Revue TADAMSAD- UNEGMU **Volume 3, n° 1, (2023), pp. 86-95**
ISSN : 2773 – 3289.

LE SOUK (SSUQ), D'HIER A AUJOURD'HUI
The Souk (SSUQ), yesterday to today

DOUMANE Saïd [1]
[1] Professeur à l'UMMTO, doumane@hotmail.fr

Date de réception : 07/02/2022 Date d'acceptation : 13/04/2022 Date de publication 10/01/2023

Résumé :
Traditionnellement, le souk (ssuq) était une institution centrale de la vie sociale en Afrique du Nord, dans le pourtour méditerranéen et dans d'autres aires socioculturelles. Le présent article porte essentiellement sur le cas des sociétés berbères ; il essaie de rendre compte de son évolution-transformation en partant de la description de sa consistance ancienne-dont certaines survivances sont encore perceptibles dans le monde rural-, jusqu'aux bouleversement récents.
En résumé, si le souk (ssuq) ancien, reflète une sorte de condensé des relations sociales dont le volet économique ne serait que le liant ou le prétexte à un ensemble d'échanges anthropologiques, celui qui prend le relais sous le vocable de "amarci" (néologisme issu du mot marché) inaugure une nouvelle réalité où l'échange strictement marchand ou commercial évince toutes ses dimensions traditionnelles (rites, rapports politiques, alliances matrimoniales, échanges de défis et de violence…).
En définitive, le marché traditionnel est en voie d'extinction, remplacé de plus en plus, surtout dans l'espace urbain, par d'autres formes de transaction (supérettes, supermarchés, bazars, commerce électronique…), sous le coup de boutoir du commerce moderne.

Mots clés : Souk ; Société traditionnelle ; Espace urbain.

Jel classification codes : A11 ; A13 ; O17

Abstract:
Traditionally, the souk (ssuq) was a central institution of social life in North Africa, around the Mediterranean and in other socio-cultural areas. This article focuses on the case of Berber societies; it tries to account for its evolution-transformation starting from the description of its old consistency-some survivals of which are still perceptible in the rural world-, up to recent upheavals.
In summary, if the old souk (ssuq) reflects a kind of summary of social relations whose economic aspect would only be the binder or the pretext for a set of anthropological exchanges, the one that takes over under the term "amarci "(neologism from the word market) inaugurates a new reality where strictly commercial or commercial exchange ousts all its traditional dimensions (rites, political relations, matrimonial alliances, exchanges of challenges and violence, etc.).
Ultimately, the traditional market is on the way to extinction, replaced more and more, especially in urban areas, by other forms of transaction (minimarkets, supermarkets, bazaars, electronic commerce, etc.), under the blow of the battering of modern commerce)

Auteur correspondant: DOUMANE Saïd, doumane@hotmail.fr

1. Le marché (Ssuq)

Le marché, dans son acception actuelle, désigne un lieu d'échanges économiques (réel ou virtuel) mais aussi l'imbroglio de ces échanges eux-mêmes. Dans le monde berbère ancien ou traditionnel et au-delà, en Orient et dans le pourtour méditerranéen- mais pas seulement-, les transactions commerciales, aussi importantes soient-elles, sont imbriquées dans un ensemble plus vaste de relations sociales et ne constituent de ce fait qu'une dimension d'un système socioéconomique et culturel complexe. Il s'inscrit ainsi au cœur des sociétés et son rôle peut être plus ou moins important selon qu'il est implanté dans un croisement humain dense, en ville ou à la campagne.

Les concepts qui traduisent la notion de marché dans ses différents ancrages sociaux reflètent sa complexité : les mots souk (ssuq)[1], bazar ou pasar d'origine orientale, la foire ou le forum latins, l'agora grec, etc. tendent à exprimer une réalité humaine grouillante, riche et colorée. Lieu de contact par excellence, le marché est, en effet, un condensé de rapports humains où se trament, au-delà du simple échange d'objets ou de marchandises, divers autres liens, négociations, intrigues, contrats, amitiés, conflits…, qui exercent un effet certain sur les relations entre les différents groupes sociaux et la structure sociale dans son ensemble. C'est dire que la définition et l'analyse du marché relèvent d'une approche anthropologique qui doit prendre en compte, en plus de la dimension économique qui est sa raison d'être apparente, d'autres dimensions moins visibles mais non moins importantes : politique, sociologique, culturelle, historique…

Cette concentration humaine où se déploient des rapports de force de toutes sortes n'a pas échappé au regard intéressé des pouvoirs politiques et religieux, de niveau local ou central. Le contrôle des marchés est en effet un enjeu important, tant au plan économique (collecte de taxes), que politique et social (nouaison d'alliances, manifestation de l'opinion publique, circulation de l'information et de la rumeur...).

Dans la tradition musulmane, le marchand a toujours été un acteur central dans la vie de la cité, statut privilégié qui tire sa légitimité du rôle joué par les négociants dans la propagation de l'Islam des premiers siècles. L'historiographie musulmane ne met-elle pas en avant l'influence éminente de la première épouse du Prophète, négociante réputée, dans les milieux du commerce caravanier et les souks d'Arabie ? Le Prophète lui-même, n'a-t-il pas exercé le métier de marchand avant de se mettre au service de la prédication ? N'a-t-il pas fait ses premiers prêches auprès des commerçants de la Mecque[2] ?

Les chroniqueurs du moyen âge musulman en Orient, en Afrique du Nord et en Andalousie font état de deux éléments constitutifs importants des cités : le marché et la mosquée, pôles autour desquels s'organisait la vie sociale, particulièrement dans les centres urbains ou de forte densité de population. Dans le monde rural, le marché plus que la mosquée, est le lieu privilégié de rassemblement périodique de groupes épars en quête de vente ou d'achat de quelques produits mais aussi d'échanges extra économiques (politiques, matrimoniaux, violence…).

---

[1] Selon l'Encyclopédie de l'Islam, se référant aux travaux de M. Rodinson, le terme souk (transcrit suk dans l'Encyclopédie) aurait une origine sémitique ancienne, l'akkadien suku signifiant étroitesse avant de prendre le sens de rue et de place, se rapprochant ainsi des termes latin forum et grec agora.
L'ancienneté de l'emprunt du mot par les Berbères (ssuq) nous porte à formuler l'hypothèse que l'usage de ce mot date d'avant l'arrivée des Arabes en pays berbère (voir plus loin sa productivité lexicale et sémantique).

[2] Cf. l'Encyclopédie de l'Islam, LEIDEN, BRILL 1998 p.821-836.

Cette polarité est pour beaucoup dans la formation et l'évolution des cités musulmanes en général et berbères en particulier. Il est connu que de nombreuses villes et agglomérations maghrébines actuelles ont pour point de départ des noyaux de peuplement constitués à partir de marchés ruraux, évolution spontanée ou suscitée par certains souverains au cours du moyen âge et de l'époque ottomane qui ont favorisé l'émergence de marchés dans le but d'agglomérer des populations autour de leurs fiefs[3]. Les raisons relèvent, sans aucun doute, de considérations politiques et fiscales. C'est pourquoi dans certaines cités et leurs dépendances, on interdisait les transactions commerciales qui se déroulaient en dehors de l'enceinte du marché (protéger économiquement le producteur, paysan ou artisan, était la raison officiellement mise en avant)[4].

Il s'agit là, selon toute vraisemblance, d'une influence du mode d'organisation et de gouvernement des cités orientales à forte tradition marchande (bazar) où le gouvernant affectait des espaces spéciaux destinés aux activités d'échanges ; celui-ci pouvait ainsi contrôler les entrées et les sorties et faire payer des droits de place et de transaction aux différents intervenants, résidents ou étrangers.

Dans le monde berbère où jusqu'à l'époque coloniale, de larges espaces échappaient au contrôle du souverain, notamment l'espace montagnard, on peut distinguer deux grands types de marchés qui, selon leur localisation (ville, montagne, piémont, croisement de voies de communications…) et la portée de leur négoce (locale, lointaine…) s'inscrivaient dans des circuits et places administrées soit par des pouvoirs centraux ou de niveau intermédiaire (agents locaux liés au pouvoir central), soit par des instances autonomes (tribus, confédérations de tribus…) : le marché citadin ou urbain et le marché rural ou tribal

2. Le marché urbain (ssuq n temdint)

C'est le marché urbain qui, en pays berbère, a subi l'influence du souk ou du bazar oriental. On l'a signalé précédemment, l'idéologie musulmane classique qui met au centre de la vie des cités le marché, à côté de la mosquée, est pour beaucoup dans cette influence. Au début de l'Islam, en Orient, les agents préposés au contrôle du marché, dits *wali al-suq* (amin au Maghreb) émanaient de la mosquée et de l'autorité religieuse. On retrouvera sur les marchés berbères jusqu'au 19ème siècle la présence d'agents religieux (marabouts, cheikhs…) à côté d'agents d'autorité tribale ou de pouvoir central. L'enceinte du marché est investie de la sacralité religieuse, le temporel et le spirituel y sont imbriqués. Les cités berbères, surtout celles érigées après la conquête musulmane, ont vu leur structure urbanistique modelée par la pratique commerciale et religieuse[5]. Les descriptions qu'ont faites les chroniqueurs maghrébins du moyen âge en rendent compte à travers de nombreux détails relatant les liens étroits entre le marché et la mosquée : prières quotidiennes auxquelles participent les négociants, contrats commerciaux portant des références religieuses, place de choix réservée aux copistes et autres vendeurs de manuscrits et de livres à caractère religieux… L'agencement des étals du souk ou du bazar obéit un ordonnancement qui place près de la mosquée les marchandises nobles (documents religieux, parfum, métaux précieux…) et tient à distance celles réputées malodorantes ou malpropres : tanneries, teintureries, fruits et légumes, animaux…Cette configuration spatiale du marché musulman serait ainsi conforme à une

[3] Cf R. Brunschvig : La Berbérie orientale sous les Hafsides, des origines à la fin du xvème siècle, Adrien-maisonneuve, Paris 1940-1947.
[4] Cf P. Chalmeta : El senor del zoco, Instituto hispano-arabe de cultura, Madrid 1973, in Encyclopédie de l'Islam.
[5] Cf P. Chalmeta, op cit.

recommandation théologique du xème siècle stipulant que le souk des hommes ne doit pas porter atteinte au souk divin (la mosquée)[6].

Telle était la conception du marché citadin traditionnel : les transactions matérielles devaient s'effectuer sous le contrôle, tout au moins symbolique, de l'autorité religieuse ; ce pourquoi sa gestion ne pouvait se suffire d'une simple police de marché. La mosquée est nécessairement impliquée et ses représentants exercent une influence plus importante que celle des agents "civils". Dans l'oasis du Mzab où le marché, fréquenté aussi par les étrangers, est implanté obligatoirement en dehors de la ville, la mosquée y dispose d'un dépôt, une sorte d'annexe dirigée par un représentant chargé de faire les règles du marché (la tajmaât, instance laïque y est aussi présente). En règle générale, les deux autorités civiles et religieuses officiant sur le marché s'accordent sur une sorte de division des tâches : aux unes (les autorités civiles) les opérations de simple police (les infractions courantes et sans gravité : larcins, comportements des visiteurs, petites rixes…) et aux autres (les autorités religieuses) les interventions nécessitant une sanction symbolique ou juridique (pour les infractions jugées plus graves : non-respect de contrats, atteinte à l'honneur, désordre et violence dans le marché…).

Quant à son organisation spatiale au sein de la cité, le souk est circonscrit dans une enceinte spéciale à l'écart des quartiers résidentiels, de façon à permettre l'accès et faciliter les contacts entre acheteurs et vendeurs et plus généralement la circulation des visiteurs. Les artisans résidant dans la cité prennent place à proximité de leurs ateliers, au cœur du souk tandis que les commerçants venant de l'extérieur sont plus décentrés et parfois placés à la périphérie (marchands de produits incommodants).

Si de nos jours cette structuration de l'espace urbain n'est plus en vigueur dans les nouveaux quartiers et les villes nouvelles, elle tend à persister dans les anciennes médinas. Ces espaces résiduels[7]contiennent toujours un souk où des corporations d'artisans entretiennent des activités productives traditionnelles : métiers du cuir, du tapis, du textile, du cuivre… Mais dans la majorité des villes d'Afrique du nord, surtout en Algérie, "l'espace urbain historique"[8] est fortement dégradé et le souk, quand il n'a pas complètement disparu, se transforme en espace hétéroclite où s'entremêlent commerçants de métier, petits vendeurs occasionnels, "affairistes", voire des receleurs d'objets volés et de produits frelatés…Les objets échangés ne sont pas moins hétéroclites ; on trouve des produits importés plus ou moins contrefaits, des produits locaux de consommation courante (ustensiles de cuisine, droguerie, outillage…), des produits alimentaires frais ou usinés, des vêtements etc… En somme une sorte de bazar (au sens actuel de fouillis ou de mélange des genres) que les usagers tendent de plus en plus à désigner par un néologisme :"amarci" (du français marché). L'abandon du mot souk (ssuq) est révélateur du changement qui affecte cette institution socioéconomique traditionnel qui caractérisait les anciennes cités.

3. Le marché rural ou la persistance des souks de tribus

« En remontant à l'origine de tous les évènements un peu graves qui se passent en Kabylie, on aboutit invariablement au marché » écrivent A. Hanoteau et A. Letourneux dans leur ouvrage

[6] Selon l'Encyclopédie de l'Islam, cette recommandation appartient au célèbre théologien El-Ghazzali (1055-1111).
[7] Cf. à ce sujet l'analyse de Jellal Abdelkaf : la médina de Tunis, Presses du CNRS, 1989.
[8] Ibid

encyclopédique sur la Kabylie du 19ème siècle[9]. Ce constat peut être élargi à tout le monde berbère traditionnel. Le souk (ssuq) occupait, en effet, chez les Berbères une place centrale dans leur vie économique et sociopolitique.

Dans sa description de la vie sociale des habitants de l'Atlas marocain, S. Guennoune n'en dit pas moins en indiquant que cette institution est, pour les Ait Oumalou, indispensable " *que l'air qu'ils respirent*"[10], insistant sur le fait que ssuq n'est pas, pour les Berbères, seulement un lieu de ravitaillement en denrées manquantes ou d'écoulement de leur surplus de production mais aussi ("*et surtout*" fait-il remarquer) un "*foyer politique*".

Aussi, le déplacement hebdomadaire au marché de la tribu n'est pas dicté par le simple besoin d'achat ou de vente, il s'impose comme une nécessité sociopolitique aussi bien pour l'homme (certains marchés sont fréquentés par les femmes) que pour son groupe d'appartenance. Dès lors, l'accès au ssuq ne souffre en principe d'aucune discrimination et les imsewqen (ceux qui fréquentent le marché) ne sont pas assujettis à un droit d'entrée mais astreints à y avoir un comportement digne (il y va de l'honneur de leur lignage) et observer la neutralité[11]. C'est une condition essentielle pour la bonne tenue et la pérennité du ssuq. C'est "*un terrain neutre (...) où même les gens des tribus en guerre s'y rencontrent impunément et traitent leurs affaires en pleine sécurité*[12].

Marqué par des liens d'appartenance clanique et d'alliance mais dans le même temps ouvert par nécessité commerciale vers l'extérieur, ssuq est en perpétuel recherche d'équilibre. La présence des étrangers lui impose d'observer une certaine extra territorialité en mettant en avant les rapports marchands impersonnels avant les rapports lignagers. Il y va de sa notoriété et donc de sa capacité d'attraction car les imsewqen peuvent s'en éloigner pour opter pour un autre ssuq plus accueillant[13]. On peut trouver, en effet, plusieurs ssuq (pluriel berbère : leswaq) de tribu dans un rayon d'une vingtaine de kilomètres.

En règle générale, les marchés (leswaq) ruraux sont implantés sur des terrains contigus à plusieurs tribus, sorte de zones-tampons où l'application du principe de neutralité est plus aisée. La présence, à proximité, d'un mausolée (tombe d'un saint) ou d'une famille maraboutique influente leur confère une dimension sacrale qui renforce le principe de neutralité.

Chez les Mozabites où le marché est obligatoirement situé en dehors de la cité (azbar ugherm : hors la cité) et loin de la mosquée, celle-ci y dispose d'un local, sorte d'annexe où officient ses représentants, à côté de la maison de la tajmaât (instance laïque) qui y délègue aussi ses représentants ; les deux autorités, religieuse et "civile" exercent de concert leur contrôle. Ainsi, la communauté mozabite affirme sans ambiguïté son droit de propriété sur le marché tout en laissant aux étrangers toute la latitude pour y exercer leur négoce ; elle met même à la disposition de ceux qui viennent de loin un espace d'hébergement dit maison des hôtes (devenant ainsi ses invités).

Dans les régions montagnardes, il arrive que les marchés soient implantés à l'intérieur du territoire d'une tribu. Dans cette situation, il incombe à cette tribu de s'occuper de l'organisation et d'assurer l'ordre et la sécurité par ses propres moyens ; un tel privilège est l'apanage de groupes riches et

---

[9] Hanoteau, A. et Letourneux, A : La Kabylie et les coutumes kabyles, éditions Bouchène, 03 tomes, Paris2003.
[10] Guennoune, S : La montagne berbère, Editions internationales, Tanger et Fes, Maroc 1933.
[11] Cf C. Devaux : Les Kebaïls du Djerdjera, Camoins Frères libraires éditeurs, Marseille, Paris, Challamel, 1939.
[12] A. Hanoteau, A. Letourneux : op cit, p.60.
[13] Cf Geertz, C : le marché de Sefrou, sur l'économie de bazar, édition Bouchène, Paris 2003.

puissants. C'était le cas, par exemple, de la tribu des Ait Abbas en Kabylie orientale jusqu'au 19ème siècle, qui possédait un marché florissant, rayonnant bien au-delà des tribus environnantes[14]. Au Maroc, la main mise d'une seule tribu sur un marché est plus fréquente ; elle offre un terrain pour son installation et en compensation elle se réserve le droit de prélever quelques redevances et accéder à certains services gratuits[15]. En fait, au-delà des avantages matériels qu'un groupe peut tirer de sa propriété ou de son emprise sur un marché, c'est l'honneur et le prestige qu'il en attend, donc sa supériorité sur les autres, qui comptent le plus. D'où le zèle qu'il met à veiller sur la bonne tenue du marché et l'accueil des étrangers[16].

Le mode de désignation du ssuq fait référence, généralement, au nom de la tribu ou de la confédération de tribus qui l'hébergent eu au jour où il se tient, ex : larbaâ n at Yiraten (le mercredi des Ait Yiraten), letnayen n at Jennad (le lundi des Ait Jennad) etc… Quand le nom du ssuq porte l'empreinte d'une particularité topographique ou géographique (rivière, col, source…), il n'est pas moins associé à la tribu où il se rattache, ex : lgemaâ n ssarij (le vendredi de la source, lié aux Ait Fraoussen), tizi n lhed (le col du dimanche, lié aux Ait Ouasif).

L'organisation interne se caractérise par le soin mis par la (ou les) tribu(s) propriétaires pour désigner à la tête du marché un chef possédant à la fois autorité, grandeur morale et sens de la justice. On l'appelait par exemple ameqran n ssuq (litt : le "grand"du marché) en Kabylie, l'amghar n ssuq "le vieux sage" dans l'Atlas marocain) …

C'est dire qu'en pays berbère, le marché était une institution fortement intégrée dans son environnement, il en porte les stigmates identitaires (socio-culturelles et géo-historiques).

4. Ssuq : lieu de réalisation sociale et de pratiques rituelles

Dans la tradition berbère, l'homme ne peut voir sa virilité (tirugza) reconnue s'il n'a pas subi l'épreuve du marché. Il faut y avoir été confronté à la foule et aux aléas et dangers d'un milieu hétérogène et éphémère, où les mauvais coups sont monnaie courante (vol, ruse, bagarre…). Mieux encore, l'homme accompli est celui que l'on peut charger d'opérations ou de "missions" jugées délicates à réaliser : transactions onéreuses, négociations difficiles ou nécessitant un engagement moral (achat ou vente à crédit par exemple). Quand dans une rehba[17], une affaire tourne mal et risque de dégénérer, l'intervention d'un imsewweq dont la parole est réputée est toujours la bienvenue. Ne dit-on pas en Kabylie que l'argaz est celui qui est capable de "faire son marché" sans bourse délier, sa réputation d'homme de parole offre toutes les garanties.

Aussi, le jour du marché (ass n ssuq) n'est pas un jour ordinaire ; on s'y prépare la veille, on se lève de bonne heure, on s'y rend en petits groupes et au retour chacun fait le bilan de sa journées et les commentaires vont bon train sur l'état du marché, les évènements et les rumeurs, les bonnes et les mauvaises affaires…L'imsewweq tire une certaine fierté quand il estime avoir réalisé des transactions heureuses et fait de bonnes rencontres (ssuq amerbuh) et se lamente dans le cas contraire (ssuq amcum).

---

[14] Cf. Carette, E : Exploration de l'Algérie, études sur la Kabylie proprement dite, Imprimerie Nationale, Paris 1848.
[15] Cf Guennoune, S: op cit.
[16] Cf Hanoteau, A et Letourneux, A : op cit.
[17] la rehba est un segment du ssuq spécialisé d'une catégorie de produits bien déteminée : rehba des grains, des étoffes, du bétail…

A l'occasion des fêtes religieuses, tasewwiqt (jour de marché spécial) est dédiée aux jeunes garçons qui y vont, certains pour la première fois, dans un air de kermesse. Par-delà les réjouissances juvéniles (achat de vêtements neufs, de friandises…), cette sortie du giron familial participe de l'éducation des enfants. Il existe en Kabylie la tradition du "premier marché" (ssuq amzwaru)[18] pour les petits garçons encore en vigueur dans les villages de montagne. C'est un rite de passage. A l'âge de cinq ou six ans, les jeunes garçons sont invités à se rendre au marché, accompagnés de leurs pères ou grands-pères dans une ambiance solennelle. Cette sortie rituelle est l'occasion de cérémonies qui ravivent d'anciennes pratiques magico-religieuses[19] (achat d'une tête de bœuf, offrande aux saint du village, rite d'expulsion par l'accoucheuse (qibla) qui a aidé le petit garçon à sortir du ventre de sa mère…

5. Ssuq, mots et expressions : considérations ethnolinguistiques

La place centrale qu'occupait le marché dans la vie concrète et l'imaginaire des sociétés berbères traditionnelles se reflète dans la floraison de mots et d'expressions forgés à partir du terme ssuq. Dans l'analyse du souk de Séfrou, C.Geertz n'a pas manqué de traiter cette dimension ethnolinguistique en faisant la recension de mots et dires du ssuq dont le corpus est à considérer comme"*une sorte de constitution sémantique ou de morphologie symbolique"*[20]. C'est que l'univers du ssuq imprègne toute la vie sociale car, "forum de la tribu" (…), c'est là qu'une fois par semaine se traitent les idées et les affaires commerciales entre les individus"[21].

Le parler kabyle nous fournit de beaux exemples de mots et d'expressions formés à partir de la racine sq ou autour du terme ssuq.

D'abord, la racine sq a donné lieu à quelques dérivations intéressantes :

- Sewweq : verbe signifiant se rendre au marché et par extension l'idée d'agir pour le compte d'autrui (yettsewwiq fell-asen) ou encore plus largement le fait de se mêler des affaires des autres (ihemmel ad isewweq af medden, il aime s'occuper des affaires des autres).
- Asewweq : nom verbal rendant compte du fait d'aller au marché.
- Amsewweq (ou imsewweq) : nom d'agent signifiant celui qui se rend au marché et par extension le mandataire de quelqu'un ou encore son tuteur.
- Tasewwiqt : nom d'action verbale désignant un jour spécial de marché (à l'occasion de certaines fêtes religieuses, notamment les deux aïds), le jour ordinaire de marché (hebdomadaire) est simplement dit ass n ssuq (jour de marché).

Concernant les formules et les expressions, quelques-unes relevées dans le stock vernaculaire kabyle peuvent se donner à voir (à interpréter) comme un "miroir culturel" qui reflète des codes et des valeurs de la société, voire des pans de sa philosophie de vie. Ssuq n'est-il pas le passage obligé pour l'homme kabyle pour se voir consacré homme "solvable" (au sens général d'homme d'honnête et de fiable).

Quelques exemples :

---

[18] Cf Laoust-Chantéaux, G : Kabylie, côté femmes, Edisud 1990
[19] Cf Servier, J : Tradition et civilisation berbères, les portes de l'année, éditions du Rocher, 1985.
[20] Geertz, C : le marché de Séfrou, op cit, p.27.
[21] Ibid, p.50.

- Yekfa ssuq tefra rrehba : (litt : le marché a fermé, les vendeurs ont remballé), se dit de l'irrévocabilité d'un acte ou d'un contrat d'achat-vente passé entre deux personnes et plus généralement de l'impossibilité de revenir sur une parole donnée, sur une décision prise d'un commun accord.
- (Win) yettun abernus-is di ssuq (litt : (celui qui a oublié son burnous au marché), se dit de quelqu'un qui n'est pas sorti indemne du marché (s'est fait roulé) ou plus généralement celui qui n'a pas été à la hauteur face à une situation ou à ses obligations.
- Di ssuq kul yiwen yeqqar d ibawen-iw i yettewwan (litt : au marché chacun dit que ses fèves sont les plus tendres), se dit de quelqu'un qui vante les qualités de ses marchandises ou de ses propres mérites de manière un peu trop insistante, donc douteuse.
- Wagi maci d ssuq ! (litt : ceci n'est pas un marché ou ceci n'est pas une bonne affaire !), se dit d'une situation ou une décision prise est jugée inacceptable par l'une des parties en présence ou quand quelqu'un désapprouve une affaire dans laquelle il s'estime lésé ou tout simplement ne lui convient pas.
- Yiwen waârab yaâmer ssuq (litt : un seul Arabe emplit le marché), se dit d'une assemblée où une seule personne parle sans arrêt, ou plus simplement une situation ordinaire où un individu trop bavard finit par indisposer son entourage.
- Suq n tlawin (litt : (marché de femmes), expression péjorative relatant une réunion qui se termine sans décisions claires et où règne une certaine anarchie. De façon générale elle rend compte d'une résolution peu fiable ou mal engagée.

D'un point de vue historique et anthropologique, cette formule peut attester de l'existence de marchés fréquentés par les femmes ou réservés à elles seules.

6. Les mutations récentes : "la bazarization"

Les marchés d'aujourd'hui sont en train de perdre jusqu'à leur nom originel (leswaq, pl. de ssuq) en prenant de plus en plus celui d'imarciyen (pl. de amaci, berbérisation du mot marché). Ils s'adaptent aux transformations économiques et sociales contemporaines : déclin ou ruine de l'artisanat, industrialisation, irruption massive de marchandises étrangères, abandon des fonctions politiques et rituelles…

Tout en demeurant les témoins du ssuq traditionnel en sauvegardant quelques activités et caractéristiques anciennes (écoulement de quelques productions locales résiduelles, pharmacopée traditionnelle, périodicité hebdomadaire, maintien du nom…), ils tendent à devenir les déversoirs de produits hétéroclites venant de tous les horizons et ouverts à de nouveaux acteurs. Ils s'étendent à de nouvelles spéculations : voitures d'occasion, pièces détachées, appareils ménagers, électroniques…

Fortement concurrencés par les petits commerces et les vendeurs de rue qui se développent dans les villages les plus reculés, les marchés de tribus ont tendance à se raréfier (ou plutôt de moins en moins fréquentés) en laissant place au commerce moderne (épiceries, superettes, supermarchés...) et aux méga-marchés (bazars) adossés aux grandes agglomérations urbaines et parfois incrustés au cœur même des villes. Peu ou pas contrôlés par les pouvoirs publics, les marchés d'aujourd'hui

servent aussi de réceptacle à un important trafic de produits plus ou moins illicites (commerce de contrebande, contrefaçon, recel…)

Ssuq n'est plus ce qu'il était, il se transforme en bazar sans âme ni règles de fonctionnement.

7. Bibliographie

Amahan, A. (1998). Mutations sociales dans le haut Atlas (les Goujdama), *Maison des sciences de l'homme, Paris.*

Boulifa, S.A. (1913). Méthode de langue kabyle (cours de 2ème année), *édition Adolphe Jourdain, Alger.*

Renouard, Y. (1942). Robert Brunschvig, La Berbérie orientale sous les Hafsides des origines à la fin du XVe siècle, t. I. *Bulletin hispanique*, *44*(2), 185-187.

Carette, E (1848): Exploration scientifique de l'Algérie, études sur la Kabylie proprement dite, Imprimerie Nationale, Paris.

Chalmeta, P (1973): El senor del zoco, Instituto hispano-arabe de cultura, Madrid.

Delheure, J : Faits et dires du M'zab, Selaf, Peters Paris 1986.

Devaux, C. (1939). Les Kebaïls du Djerdjera, Camoins frères, libraires éditeurs, Marseille, Paris Challamel

Sourdel, D. (1959). Encyclopédie de l'Islam (Arminiya-al-'Awazim) (Book Review). *Arabica*, *6*, 112.

Fontaine, J. (1983). Villages kabyles et nouveau réseau urbain, le cas de la région de Béjaïa. *URBAMA, Tours*.

Geertz, C. (2003). Le souk de Séfrou, sur l'économie de bazar, édition Bouchène, Paris.

Guennoune, S. (1933). La montagne berbère, Editions Internationales, Tanger et Fes.

Hanoteau, A, Letourneux, A. (2003). La Kabylie et les coutumes kabyles, 03 tomes, édition Bouchène Paris.

Jellal, A. (1989). La médina de Tunis, Presses du CNRS, Paris.

Laoust-Chanteaux, G (1990). Kabylie, côté femmes, EDISUD.

Mahe, A. (2001). Histoire de la Grande Kabylie, anthropologie du lien social dans les communautés villageoises, édition Bouchène, Paris.

Mohaine, A. (1977). Les souks et l'organisation de l'espace régional dans le Souss (Maroc), thèse université de Tours.

Remond, M. (2001). Au cœur du pays kabyle, ZYRLAB.

Servier, J. (1985). Tradition et civilisation berbères, édition du Rocher.