

Nouveaux lieux communs et modernité urbaine dans l'espace résidentiel Nord de Tunis

(El Menzah, El Manar, les Berges du Lac)

Pierre-Arnaud BARTHEL

Géographe, doctorant à l'Université de Tours ATER-Université de Paris V.

Nabil SMIDA

Urbaniste, conseiller du service public, ancien élève de l'ENA de Tunis, La structuration du champ professionnel des ingénieurs agronomes en Tunisie.

L'émergence d'un espace résidentiel au Nord de l'ancienne ville coloniale de Tunis est l'une des mutations fondamentales de la capitale depuis les années 1970. De nouveaux quartiers (nommés El Menzah et El Manar), composés de nombreux lotissements « numérotés »¹, composent un paysage urbain tout à fait particulier produit de logiques d'acteurs convergentes et reflet du positionnement socio-spatial des nouvelles élites urbaines du pays (de l'État ou du milieu des affaires). Quant au nouveau lotissement des Berges du Lac, première tranche du projet de l'aménagement des berges du Lac Nord, il oriente la production de cet espace vers l'Est et le Nord-Est de la capitale, et constitue aujourd'hui la vitrine urbaine de Tunis consacrée au logement des plus grosses fortunes du pays et aux activités de commandement. Ce nouvel espace résidentiel est marqué par une forte homogénéité socio-économique au-delà d'origines géographiques diverses, tout particulièrement djerbiennes, sfaxiennes et sahéniennes. De fabrication contemporaine étalée sur les trois dernières décennies, fonctionnant en forte interdépendance et générant des flux intenses de personnes, de biens et de symboles, les lotissements El Menzah, El Manar et des Berges du Lac sont trois morceaux de ville « hyper » - valorisés socialement et composant une entité spatiale à part entière, jusqu'ici peu étudiée, expression de multiples dynamiques émergentes à l'œuvre dans le procès territorial induisant une recomposition des territoires de la vie urbaine tunisoise.

De nouvelles centralités s'y sont constituées principalement autour de lieux de commerce, de loisirs et d'animation (centres commerciaux, complexes de loisirs, cafés et restaurants) qui sont devenus indissociables² de ce nouvel espace résidentiel très fortement fréquenté autant par ses habitants que par des personnes habitant d'autres quartiers, voire d'autres villes. La dynamique a commencé

en 1973 avec l'ouverture du premier supermarché, appelé « le Passage », à El Menzah 6 à la Cité Jamil, véritable révolution à l'époque. Inscrits dans un espace produit par et pour les classes sociales aisées, signes les plus manifestes d'une certaine modernité urbaine, ces nouveaux lieux « branchés » viennent combler un fort manque dans le double contexte de l'obsolescence des lieux de commerce et d'animation de l'avenue Bourguiba et du centre de l'ancienne ville coloniale devenus peu attractifs, et d'une forte augmentation des aspirations consuméristes de la population de la capitale. Répondant tout particulièrement aux demandes des enfants de ces nouvelles élites, ces lieux marchands sont le révélateur de l'occidentalisation des modes de vie et de l'ouverture d'une large population aux nouvelles formes de la société de consommation. De statut juridique privé, ils sont le théâtre d'intenses pratiques publiques qui font d'eux de véritables lieux « communs » inédits, modifiant par là même la problématique de l'espace public dans une ville de culture arabo-musulmane comme Tunis.

Nous envisageons le lieu comme « *la plus petite entité spatiale complexe* » (Lussault, 1997), produit de situations multiples d'interaction sociale et construit tant dans sa matérialité que dans ses aspects idéels par le jeu de la symbolisation. Le lieu d'usage public a la singularité d'être l'enjeu d'une appropriation plurielle par des groupes différents l'investissant selon des temporalités différenciées. En cela, il est l'objet d'une tension plus ou moins forte, résultant d'une négociation plus ou moins conflictuelle entre ces groupes. Dans cet article, l'idée est de saisir le sens de ces lieux à travers l'analyse de leur construction matérielle et symbolique associant leurs producteurs et leurs consommateurs. L'usage des lieux marchands étudiés est caractérisé par l'immédiateté, la spontanéité de leur appropriation par des acteurs capables d'élaborer des stratégies et de participer à leur symbolisation. Plusieurs hypothèses peuvent être formulées dans cette perspective. On posera tout d'abord l'hypothèse que ces lieux constituent des ressources pour leurs utilisateurs engendrant des formes spécifiques d'interaction sociale à l'origine de sociabilités inédites. En seconde hypothèse, ces nouveaux lieux sont l'expression matérielle et symbolique d'une modernité programmatique affichée, au sens où elle résulte d'un fort volontarisme politico-économique relayé par une acceptation forte (quoique non

absolue) des citoyens tunisois à ce type de modèle. Quelle lecture peut-on faire de cette modernité ? Enfin, nous formulons l'hypothèse que ces nouveaux lieux constituent un « territoire circulatoire » au sens d'Alain Tarrus (2000), dans la mesure où l'on peut soupçonner l'existence d'un réseau souple favorisant une intense circulation symbolique et sociale entre ces lieux et la construction de territorialités inédites, en particulier pour les jeunes.

DE NOUVELLES SCÈNES URBAINES ATTRACTIVES

Ces nouveaux lieux sont le cadre d'une mise en scène sociale marquant fortement l'espace tunisois actuel. Pourquoi ces lieux sont-ils aujourd'hui si attractifs ? Analyser leur configuration nous permettra de questionner leur position dans la ville, leur grammaire symbolique ainsi que leur degré de sélectivité.

Des lieux hautement visibles

Plusieurs types de lieux intéressent notre étude. On peut distinguer trois catégories de lieux de consommation : les lieux proprement commerciaux (centres commerciaux avec galeries et boutiques de luxe), les complexes de loisirs (piscines, *bowlings* ou parcs d'attraction) et enfin les lieux de restauration (cafés avec terrasse, restaurants, pizzerias). La géographie de ces lieux d'animation, de commerces et de loisirs révèle une double logique de localisation. Une logique concentrée est indéniable à l'endroit de la corniche des Berges du Lac, espace qui concentre de nombreux cafés (le café « Miami » en fut le pionnier), restaurants et salons de thé, ou encore au croisement des rues Azzouz Rebaï et Slimane Ben Slimane à El Manar où un véritable « souk de cafés » attire les foules. À El Menzah, le « Centre X » et l'« Espace Makni » sont également deux centres commerciaux se faisant face composant une pôle fort concentrant ces nouvelles fonctions. Une logique plus diluée, plus ponctuelle, est repérable tant au niveau des complexes de loisirs aux Berges du Lac (les *bowlings*, le « *Drive-In* », le complexe « Ben Mahmoud ») qu'à El Menzah et El Manar (centre « Alyssa », « Bella Vita »...). Affublés d'enseignes lumineuses, situés à des positions stratégiques au sein de l'espace urbain, ces lieux sont très visibles. Même quand certains d'entre eux sont situés à la marge des opérations de production des différents lotissements, ils participent pleinement à la fabrication de cet espace résidentiel Nord en en constituant les entrées (le centre commercial Lac Palace), les vitrines (à El Manar, du café « Folla » au restaurant libanais, visibles depuis le grand boulevard du 7 novembre) ou les chevilles articulant le passage d'un lotissement à un autre. Ainsi en est-il du centre « Makni » qui assure le lien entre El Menzah 9A et El Menzah 9B. On peut opposer la naissance de ces lieux aux Berges du Lac, lesquels ont bénéficié de la forte planification de ce lotissement guidant précisément leur implantation. Tandis que l'implantation s'est faite davantage au coup par coup, au gré des opportunités de terrain et des stratégies des promoteurs, dans le cas des nouveaux lotissements El Menzah et El Manar.

Une forte symbolique de la distinction

La grammaire de ces lieux de consommation permet d'apprécier le processus de sémantisation de l'espace par l'intermédiaire d'un ensemble d'objets et de formes

construisant symboliquement leur esprit. Le passant, utilisateur et consommateur potentiel de ces lieux, est fortement attiré par les enseignes lumineuses et les ambiances électriques. La pizzeria « Hollywood » à El Manar, rue Slimane Ben Slimane accroche le regard au moyen d'un décor sur-utilisant les téléviseurs sur lesquels passent des clips de musique américaine, les photographies de stars et les gadgets sur les murs. Les enseignes renvoient à plusieurs registres symboliques puisés essentiellement dans la culture européenne et américaine. Nous remarquons une certaine intensification dans l'usage de ces symboles. Les premières enseignes commerciales qui sont apparues durant les années 1980 à El Manar renvoient à un registre de proximité culturelle et mentale européenne, française et italienne, que la francophonie et l'italophonie de la population tunisoise permettent. Citons ainsi l'exemple de l'enseigne « Côte à Côte », qui sert de repère urbain pour les Tunisois connaissant mal ce nouveau quartier, ou encore l'exemple de la glacierie « Fontana di Trevi », lieu de rassemblement d'une jeunesse baignant dans la culture italienne (via la chaîne de télévision « Rai Uno » et le championnat de football italien). Avec les années 1990, on assiste à l'émergence d'une symbolique qui cadre plus avec les tendances d'une culture « mondialisée » et la diffusion massive de référents culturels américains. Cette symbolique puise ses éléments dans des représentations lointaines plus stimulantes. Ainsi l'esplanade du Flamingo Center à la corniche des Berges du Lac, avec son répertoire d'enseignes (« Miami », « Miami Beach », « America ») joue sur une image associée à la richesse, à la société de consommation et des loisirs sur le registre de la balnéarité. Ces noms de lieux sont aujourd'hui connus à l'échelle de la capitale entière et même du pays.

Mobilier, objets de décoration, lumière et musique construisent une ambiance sur un registre propre à chaque lieu. Le salon de thé « L'Olivier bleu » est un bon cas d'étude. Situé à quelques dizaines de mètres du café « Folla », ce lieu occupe une place remarquable parmi les autres lieux de consommation d'El Manar. Le mobilier, agencé sous la forme de salons avec fauteuils et canapés aux couleurs étudiées, est conçu pour répondre aux exigences et au confort de la clientèle. La musique discrète et la lumière feutrée créent une ambiance intime. La dimension intellectuelle et artistique est valorisée par un « coin livres » (une bibliothèque remplie de luxueux livres d'art). Les prix affichés sont équivalents aux prix en vigueur dans des établissements classés quatre étoiles et contribuent à une sélection de la clientèle. Assez homogène, cette dernière est composée de jeunes cadres, d'étudiants et étudiantes à fort pouvoir de consommation et d'hommes d'affaires en groupe, ou seuls en compagnie féminine. On compte également des cercles de femmes sans hommes qui aiment à fréquenter ce lieu « sélect » qui est conçu sur le modèle du café international de standing. Une terrasse très dégagée donne aux clients une bonne visibilité de l'environnement immédiat du café. L'échange de regards entre les passants et les clients installés à la terrasse construit un dialogue visuel incessant entre le dehors et le dedans protégé.

L'image officielle construite par les producteurs de ces lieux est un moyen de faire valoir la figure de l'entrepreneur instigateur de nouvelles mythologies

urbaines. L'idée est que ces producteurs ont intégré les attentes, les idéologies, les fantasmes de la clientèle ciblée (tunisienne autant qu'étrangère) qui sont ceux de la richesse, du loisir de convivialité et de l'hédonisme. Les référents américains ainsi que des concepts tout faits de lieux, tels que le *drive-in* ou le *bowling*, sont transférés et participent à la construction de ces nouveaux lieux « branchés ». Deux exemples illustreront notre propos. Slim Fennich, P.-D.G. du « Bowling du Lac », est la figure même de l'entrepreneur jeune, dynamique et ambitieux. Son parcours est significatif : études au Canada et aux États-Unis, en Floride. De retour en Tunisie, il a voulu y réintroduire le *bowling* (loisir qui avait, selon lui, bien marché en Tunisie dans les années 1980, puis avait disparu). Son complexe de loisirs s'inspire de la mythologie américaine du « Far West » (décor extérieur de rochers et cactus, intérieur de style « western »). Hend Chaouch, patron femme du « Happy Days-Drive-In » aux Berges du Lac, est une deuxième figure. Connue en Tunisie pour ses victoires dans les rallyes comme pilote de voiture de course, elle a voulu construire le premier *drive-in* tunisien. Pour ce faire, elle s'est inspiré du concept né aux États-Unis qui est associé aux années 1950-60 à la jeunesse dorée qui se donne rendez-vous pour exhiber ses voitures ou celles des parents. Considérée par elle comme « l'icône des années d'or aux États-Unis », le « Happy Days » est un projet rendant hommage au modèle américain. Le parcours, les idéologies et représentations de ces entrepreneurs expliquent pour une large part l'émergence de ces lieux issus de transferts de concepts occidentaux à Tunis, expressions de la forte acculturation de ce type d'acteur. L'image (et la fonction) officielle de ces lieux est bien d'être un « sas » entre la Tunisie et l'Occident, un pont symbolique vers un certain modèle culturel occidental très valorisé. Reste à savoir comment les utilisateurs du lieu reçoivent cette image dominante, dans quelle mesure ils se l'approprient, la subvertissent, voire la refusent dans leurs pratiques et perceptions.

En même temps, certains lieux ne s'inspirent pas de ce modèle pour se construire et ont davantage recours au registre local. Le café « Folla » est un premier exemple. Il est le premier café que l'on rencontre en longeant la rue Azouz Rebaï. Il se distingue par l'emploi du registre traditionnel. D'abord, le nom de « Folla » cadre avec une ambiance estivale évocatrice des odeurs parfumées des soirées tunisiennes. Ensuite, l'offre de la *chicha* (narghilé) et le café turc sont des pratiques typiquement orientales. Enfin, la musique arabe (les voix d'Oum Kalthoum ou de Fairouz) achève de créer l'ambiance. Les *smokings* de service des serveurs, les prix (équivalents à ceux d'établissements classés deux ou trois étoiles) signent le standing de cet établissement. La singularité de « Folla » est manifeste au sein de l'ensemble des établissements qui l'entourent. En forçant un peu le trait, « Folla » fait quasiment figure de café exotique au cœur d'un tissu urbain qui se construit en rapport avec la modernité occidentale. Cette originalité est un atout pour ce lieu qui attire une clientèle à la fois moderne et sensible à la culture et aux ambiances arabes. Cette clientèle regroupe des adultes (30/50 ans), des étudiants, des couples âgés avec de jeunes amoureux. Le matin, le café est un lieu de rendez-vous professionnels ou d'affaires pour une clientèle qui travaille à proximité dans le secteur privé. On l'aura compris, « Folla » est le café de l'adulte moderne qui a

conservé un goût prononcé pour l'ambiance du café traditionnel. C'est ainsi une version moderne du café maure bien connu des Tunisois. Le café « El Kheima » (la tente), situé sur l'esplanade de la corniche des Berges du Lac, est un second exemple de lieu moderne construit en référence à la culture arabe au sein d'un ensemble de lieux occidentalisés de consommation. Qu'elle soit donc très internationalisée ou au contraire « locale », la construction symbolique de ces nouveaux lieux n'est donc pas univoque, et est un processus mobilisant des référentiels identitaires variés.

Entre ouverture et sélectivité

À un premier niveau d'analyse, ces nouveaux lieux communs, d'animation, de commerce et de loisirs, sont des lieux ouverts qui attirent une large population. L'accès est sans aucune restriction physique. La corniche des Berges du Lac attire une mosaïque de publics très hétérogènes : familles, jeunes couples d'amoureux, filles et/ou garçons en bande, hommes d'affaires, même si l'on peut noter que la tranche d'âge 10/30 ans y est la plus fortement représentée. Certains lieux sont associés à des clientèles ciblées. Par exemple le parc d'attractions « Dah Dah », le café « Ben Mahmoud » ou le « Relax Palace » sont spécialisés dans le divertissement familial, tandis que les *bowlings* ou le « Happy Days Drive-In » captent davantage un public de jeunes adultes. À l'échelle du Grand Tunis, ces lieux sont fréquentés par des populations provenant essentiellement des quartiers péri-centraux (El Menzah, El Manar, Ennasser, Cité Olympique,...) et des banlieues de la capitale au Sud (El Mourouj, Médina Jedida, Radès, Mégrine), à l'Ouest (Bardo, Den Den, Manouba) et même au Nord (Ariana, Cité Ghazella). Pour des raisons différentes, les habitants du centre-ville (médina et ancienne ville coloniale) et ceux de la banlieue nord (surtout de Carthage à Gammarth) fréquentent moins ces nouveaux lieux. La corniche bordée de cafés et de restaurants est fréquentée très diversement selon les heures de la journée : le midi, une majorité de femmes et d'hommes d'affaires ; dans l'après-midi, des étudiants, des couples d'amoureux ; puis, le soir, une très forte mixité sociale où l'on voit des familles avec leurs enfants et des groupes de jeunes. Chacun a mis de beaux vêtements pour l'occasion. L'été, la corniche offre un autre visage : la fréquentation est plus hétérogène que durant le reste de l'année ; le lieu attire les Tunisois, les Tunisiens, les Tunisiens résidents à l'étranger³ et d'autres étrangers (notamment Algériens, Libyens, Italiens). Avec la « séance unique »⁴ et les journées chaudes de l'été, les terrasses des cafés de l'esplanade sont très fréquentées dès la fin de l'après-midi et, jusqu'à deux, trois heures du matin, les enfants et adolescents circulent partout en *rollers*, en trottinette ou en vélo. Les jeunes recherchent l'âme sœur (le *bezness* – la drague – va bon train), des couples s'enlacent dans la tombée de la nuit.

À un second niveau d'analyse, plus fin, plus difficile à appréhender, l'observation répétée, minutieuse, participante ou « flottante » selon les cas et les situations, permet de nuancer, voire de minorer l'apparente ouverture de ces lieux pourtant bien connus de tous. En effet, plusieurs facteurs concourent à construire une sélectivité des lieux, difficile à identifier, invisible *a priori*. D'abord, le transport sélectionne par avance le public. En général, la voiture est souvent nécessaire pour s'y rendre et révèle la position

sociale. Ensuite, les prix concourent à assurer un filtrage social de la clientèle. Enfin, les codes (vestimentaire, gestuel et comportemental) construisent un certain esprit du lieu réservé à un public d'habités s'affichant et dominant parfaitement tous ces codes. Pour reprendre les propos de Jade Tabet, « la « mixité » revendiquée par les usagers apparaît ainsi toute relative, puisqu'elle repose sur ce que l'on pourrait appeler un « esprit de club », fondé sur l'exclusion tacite de ceux qui ne présentent pas les propriétés désirées pour pouvoir y appartenir » (Tabet : 145). Inscrits dans un espace résidentiel conçu pour les élites du pays, ces lieux font donc l'objet d'une tension, fruit d'une interprétation conflictuelle par des clientèles hétérogènes qui y ont un accès inégal. Peut-on pour autant dire que ces nouveaux lieux marchands sont les supports spatialisés d'une véritable ségrégation sociale ? Nous serons nuancés et mesurés sur ce point. La notion de sélectivité temporelle, sociale, spatiale⁵ articulée à un principe d'évitement social nous semble plus pertinente. Au final, ces lieux se construisent de façon complexe, à la fois dans l'ouverture et dans la fermeture. L'analyse conduit à envisager leur sémantique sur le mode de l'articulation à plusieurs niveaux de lecture.

DES LIEUX D'ARTICULATION : LECTURES DE LA DYNAMIQUE DES LIEUX

L'articulation est selon nous la marque de fabrique privilégiée de ces lieux marchands émergents. La dynamique des lieux étudiés permet d'interroger notre objet dans une triple perspective. L'approche sociale fera valoir quelle articulation, en termes de situations d'interaction sociale, ces lieux rendent-ils possible. Sur un plan symbolique et idéologique, la question de la modernité sera centrale pour mesurer la possible articulation de plusieurs systèmes de valeurs se combinant de manière plus ou moins conflictuelle. Enfin l'hypothèse d'Alain Tarrus d'un « territoire circulatoire » sera mobilisée comme outil nous servant à mettre en évidence le fonctionnement en réseau de ces lieux.

Des formes spécifiques d'interaction sociale

L'étude des formes spécifiques d'interaction sociale nécessite la prise en compte de l'articulation entre l'ensemble de ces lieux et les sociabilités dont ils sont le support, comme grille de lecture du processus de territorialisation des différents protagonistes. En effet, les sociabilités fournissent des indices sur le rapport entre le social et le spatial, et contiennent les composantes des visées et stratégies des groupes sociaux engagés dans ce processus de construction territoriale. Par sociabilité, nous entendons une forme privilégiée des manifestations territoriales qui médiatisent des rapports sociaux particuliers et des compétences, c'est-à-dire « des capacités d'appropriation matérielle et symbolique des lieux d'une part, et les savoir-circuler dans l'espace d'autre part » (Rouleau-Berger, 1995). La sociabilité comme outil conceptuel permet d'interroger les répertoires (traditionnel et/ou moderne) qui fondent les formes d'interaction sociale et de mettre en évidence des changements sociologiques profonds dans le modèle urbain tunisois. Les lieux communs ici étudiés sont une scène appropriée par des groupes sociaux hétérogènes,

instrumentalisée diversement au service de stratégies spécifiques de marquage à l'intérieur de l'espace urbain. L'objectif de notre recherche est de tenter de cerner les manifestations spontanées de sociabilités qui se construisent dans le quotidien de ces lieux d'usages publics. Nous emploierons autant les variables classiques identifiant ces groupes sociaux que les manières d'être en ces lieux (attitudes, gestuelle, regards, manières de s'habiller, de s'installer dans l'espace).

Tout d'abord, les lieux sont des espaces investis par les jeunes adultes. En drainant ce type de population qui cherche des espaces de consommation moderne (salons de thé de qualité, restaurants offrant une cuisine internationale, cafés pour des rencontres intimes), ces lieux participent au processus de marquage territorial de l'identité publique des personnes qui les fréquentent, en ce qu'ils permettent la concrétisation d'un certain nombre d'attitudes et de valeurs. Le salon de thé « Phuket's » au Carré du Lac ou le café « El Akwass » à El Manar en sont des exemples caractéristiques. Cette clientèle recherche en effet des lieux de détente et de mixité où le contrôle social est relâché et où la présence féminine est normalisée. Il s'agit en général de jeunes cadres supérieurs (enseignants universitaires, cadres dans le secteur financier et bancaire, ingénieurs, médecins) dont le niveau socio-culturel est assez élevé. Ils sont fréquemment célibataires, et possèdent chacun une voiture. Plusieurs caractéristiques communes les rapprochent : d'abord, le fait de ne pas s'identifier avec leur milieu de résidence, car ils n'ont pas d'attachement particulier à leur quartier d'origine ; ensuite, l'existence de liens professionnels forts puisqu'ils exercent des professions proches ; enfin, leur statut de célibataire qui leur donne plus de liberté pour s'investir dans les relations amicales. Une présence féminine est souhaitée par le public masculin aspirant à fréquenter librement des jeunes femmes d'un même niveau. La stratégie de ce groupe est de circuler dans des lieux « mondialisés » en adéquation avec leurs aspirations. Autrement dit, la pratique de ces lieux leur fournit une identité publique en congruence avec l'ensemble de leur environnement idéal et social, structuré par le principe de modernité.

Il s'agit ensuite de lieux investis particulièrement par une certaine jeunesse qui y trouve des espaces pour y afficher des comportements qui leur sont spécifiques. Une sorte de spécialisation territoriale s'effectue pour donner une présence à leur manière d'être dans la ville. Ces comportements prennent appui sur des espaces interstitiels qui n'ont pas de fonction précise ou qui ont des fonctions assez banales : par exemple, certains espaces devant les centres commerciaux, des espaces de circulation, les marches d'un bâtiment, de petits espaces libres devant les pizzerias ou certaines placettes. Ces interstices sont privilégiés, servent à un marquage territorial par les jeunes et dénotent le choix pour des lieux qui renvoient sémantiquement à la société de consommation. Les jeunes y inscrivent des pratiques novatrices, les investissant en leur donnant un caractère branché et juvénile. Haut lieu de la mise en scène de la vie quotidienne, le centre commercial « Centre X » est un lieu emblématique à cet égard. Le toponyme est évocateur, rimant avec la tendance qui fait de la lettre X un des symboles de notre époque, choisie par les groupes de musique techno et évoquant des séries culte américaines (les « X Files »). C'est un imaginaire du non identifié convenant à la recherche de lieu

vide de tout référent culturel local. « L'amphi » est une autre appellation, donnée à un espace composé de marches situées devant le bâtiment proprement dit. « L'amphi » est un lieu de rassemblement de jeunes qui viennent de tous les quartiers de la capitale et occupent de façon nonchalante et décontractée l'espace des marches. C'est un lieu animé où règne une ambiance bon enfant, souvent rythmée par le jeu d'une guitare. Le look vestimentaire des jeunes se fonde sur des références multiples empruntées à des groupes de chanteurs à la mode (« rappeurs », *girls* et *boys band*). Les garçons, avec leur boxer à l'américaine remonté vers le haut, dépassant de leur pantalon et laissant paraître la marque de leur sous-vêtement. Les filles, avec des mèches colorées et habillées avec des jupes très courtes. Espace de parade et de liberté, « L'amphi » est un podium, un observatoire à partir duquel les jeunes (se) « matent » et commentent ce qu'ils voient. Le marquage de ce lieu se fait par de nombreux éléments : les scooters des garçons, les comportements libérés (les filles assises sur les genoux des garçons, posture inhabituelle dans un espace public à Tunis). En cela, ce lieu se construit dans la transgression par rapport à des normes et des codes en vigueur dans l'ensemble des espaces de pratiques publiques. Les jeunes créent une sociabilité nouvelle dans la rue, traduisant ainsi leur aisance dans l'appropriation des interstices de la ville. Ils font preuve d'une grande maîtrise des règles d'usage qu'ils créent pour une part, et d'une certaine expertise du code culturel qui y circule. La corniche du Lac est également un endroit très prisé des jeunes, et plus particulièrement des jeunes amoureux qui doivent cependant négocier leurs actes avec d'autres groupes sociaux qui tolèrent plus ou moins leur présence.

Ces lieux se caractérisent enfin par une forte présence féminine, laquelle est à la base d'une pratique renouvelée de l'espace urbain. Femmes et jeunes filles pratiquent en effet ces lieux avec plus d'aisance que d'autres lieux de la ville, se sentant plus à l'aise, en raison d'un contrôle social relâché et d'une offre de services de qualité. Une observation continue et assortie du comptage du nombre de femmes et du nombre d'hommes fréquentant le restaurant « Hollywood », situé rue Slimane Ben Slimane à El Manar, fait ressortir que les femmes représentent plus de la moitié de la clientèle. Elles viennent souvent en groupes. Elles y recherchent l'anonymat et la protection du lieu. Le salon de thé « The House » est également très appréciée par la gent féminine. La pratique du shopping entre femmes dans des boutiques de marques est aussi très nouvelle, particulièrement dans les environs du centre commercial « Lac Palace ».

En somme, les lieux étudiés construisent du lien social entre différents groupes sociaux aux territorialités divergentes en temps normal (du fait de vécus individuels dans des espaces-temps différenciés), mais ici convergentes. On retiendra leur fonction d'extra-territorialité (Delpal : 202) dans la mesure où les règles d'usage échappent en partie aux déterminants des appartenances territoriales quotidiennes, ordinaires. Par l'anonymat et le brouillage des identités, ces lieux permettent une certaine transgression de normes ordinaires, qui se traduit au niveau des comportements. Ils constituent un apprentissage citoyen par l'intégration de modes d'être nouveaux, l'acquisition de nouvelles compétences.

Une modernité urbaine problématique

Notion très connotée, la modernité est sans doute l'un des grands mythes occidentaux et n'est pas sans poser un grand nombre de problèmes (en particulier d'ordre sémantique) que nous ne traiterons pas ici. Dans notre approche, il sera question des descriptions et des pratiques associées aux lieux étudiés dans leur articulation à la notion de modernité. D'une part, la modernité est intéressante dans la mesure où elle fonctionne comme un descripteur récurrent dans les récits des producteurs et des utilisateurs des lieux qui co-construisent symboliquement des identités spatiales. D'autre part, la modernité est érigée en valeur informant les pratiques et les sociabilités des différents acteurs. Dans le contexte de l'entretien, quel sens est donné à cette notion dans les discours de ces acteurs? Quelles pratiques sociales la modernité affichée, participant à l'image officielle de ces lieux, induit-elle? La modernité est-elle un prisme intégrateur ou producteur d'exclusion, expression des rapports de force entre les classes sociales citadines tunisoises ?

Les récits issus d'entretiens qualitatifs⁶ réalisés avec les producteurs et les utilisateurs des lieux de commerce, de consommation et de loisirs usent de la modernité comme « *catégorie descriptive privilégiée qui peut paraître simple, évidente, transparente, alors même que son usage en contexte se révèle accompagné d'hésitations, de ratures, de modifications, voire de contestations* » (Mondada : 121). Ce descripteur engendre chez les personnes ayant participé aux entretiens des significations contextualisées tout à la fois complémentaires et contradictoires. Ces contenus sémantiques correspondent à des images de lieu articulés à la catégorie descriptive « modernité ». Ces images fondent ce que l'on peut appeler des figures de lieu, au sens où la figure d'un lieu est un rassemblement cohérent d'images faisant sens, fruits d'une reconstruction faite par le chercheur à partir du matériau de son enquête (Chalas : 29).

Nous avons reconstruit à partir des entretiens six grandes figures articulant et explicitant la relation entretenue par ces lieux avec la notion de modernité. Tout d'abord, ces lieux sont décrits comme modernes car ils font figure de lieux « à la mode ». La modernité d'un lieu est avant tout associée au caractère éphémère, à la consommation rapide ; la courte durée de vie d'un lieu renvoie en effet à une modernité toujours en quête d'elle-même. La deuxième figure est celle du lieu-refuge dans la ville. Les propos de Wallid sont significatifs : « *Les limites sociales, la pression sociale sont très fortes en Tunisie. Elles ne laissent pas beaucoup de temps. Venir à la corniche, c'est donc un refuge, par rapport à la ville très encombrée et par rapport à cette pression sociale* ». Le lieu « à l'Occidentale » est une troisième figure qui conjugue de façon complexe des représentations positives et/ou négatives. La fascination ou la méfiance sont deux modalités opposées de réception du modèle officiel (celui des producteurs de ces lieux). Pour Mohamed, « *c'est un petit Miami qui se construit ici* ». La fonction du lieu moderne est celle du dépaysement, de la connexion au monde Occidental. La figure du lieu « à l'Occidentale » peut également signifier la figure d'un lieu pastiche, expression d'une acculturation brutale et du mimétisme de codes étrangers dominants. Najoua regrette : « *Les musiques sont toujours occidentales ou libanaises. Les cafés s'appellent « Miami » ou « America ».* C'est un peu

dommage. Il faudrait une ambiance plus tunisienne. Notre pays est ouvert, très ouvert ; - regardez les paraboles, le tourisme - et nous recevons, nous recevons et nous perdons un peu de nous-mêmes ». La description du lieu décrit comme moderne peut révéler la résistance de l'interlocuteur, la méfiance par rapport à un décor brillant diluant, voire reniant les référents de l'identité tunisienne. Le lieu moderne internationalisé, fruit de la domination de modèles culturels exogènes peut être refusé. Dans cette perspective, le descripteur « modernité » désigne la figure du lieu déraciné, sans référent historique ni culturel. Le lieu déraciné signifie un lieu sans identité stable, artificiel, et pour cela mal perçu.

Mais certains discours opèrent une inversion sémantique : le lieu déraciné devient un lieu construit positivement. La figure du « lieu du dehors » (Ossman, 1998) correspond à un lieu vide, sans référent culturel évident (comme le Mac Donald's⁷, ou un hôtel international). Ce lieu non identifié à d'autres lieux masculins, ou dissocié d'une histoire locale, devient précisément une ressource pour certains groupes sociaux, et en particulier pour les femmes. Ainsi aller dans ces lieux constitue une expérience « hors lieu », sans risque pour les femmes (Ossman). Le lieu moderne acquiert une extra-territorialité, une capacité à s'extraire des territorialités du quotidien. En convenant que la modernité devient une ressource très importante pour les femmes, les lieux étudiés ne représentent pas les mêmes enjeux pour les hommes et pour les femmes. Qu'il soit refuge et/ou lieu du dehors, le lieu « moderne » est alors construit comme un ailleurs compensatoire très recherché. De façon évidente, les récits mettant en scène les lieux étudiés invitent à prendre au sérieux ces « acteurs ordinaires » qui les utilisent. Il est intéressant de souligner que les différentes figures, qui sémantisent le descripteur « modernité », peuvent coexister dans le récit d'un même interlocuteur. La pluralité hésitante, mouvante, structure bien souvent le récit. L'instabilité, au sens de « jeu » existant pour donner du sens aux lieux, structure les discours.

Une lecture de la modernité des lieux ici étudiés est possible à partir du moment où l'on appréhende les pratiques et les sociabilités qui s'y déroulent. La déambulation, la promenade, sont en elles-mêmes des pratiques modernes, en ce qu'elles ne sont pas la norme courante de pratique de l'espace public. On l'a vu précédemment, les déterminants construisant la modernité en actes comme mode de vie sont le relâchement du contrôle social (permissivité), la mixité, l'hédonisme, la convivialité, l'émancipation des mœurs, l'affichage social. La pratique de lieux perçus et vécus comme modernes permet l'activation de registres identitaires spécifiques, de « compétences citadines » particulières. Les pratiques peuvent choquer : ainsi en est-il des femmes habillées très court, ou des comportements de drague entre jeunes. Dans ses pratiques et ses discours, l'individu peut ainsi activer simultanément des systèmes de valeurs et de références antagonistes, mêlant et combinant le traditionnel, plus ou moins conservateur, et la plus grande modernité (au sens d'un libéralisme tolérant en actes dans les façons de faire et dans les dires). On peut également s'interroger sur une telle modernité à la fois intégratrice (favorisant les côtoiements, la proximité spatiale) et productrice d'exclusion (de distance sociale). Supports d'une sociabilité sélective, d'une mixité protégée, ces lieux

modernes sont l'objet d'une tension du fait d'un fort marquage par les groupes sociaux privilégiés. Le principe de modernité rend complexe les règles d'usage de ces lieux et leur sens dans la ville. Une chose est certaine, la modernité fonctionne bien comme mythe fondateur de l'espace résidentiel Nord de Tunis.

Labilité des lieux, lieux en réseau

Depuis quelques années, la mobilité résidentielle s'est intensifiée au sein de l'espace urbain ; elle s'opère des quartiers centraux anciens vers les centres les plus récents. Les centres commerciaux les plus anciens sont abandonnés par les jeunes au profit des nouveaux centres commerciaux. Ainsi, d'abord, il y a eu le centre commercial de la Cité Jamil à El Menzah 6 qui drainait une foule très importante chaque samedi après-midi et servait de lieu de rassemblement et de rendez-vous entre jeunes. Ensuite, ce lieu de rencontre s'est déplacé vers la rue Sliman Ben Sliman qui concentre alors les cafés et les glaciers les plus célèbres de la ville. Depuis cinq ans, les Berges du Lac attirent l'essentiel de la clientèle qui allait auparavant à El Manar. Les lieux étudiés sont ainsi caractérisés par leur labilité, au sens où elle qualifie des « lieux d'articulation entre territoires circulatoires et espaces locaux, de telle sorte que tel emplacement, marché, rue commerçante, peut disparaître rapidement pour apparaître tout aussi rapidement dans un autre quartier de la ville, drainant les mêmes populations ; de telle sorte encore que les lieux-articulations spécialisent les populations qu'ils attirent » (Tarius, 2000 : 127). Le suivi d'un groupe témoin de jeunes adultes, dans le cadre de pratiques des lieux que nous étudions⁸, a permis de faire ressortir l'existence d'un réseau de lieux qui s'enchevêtrent entre eux. Ainsi, tout d'abord, ce groupe a fréquenté assidûment le café « El Akwass » d'El Manar, puis a décidé de changer d'endroit et de se rendre au « Phuket's » aux Berges du Lac, autre lieu prisé par une population mixte, riche et « branchée ». Enfin, dernièrement, le groupe se retrouve plus particulièrement à « la Croisette », salon de thé de luxe, qui a ouvert au printemps 2001, tout près du plan d'eau. Ces lieux participent et décrivent une même logique de territorialisation de l'espace. Les endroits varient, mais le principe de modernité des espaces pratiqués est le même. Ils se ressemblent, car ils appartiennent au même registre de lieux pour jeunes adultes modernes. La territorialité relative au temps de loisir de ce groupe déborde le quartier d'origine où il s'est constitué (El Manar), et prend sens dans l'articulation qui se construit entre plusieurs lieux distants mais ressemblants qui, tous, renvoient aux mêmes valeurs (modernité, mixité, convivialité, émancipation des mœurs et permissivité sociale). Ces lieux composent un réseau significatif caractérisé par la fluidité du passage d'un lieu à l'autre, et à chaque fois l'on retrouve la même clientèle et les mêmes règles d'usage.

Enfin, la problématique de la circulation des lieux invite à penser ces lieux en les articulant à d'autres lieux, que ce soit des modèles de lieux universels archétypaux (tels que le *drive-in*, le *bowling*, le *fast-food* ou encore le *mall*), ou bien les autres lieux de vie et de référence qui construisent la territorialité de l'individu citadin, ou encore les autres lieux de modernité des grandes villes du monde. L'analyse des lieux permet de mettre en correspondance, en résonance, des lieux très divers, et s'avère être d'un grand intérêt heuristique.

CONCLUSION

Ces nouveaux lieux de pratiques publiques à Tunis sont des « sas », des « ponts », entre le « local » et le « global », au croisement d'une nouvelle modernité et du renouvellement de la citoyenneté. Lieux emblématiques, ils résument à eux seuls des morceaux entiers d'une métropole, qui sont engagés dans un processus de territorialisation. Ainsi, le centre commercial « Lac Palace » fonctionne-t-il à la façon d'une synecdoque pour désigner dans le discours ordinaire l'espace entier des Berges du Lac. En même temps, sont-ce de véritables lieux communs ? Certes, ils sont menacés par des logiques ségrégatives engendrées par le principe de distinction, d'autant plus accentuées qu'il s'agit de lieux de statut juridique privé. Pour autant, et en dépit du caractère sélectif de ces lieux en tension avec leur ouverture apparente, nous pensons qu'il y a bien partage des lieux dans la mesure où chaque individu, chaque groupe social, s'est approprié à sa façon ces nouveaux lieux d'une façon positive ou négative⁹ et en a fait un repère dans sa pratique de la grande ville.

NOTES

1. Déjà, pendant les années 1960, apparaissent les quatre premiers El Menzah. Les années 1970 ont vu naître les lotissements El Menzah 5 et 6 et El Manar 1, 2 et 3. Les années 1980, El Menzah 7, 8, 9A, 9B. Les Jardins d'El Menzah et les Berges du Lac sont apparus dans les années 1990. Sur le plan morphologique, ce sont majoritairement des lotissements de villas isolées ou jumelées en bande continue sur des parcelles de dimensions variant entre 500 et 1000 mètres carrés. Les Berges du Lac présentent une typologie plus différenciée de l'habitat, de la villa à l'immeuble R+5.

2. Ce point est tout à fait central et permet d'opposer ces nouveaux lieux de sortie aux hôtels, notamment ceux du bord de mer en banlieue Nord, qui accueillent les femmes, mais fonctionnent finalement comme des enclaves cachées sans lien avec la pratique de la ville. Dans la même perspective, le nouveau « Carrefour » qui s'est construit tout dernièrement (en 2001) au bord de la route de La Marsa (GP9) fonctionne comme un îlot d'urbanité déconnecté du tissu urbain, à la différence des centres commerciaux déjà existants fortement intégrés à la production de l'espace urbain, identifiant et représentant ces nouveaux territoires résidentiels.

3. La corniche est très prisée par les Tunisiens résidents à l'étranger qui signent leur présence par leurs voitures à plaque d'immatriculation étrangère, le téléphone portable dernier cri, ...

4. La « séance unique » a lieu pendant l'été et pendant le mois de Ramadan : les heures de travail sont modifiées : la journée de travail commence très tôt le matin dès 7h30/8h pour s'achever aux alentours de 13h30/14h.

5. On y vient plus ou moins souvent, et/ou on ne fréquente qu'une partie de l'espace proposé.

6. Il s'agit d'un travail d'enquête sur le terrain des Berges du Lac, mené dans le cadre d'une thèse de troisième cycle par Pierre-Arnaud Barthel, et qui s'est déroulé en septembre et en octobre 2000.

7. À propos des Mac Donald's de Casablanca et de Rabat, Hannah Davis Taïeb affirme que « les femmes marocaines ont été assez habiles pour s'approprier l'offre de Mac Donald's et utiliser son américanité

pour en faire un lieu public détendu et mixte (...), à l'abri de la critique du harcèlement masculin. Ici une femme marocaine peut être vue, sans être mal vue » (Davis Taïeb : 18).

8. Ce travail d'observation participante et d'accompagnement a été mené par Nabil Smida, dans le cadre de la préparation d'un Diplôme d'Études Approfondies (DEA) en Urbanisme soutenu en 2001.

9. Les représentations – construisant la symbolisation des lieux – et les pratiques peuvent ainsi être discordantes. Dans le discours, on peut brouder un lieu, attitude qui participe à sa manière au processus de symbolisation de ce lieu, et le pratiquer fréquemment. Et inversement.

BIBLIOGRAPHIE

CHABBI, M., 1994, « Évolution du Grand Tunis. Territorialités et centralité », in *Sciences Sociales et Phénomènes urbains dans le Monde Arabe*, communication à la conférence internationale à la fondation du Roi Abdul-Aziz Al Saoud, 18 p. (doc ronéo)

CHALAS, Y., 2000, *L'Invention de la Ville*, Paris, Collections Villes, Anthropos, 199 p.

DAVIS TAÏEB, Hannah, 1995, « Là où vont les femmes. Notes sur les femmes, les cafés et les fast food au Maroc », *Monde arabe contemporain. Cahiers de Recherche*, n°4, GREMMO, numéro spécial « Espaces Publics, Expressions du Politique », pp. 11-18.

DELPAL, C., 1999, « Une promenade en bord de mer : la corniche de Beyrouth », in *Les Cahiers du CERMOC*, numéro 23, « Reconstruction et réconciliation au Liban », sous la direction de E. Huybrechts et de D. Chawqi, pp. 187-207.

LUSSAULT, M., 1997, *L'espace en actions*, Diplôme d'Habilitation à Diriger des Recherches, Université de Tours, 2 volumes

MIOSSSEC, J.-M., 1987, « From suq to supermarket in Tunis : a problematic evolution », in *Retailing environment in developing countries*, Routledge, pp. 227-242.

MONDADA, L., 2000, *Décrire la Ville. La construction des savoirs urbains dans l'interaction et dans le texte*, Paris, Collection Villes, Anthropos, 284 p.

OSSMAN, S., 1998, dir., *Miroirs maghrébins. Itinéraires de soi et paysage de rencontre*, Paris, CNRS Editions, 285 p.

ROULLEAU-BERGER, L., 1991, *La ville-intervalle. Jeunes entre centre et banlieue*, Paris, Méridiens Klincksieck, 211 p.

SMIDA, N., 2001, DEA, soutenu à l'ENAU.

TABET, J., 1999, « Lieux publics et reconstruction », in *Les Cahiers du CERMOC*, numéro 23, « Reconstruction et réconciliation au Liban », sous la direction de E. Huybrechts et de D. Chawqi, pp.141-147.

TARRIUS, A., *Les nouveaux cosmopolitismes : mobilités, identités, territoires, La Tour d'Aigues* (Vaucluse), l'Aube, 2000, 265 p.