale porteuse d'espoir

La classe moyenne est souvent considérée par les acteurs économiques comme une cible très intéressante. Comme le dit Houda Faddi de Marwa, «elle donne l'espoir d'un véritable moteur pour l'économie». Dotée d'un certain pouvoir d'achat et de préoccupations qui dépassent celles de la survie, elle est en mesure de consommer une multitude de biens ne relevant pas des besoins de première nécessité. A l'exception des produits alimentaires qui concernent tout le monde, des produits de luxe qui ne concernent que quelques uns,

la majorité des publicités vise la classe moyenne. Le développement de cette catégorie sociale est vivement souhaité par les acteurs économiques : même si les enjeux en terme d'amélioration de l'offre culturelle ou de la conscience politique sont souvent évoqués – comme par exemple par Saïd Bouftass publicitaire-plasticien – l'enjeu majeur de la montée de la classe moyenne reste néanmoins que, plus nombreuse elle sera, plus le nombre d'acheteurs potentiels s'élèvera.

La technique de «mise en valeur»

Le maître mot de la profession de publicitaire est peut-être le mot VALEUR. D'ailleurs, Hamid Faridi (Diapason communication) n'hésite pas à se présenter comme «un créateur de valeur». Pour que le «bien» – on appréciera le double sens du mot - soit vendu, le langage employé cherchera à le valoriser et à valoriser les personnes qui seront amenées à l'utiliser. Tout fonctionne comme si, même si tous les marketeurs vous diront le contraire, le produit importe peu. Aussi basique soit-il, la publicité va en faire quelque chose d'autre, ou tout au moins, quelque chose de «plus» que ce qu'il est prosaïquement. La publicité «resignifie l'objet» pour employer les termes d'Olivier Blondeau[3]. Elle va lui attribuer une valeur symbolique, en assortissant l'objet d'évocations positives : calme, sécurité, évasion, pureté, bien-être, proximité, harmonie, confort, modernité, traditions respectées. Les détenteurs de cet objet magnifié bénéficient, eux aussi, des bienfaits de l'opération puisqu'ils se trouvent valorisés à leur tour.
En quelque sorte, l'usage de l'objet promu par la publicité reconfigure et améliore l'identité de l'individu. L'individu peut ainsi être fier de lui-même et devant les autres. A n'en point douter, les publicitaires et responsables commerciaux surfent sur la vague du besoin de reconnaissance, qu'ils considèrent comme très fort au Maroc. Ce besoin, nous explique Anouar Soulami (qui

travaillait précédemment pour le Groupe Banque Populaire), tient à la conjonction de deux tendances : la première est que, si les choix individuels ont plus de place aujourd'hui, le regard de la communauté et les apparences déterminent encore beaucoup les comportements des individus. La deuxième est que la forte mobilité sociale actuelle, (sortie de la pauvreté et réussite sociale), stimule les besoins de reconnaissance et d'affichage des richesses des nouveaux «élus», même de classe moyenne.
Valeur aussi, parce que les messages publicitaires suggèrent «ce qui est bien»: c'est bien d'habiter une villa dans une résidence fermée pour la sécurité des enfants ; c'est bien quand on est une jeune femme mariée d'aller au travail dans SA petite voiture nouvelle, très sûre et très fonctionnelle, etc. Au propos positif est souvent sous-tendu, sans le dire, une vision de «ce qui est mal» s'inscrivant dans le registre des idées reçues, la morale, et du politiquement correct : ce n'est pas bien pour les enfants d'habiter dans un quartier populaire, ce n'est pas sûr de prendre le bus pour aller au travail.

De la suggestion à la persuasion

Alors même que dans la publicité, cela ne vous aura pas échappé, «ce qui est bien» est souvent «ce qui fait bien», à force de répétitions et de convergences, de besoins de reconnaissance et d'adéquation du discours avec ce qui est communément admis, l'œil et le goût s'habituent à ce qui est proposé. De plus, les messages promotionnels nous fournissent les mots et valeurs, bref un argumentaire confortable pour l'esprit, pour s'expliquer à soi-même ces nouveaux goûts. Raymond Williams, historien anglais de la publicité, appelle ce processus qui a pour fin de rendre un produit désirable, «le système magique». Une fois désirable, l'objet, certes, devient convoité mais ses attributs immatériels construits par la publicité (comme le comportement ou le mode de vie associé à l'usage du produit proposé par les images,...) le deviennent aussi. Ils sont ainsi intégrés à la palette des goûts – pour l'objet - et des aspirations – pour les attributs, l'ensemble suggérant un mode de vie, un ethos ou un habitus comme dirait Bourdieu.
Le publicitaire, ou le responsable marketing, dont le langage interne à la profession n'échappe pas lui non plus aux tournures rhétoriques valorisantes, appelle cet exercice subtil de persuasion : l'éducation du consommateur.
Ainsi, tout prête à penser que, sans pour autant la nommer en tant que telle, la publicité participe implicitement à la création de cette classe moyenne, en suggérant à l'ensemble de la population une image de ce qu'elle pourrait être. A cette classe moyenne, invisible et discrète, la publicité ne cesse de proposer par ses récits, comment s'habiller, manger, se déplacer, habiter, se détendre, s'instruire, économiser, vivre en famille, sortir avec ses amis... Cette mise en scène de la vie quotidienne des classes moyennes devient la référence à laquelle le quotidien de la majorité peut se conformer car, bien évidemment, il n'y a pas que les classes moyennes qui regardent ou écoutent les médias. Les publicités proposent un style de vie, pour ceux qui peuvent se le permettre, et un devenir à atteindre, pour ceux qui ne le peuvent pas encore. ■

Dans la publicité, cela ne vous aura pas échappé, «ce qui est bien» est souvent «ce qui fait bien»

1 Chama Benbrahim, « 10% regardent la télévision plus de 4 heures par jour » in La Vie eco : comment vivent les cadres aujourd'hui, supplément La Vie éco du 18 juillet 2008.
2 Ces chiffres proviennent d'une étude faite par 2M sur la programmation publicitaire de la chaîne, le 18 décembre 2008.
3 Il emploie ces termes dans un contexte plus large que la publicité, à savoir celui des médias, qui «offre à ceux qui en perçoivent [les informations] et les transforment, dans ce bricolage de l'imaginaire collectif, une série d'éléments (personnages, actions et formes textuelles) d'où peuvent être tirés des scénarios de vies imaginées ». Become The Media! Du Post-Media au Médiascape, Olivier Blondeau (sociologue), http://www.freescape.eu.org/biblio/article.php3?id_article=214

L'autre sexe

La classe moyenne commence à prendre sens quand les femmes sont partie prenante dans la société, dans l'économie au moins– à défaut du politique. Grâce aux questions et réponses relatives au 'deuxième sexe[1]' qui se trouvent dans l'enquête, nous avons tenté de cerner les contours sociologiques, comportementaux et symboliques des femmes appartenant à la classe moyenne ou y aspirant.

Fadma Ait Mous,
chercheuse, Cesem-HEM
& Ahmed Bendella,
chercheur, CS2M

Au Maroc, la promotion de la «classe moyenne» est aujourd'hui au cœur des préoccupations politiques. En l'absence de mouvements de défense des classes moyennes permettant d'y associer des valeurs symboliques et des aspirations politiques qui renverraient vers une conscience d'appartenance commune, les labels «classe moyenne» ou «classes moyennes[2]» restent des catégories sociales insaisissables, se dérobant à toute tentative de définition et de quantification. De même, théoriquement parlant, l'expression reste ambivalente, elle «évoque un entre-deux à géométrie variable entre les classes supérieures et les classes populaires» (Bosc, 2007 : 5).

L'entrée pratique pour cette étude a été, comme il est souligné dans l'introduction de ce dossier, une investigation auprès des prescripteurs qui ont besoin de construire une image de la classe moyenne, afin de la cibler par leurs différents produits. Le propos ici sera d'essayer d'articuler ce qui ressort de ces thèmes en rapport cette fois avec le genre.

Les nouvelles habitudes de travail ont influencé le mariage et la reproduction en entraînant de nouvelles contraintes horaires et un étiolement des réseaux familiaux qui prenaient en charge l'éducation des enfants

En Tunisie[3], pays auquel nos interviewés se réfèrent volontiers pour établir des comparaisons, la classe moyenne serait plus visible. Et parmi les conditions ayant contribué à son émergence, note le président de la Banque tunisienne de solidarité, Mohamed Lamine Hafsaoui, il y a la libération de la femme : «Sans l'implication de la femme, la classe moyenne serait une chimère»[4].

Qu'en est-il au Maroc ? Quel est le rôle de la femme dans l'émergence

1 En référence au livre de Simone De Beauvoir, Le deuxième sexe
2 Le pluriel (classes moyennes) renvoie d'abord au caractère composite des catégories: commerçants, artisans, petits industriels, agriculteurs 'aisés', professions libérales 'modestes', auxquels s'adjoignent ensuite les salariés non manuels (employés, fonctionnaires, instituteurs et professeurs, ingénieurs, etc.) (Bosc, 2007 :6).
3 «La structure de la société tunisienne se caractérise par l'existence d'une classe moyenne à laquelle appartiennent 80% de la population. Les conditions de vie sont en amélioration constante depuis quatre décennies. Une évolution notable est enregistrée depuis 1987, résultat d'importantes réformes économiques et sociales qui ont permis d'élever le niveau de vie dans le pays et d'améliorer les conditions d'existence des couches les plus défavorisées de la population». Source : (Institut national de la statistique «octobre 2007») : http://www.tunisie.com/societe/famille.html (page consultée le 28 janvier 2009).
4 http://www.aufaitmaroc.com/fr/actualite/economie/article/la-classe-moyenne-marocaine-comment-la-faire-sortir-de-lombre/ (page consultée le 20 janvier 2009).

d'une classe moyenne ? En prenant le ménage comme unité sociale de base, quel rôle joue la femme dans l'accès et le maintien dans la classe moyenne? Est-ce que le salaire féminin est indispensable aux ménages marocains pour pouvoir prétendre au statut de classe moyenne ? Et enfin quel est le portrait d'une Marocaine «moyenne[5]» ?

Si l'intérêt pour les classes moyennes commence à s'affirmer et semble aller grandissant, encouragé par la prise en charge par les institutions politiques de cette question, il n'en demeure pas moins que les femmes restent largement absentes de ces études et analyses[6]. Ainsi, nous nous essaierons, à partir des entretiens effectués, à débusquer les différentes représentations et discours sur la femme.

Travail des femmes, double salaire et conscience de soi

Pour beaucoup de ménages, le salaire féminin est devenu l'apport indispensable pour pouvoir désormais prétendre au statut de classe moyenne. L'hypothèse qui sous-tend cette idée est que le principal effet de l'emploi féminin est de «brouiller la stratification et de renforcer le mouvement de moyennisation : en bas, si le métier de la femme est supérieur, il fait monter le ménage dans la hiérarchie ; en revanche en haut, un métier de la femme inférieur à celui du mari ne fait pas descendre le ménage» (Mendras 1988 [1994], 67).

Au Maroc, la croissance du taux d'activité des femmes a quadruplé : «Entre 1960 et 1995, le taux d'activité des jeunes femmes a été multiplié par 4, de 10% à 37%. Les nouvelles habitudes de travail ont influencé le mariage et la reproduction en entraînant de nouvelles contraintes horaires et un étiolement des réseaux familiaux qui prenaient en charge l'éducation des enfants» (Courbage & Todd, 2007 :73).

Nos interviewés ont identifié le travail de la femme, et donc le double salaire, comme l'une des caractéristiques de la classe moyenne marocaine : «La femme a contribué beaucoup à ce que la famille soit au niveau de la classe moyenne » (H. Faridi, Jetsakane / Diapason).
Le double salaire est important,

«Je ne me marie pas car je n'en ai pas les moyens. Et puis, j'ai envie d'accéder à un standing de vie. Or, si je me marie, je n'aurai pas accès au logement, j'habiterai chez mes parents...»

ajoute-t-il, pour «accéder à un niveau d'autonomie, de responsabilité, de pouvoir, de pouvoir de consommation, de pouvoir de sécurité. Et donc, à la classe moyenne... «C'est ainsi que dans un couple, les deux sont actifs et «peuvent constituer un statut... D'ailleurs, aujourd'hui, on voit beaucoup de jeunes hommes qui disent 'je veux me marier avec une jeune femme qui travaille, je ne veux plus me marier avec une femme au foyer, je n'en ai pas les moyens».(A. Lahbabi, Veolia).
Au-delà, le travail de la femme se voit même érigé en principe dans l'intérêt de chacun : «Le coût de la vie est tellement élevé que n'importe quelle classe devrait normalement avoir les deux conjoints qui travaillent ... Et si quelqu'un n'y pense pas assez aujourd'hui, c'est qu'il n'est pas dans l'état d'esprit de faire avancer ni son foyer, ni son avenir» (H. Lahrizi, Sochepress). Par le travail, la femme s'affirme donc, et acquiert son indépendance financière.

En tenant compte, plus globalement, de l'évolution démographique de la société (la famille nombreuse n'est plus la norme), il s'avère qu'au milieu de la pyramide sociale, ces transformations ont engendré des changements dans les comportements et les rapports hommes/femmes de telle sorte que «l'homme est bouleversé, dans sa position de chef de famille, de leader» (M. Ezzouak, Yabiladi).
Par ailleurs, la femme a acquis une conscience de son statut pour la prise de décision en matière de contraception : «La femme est en mesure maintenant de dire 'non je ne peux plus faire beaucoup d'enfants'. Et vous n'avez qu'à voir le taux de croissance démographique. Ce n'est pas parce que c'est trop cher. C'est parce que la femme [éduquée et autonome] a conscience d'elle-même... « (Lafdali : Entrepreneur, syndicaliste).

Par l'instruction, le travail (qu'il soit dans le privé ou le public) et l'accès

au microcrédit, la femme acquiert autonomie financière, respect et pouvoir : «Moi, je crois qu'il y a eu des changements notoires avec la modification du code de la famille, mais aussi avec le microcrédit. (...) 80 % des crédits de notre fondation vont aux femmes, cette priorité a toujours été voulue. Les femmes deviennent des chefs de famille. Soit elles assument la famille, soit elles participent financièrement et le mari les respecte...» (N. Ayouche, Zagora).

La femme célibataire, une inconnue

Si la femme mariée contribue grandement à l'accès de sa famille au statut de classe moyenne, qu'en est-il de la célibataire ? D'abord, soulignons que, selon nos interviewés, le mariage reste une valeur incontournable : «Le mariage, c'est comme la maison, l'accès à la propriété, c'est un incontournable ici» (M. Lazrak, Organisme culturel). Ceci semblerait encore plus vrai pour la femme, car il en va de sa reconnaissance sociale: «La femme au Maroc vivra toujours dans le sillon d'un homme... Il faudra qu'elle trouve un mec : le mari, de manière à ce qu'elle soit reconnue socialement». (A. Boucetta, Directeur commercial).

Si par rapport à la femme, le conformisme l'emporte, d'autres interviewés indiquent que le rapport au célibat masculin a tout de même évolué dans la société marocaine. «Aujourd'hui, on a commencé à cibler dans le marketing ... cette icône du célibataire, quadra, bien dans sa peau, qui ne souffre d'aucun problème visiblement, autonome, complètement autonome. Et dans les produits qui se proposent à la vente et donc en marketing, il y a des produits qui s'adressent à lui. C'est totalement nouveau» (H. Faridi, Jetsakane et Diapason). Cela montre, a contrario, que la femme quadra, célibataire, autonome et bien dans sa peau, quoique réelle, n'est qu'une ombre, invisible et pas encore reconnue.

Bibliographie :

- S. Bosc (dir.) : « Les classes moyennes » In Problèmes politiques et sociaux, n°938-939/juillet-août 2007.
- Y. Courbage & E. Todd, Le rendez-vous des civilisations, Paris, Seuil, 2007.
- H. MENDRAS. (Avec la collaboration de DUBOYS-FRESNEY L.) 1988 [1994] La seconde révolution française : 1965-1984, Paris, Gallimard.
- E. Goffman, Gender Advertisements, London, Macmillan Press, 1985.
- E. Goffman, « La ritualisation de la féminité » In Actes de la Recherche en Sciences Sociales, Année 1977, Volume 14, Numéro 1, p. 34 – 50.

La petite taille de la voiture commercialisée par la publicité renvoie à une certaine conception des rapports entre les sexes et aux représentations du féminin et du masculin dans la société

Adiba Lahbabi (Veolia Maroc) appréhende cette figure naissante de la femme classe moyenne, non mariée: « [Il y en a qui se disent] 'je ne me marie pas parce que je n'en ai pas les moyens. Et puis, j'ai envie d'accéder à un standing de vie. Or, si je me marie, je n'aurai pas accès au logement, j'habiterai chez mes parents... Qui dit mariage, dit forcément beaucoup de frais, des enfants'. Ces femmes-là ne se marient pas du tout ou se marient tard, pour justement accéder à tous ces biens de consommation. [Il y en a aussi qui se disent] : 'Je fais ce que je veux, je voyage ...'. Celles-là n'ont plus cette contrainte familiale qui fait qu'à 18 ans, elles doivent être casées, mariées. Elles n'en ont pas besoin. Avant, les femmes se mariaient par besoin : d'abord, elles étaient prises en charge par le père puis par leur mari. Aujourd'hui, elles ont un

5 Dans le sens d'appartenance à la classe moyenne.
6 Voir par exemple, le dossier « Classes moyennes » de la revue Problèmes politiques et sociaux n° 938-939, dossier dirigé par Serge Bosc juillet-août 2007.

salaire, un job, sont beaucoup plus regardantes, plus exigeantes par rapport au mariage, elles doivent se dire : 'Mieux vaut vivre seule que mal accompagnée. Et puis, de toute façon, je gagne ma vie, donc je n'ai pas besoin forcément de m'embarrasser d'un partenaire'». C'est un nouveau type de comportement que l'accès à la mobilité sociale autorise, mais qui demeure marginal.

Par-delà le mariage, les classes moyennes génèrent-elles des modifications dans les rapports hommes/femmes : le rapport à l'émancipation, à la domination, aux stratégies matrimoniales. Il ressort de nos entretiens que la femme objet de notre étude a des facilités dans son quotidien dont la femme des classes populaires ne dispose pas. Le fait qu'elle soit motorisée, par exemple : elle aura tendance à «transgresser» certains interdits auxquelles la femme des milieux défavorisés se doit de se soumettre : «Puisqu'elle est motorisée, elle se permet plus de déplacements, elle peut rentrer tard, sortir tôt, voyager» (H. Feddi : Marwa).

Aussi, excepté pour les produits de beauté et de mode, les «prescripteurs de la classe moyenne», ciblent-ils essentiellement le couple. C'est par exemple le cas dans l'immobilier : « (...) on a travaillé sur le ménage et pas sur l'individu (...) Moi, je travaille sur le ménage. C'est une unité statistique, de planification» (D. Effina, Al Omrane). Un autre exemple dans la vente de voiture : «Pour le segment classe moyenne, nous avons la Corolla qui lui correspond parfaitement : c'est pour le couple, le ménage marocain, marié, père et mère de deux enfants» (M. Iraki, Toyota Maroc).

Portraits-types de la femme classe moyenne

Le portrait de la femme de la classe moyenne, tel qu'il ressort de nos entretiens, est multidimensionnel, selon le métier de nos interlocuteurs qui la ciblent comme cliente. En gros, le portrait-type qui ressort des différentes conceptions, c'est celui d'une femme citadine, éduquée, active avec un revenu relativement stable, «moderne[7]», avec un mode de vie urbain, mariée ou disposée à l'être, «fashion», consommatrice.

C'est ainsi que **dans le domaine de la mode et de la couture,** la femme classe moyenne est avant tout «fashion», elle est la plus ouverte aux modes européennes, elle est plus intéressée par la mode, elle veut montrer son aspect moderne, son indépendance, elle s'affirme, est éduquée et active.» (H. Feddi, enseigne Marwa).

Dans le domaine de l'automobile, «la clientèle féminine prend un certain poids». Contrairement aux hommes, «Les femmes sont plus sensibles (...) au design et à la sécurité du véhicule» (Iraki, Toyota Maroc).

Par ailleurs, le «consommateur se féminise de plus en plus dans son processus d'achat. Vous avez même parfois des clients, des hommes, qui vous disent : 'la forme, je n'aime pas trop, je préfère telle ou telle forme' parce que derrière, il y a une femme qui a du poids dans le processus de décision»(M. Iraki, Toyota Maroc).

Dans le domaine de l'édition et de la presse dite féminine, c'est la femme moderne, qui travaille, qui est visée : «Je ne vois aucun magazine aujourd'hui qui soit pour la femme au foyer» (H. Lahrizi, Sochepress). Sur le fond, les femmes semblent être moins portées sur la politique que les hommes. «Quand on va parler de politique [dans un magazine], vous allez avoir beaucoup plus d'acheteurs hommes que femmes. [Pour] les quotidiens aussi, les hommes sont plus intéressés. À moins que ce soit un quotidien vendu ou à la portée dans les sociétés, là les femmes le reçoivent». (Lahrizi, Sochepress).

> Si le domaine économique par exemple est accessible aux femmes, le renoncement à la prétention au pouvoir politique serait le prix à payer pour cet accès.

Consommation et publicité : les «parades» du genre[8]

L'entrée «publicité et consommation» est très riche en informations.

En effet, si les producteurs et les marketeurs traduisent les évolutions de la société en offrant des produits adaptés aux nouveaux modes de vie de cette nouvelle femme, ils contribuent en retour à la création et/ou au renforcement de certains clichés. Il est intéressant d'observer à ce propos les différentes images véhiculées par les publicités, de voir comment elles établissent une distinction entre les domaines destinés spécifiquement à la femme et ceux destinés plus globalement à la famille/ménage et, dans ce dernier cas, la place qu'occupe la femme dans ce dispositif.

Nous nous basons ici sur quelques photographies publicitaires[9] illustrant le ciblage de la femme par les «pres-

cripteurs de la classe moyenne», en lien avec la consommation (automobile, immobilier, mode etc.). Prenons l'exemple de la publicité dans le secteur de la vente de voitures. Là, la taille de la voiture est importante à considérer dans les publicités. C'est ainsi que tandis que monsieur classe moyenne va rouler dans une berline de moyenne gamme – perçue comme trop encombrante pour la femme –, madame, elle, choisit une petite voiture, dite «citadine». Ce choix est par ailleurs influencé par la publicité qui la cible directement comme cliente en lui présentant une petite voiture neuve et fonctionnelle avec un design et un look sexy. M. Iraki (Toyota Maroc) nous détaille ces différences homme-femme en ces termes : «Alors, vous avez, la micro-citadine et la citadine, le gros du marché. En fait, ce sont les femmes qui les achètent. Je n'ai, par contre, pas de chiffres à vous donner. D'ailleurs le choix des femmes se fait en dehors de la considération de la marque. D'où le succès, par exemple, de la Kia Picanto : une petite voiture effectivement, un modèle... à un prix très intéressant. Donc ça dépend un peu du profil de la consommatrice marocaine, qui, dans ce cas[10], est cadre moyen dans une entreprise. En général, elle démarre avec ce type de voiture».

Au-delà du produit, la taille de la voiture (petite pour la femme, grande pour l'homme) nous ramène à l'analyse de Goffman (Gender Advertisements). L'on pourrait avancer l'hypothèse que cette différence de taille de la voiture commercialisée par la publicité renvoie quelque part à une certaine conception des rapports entre les sexes et les représentations du féminin et du masculin dans la société. Et ce, dans la mesure où la «grande taille» de l'homme est mise en avant pour signifier la supériorité de son statut alors que la «petite taille» de la femme la représente comme assistée. Goffman considère que les publicités ne font que reproduire les rapports traditionnels entre les sexes dans une société : «La plupart des publicités mettant en

scène des hommes et des femmes évoquent plus ou moins ouvertement la division et la hiérarchie traditionnelles entre les sexes. Ainsi la femme apparaît le plus souvent dans des positions de subalterne ou d'assistée. Inversement l'homme, dont la taille plus élevée symbolise le statut supérieur, est représenté dans une posture protectrice qui varie suivant le lien social qu'il entretient avec ses partenaires : familial professionnel, amoureux » (Goffman, 1977 :38).

Femmes, tradition et modernité

A ce propos, on peut établir une distinction entre l'évolution que permet la mobilité sociale et, à l'inverse, la facilité de cette mobilité par la modernisation de la société et des individus ; les trajectoires possibles pour les femmes dans ces évolutions et les limites ou les frontières infranchissables pour elles, ou qu'elles doivent respecter pour pouvoir prétendre à un certain statut.

Concernant le premier point, la mobilité sociale impliquerait que les acteurs sociaux soient amenés à modifier leurs codes de comportement, ayant désormais un rang à tenir dans la société. Dans ce sens, la classe moyenne ne serait pas uniquement une position déterminée économiquement, mais quelque chose qui s'approche de la culture de classe, et qui aurait des implications sociales, notamment en ce qui concerne la promotion du rôle de la femme.

La question peut aussi être appréhendée de manière inverse, en supposant que l'évolution de la société dans le sens de la modernisation contribuerait au renforcement de la classe moyenne. Dans ce sens, et si l'on retient l'hypothèse qui voudrait que la femme joue un rôle dans l'accès et le maintien dans la classe moyenne, on peut voir toute l'importance que revêtent des questions comme l'éducation ou le travail de la femme. Ceci dit, les interviewés soulignent suffisamment que l'ascension des femmes n'est pas exempte d'embûches. Ainsi, si le domaine économique par exemple leur est accessible, le renoncement à la prétention au pouvoir politique serait le prix à payer pour cet accès. Ainsi donc, à parcours professionnel égal, il reste toujours à la femme à combler le déficit en pouvoir, et à s'acquitter du prix de sa promotion. ■

7 Les guillemets sont pour signifier l'ambiguïté du modèle de modernité véhiculé : «[...] il ne faut pas que la modernité empiète sur nos traditions. Moderne, la femme marocaine doit garder son identité de femme musulmane marocaine» (H. Feddi, Marwa).
8 Référence explicite à l'ouvrage d'Erving Goffman Gender Advertisements
9 Le matériel utilisé ici n'est pas exhaustif. Et une analyse approfondie et systématique des relations de genre comme l'a fait Goffman nécessite plus de matériel.
10 En comparaison, dans un milieu plus aisé, c'est le chauffeur qui amène la dame au travail, et dans un milieu plus pauvre, madame, si elle travaille, se déplace en bus ou en taxi commun.

La Chonique

Par Michel Peraldi, anthropologue, CJB

La migration, une classe moyenne délocalisée ?

En France actuellement, une ministre est d'origine marocaine, une autre en Belgique, un élu d'origine marocaine est à la tête de l'une des plus grandes villes des Pays-Bas. Ces «stars» ne sont que la tête de comète d'un mouvement tranquille qui voit, partout en Europe, se renforcer la présence en politique, d'élus et de responsables issus de la migration, marocaine entre autres. Ils étaient par exemple 90 élus d'origine étrangère aux dernières élections du Parlement de Bruxelles et 17 députés aux élections régionales. L'étude d'où sont tirés ces chiffres ne l'indique pas avec précision, mais en Belgique, la majorité de ces «entrants» en politique sont marocains. La même étude, fort intéressante, met en évidence le fait que la plupart de ces représentants sont fils et filles d'ouvriers immigrés, ont fait des études longues et que, lorsqu'ils exercent une profession, ils sont cadres moyens ou supérieurs[1].

Le profil-type de ces élus est celui de l'enseignant ou du travailleur social qui s'engage en politique après un parcours associatif. On compte aujourd'hui plus de 750 associations marocaines aux Pays-Bas.....

Ces quelques données permettent donc d'établir que, même s'il a été très sélectif, l'ascenseur social a fonctionné dans la migration et qu'une promotion sociale a été clairement possible pour un nombre important des fils d'ouvriers partis tenter l'aventure migratoire. Certes, ce mouvement est loin de toucher unanimement les trois millions et plus de Marocains qui vivent aujourd'hui à l'étranger. Certes, le mouvement s'étend sur deux générations, suppose les rigueurs du terrible filtre scolaire et va sans doute moins vite que pour les fils d'ouvriers et d'employés autochtones... Certes encore, il serait dangereux d'ériger ces réussites en icônes, y compris parce que cela peut très bien n'avoir touché que très provisoirement ces deux générations qui ont bénéficié des «largesses» de l'Etat Providence et du «pacte social» fordiste....

La classe moyenne délocalisée existe et pas seulement comme poussières d'individus dispersés çà et là en Europe. Bien souvent la réussite de l'un ou l'autre entraîne stabilité et promotion sociale des parents et de la fratrie

Prudence donc. Reste néanmoins que cette classe moyenne délocalisée existe et pas seulement comme poussières d'individus dispersés çà et là en Europe. Sachant que bien souvent la réussite de l'un ou l'autre entraîne des effets de stabilité et de promotion sociale sur les parents et la fratrie, c'est un groupe social guère moins consistant que la classe moyenne formée au Maroc dans la dernière décennie (voir dossier)...

Il est donc évident que quelque chose d'une classe moyenne nouvelle s'est formé dans la migration. Oui, par la migration, des fils et filles d'ouvriers sont devenus fonctionnaires, cadres, chercheurs en sciences sociales, maires ou ministres... Plutôt que de se perdre en arguties pour savoir ce que vaut leur promotion sociale, s'ils en sont heureux ou pas, intégrés ou pas, là-bas, la question qui se pose directement aujourd'hui est celle du rôle social, politique et culturel de cette classe moyenne dans leur pays d'origine, où contre toute attente, ils sont régulièrement présents, auquel ils se disent attachés et désireux de s'y responsabiliser...

La visibilité de ces nouveaux citoyens, parce qu'elle donne désormais figure de diaspora à une part importante des migrants marocains, déplace le phénomène au Maroc : il ne s'agit plus simplement de faire bonne figure aux MRE, de les accueillir avec chaleur et hospitalité sur le bord des autoroutes, et il ne s'agit pas davantage de drainer leur épargne vers les banques marocaines. La question, éminemment politique, est d'organiser en réseau, les positions de compétences, d'influence, d'implication dans une culture citoyenne que certains migrants et fils de migrants sont en train de conquérir en Europe, pour y puiser les ferments de transformation et de renouvellement des élites dont le Maroc, sauf contrordre, a grandement besoin. ■