

COUSCOUS CONNEXION : L'HISTOIRE D'UN PLAT MIGRANT

Amina BEJI-BECHEUR

Maître de conférences à l'Université Paris Est –Marne la Vallée et chercheuse au sein du
laboratoire OEP-PRISM (Projet innovation service management).

Université Paris-Est, Bld. Descartes Champs sur Marne, 77454, Marne-la-Vallée Cedex 2

Tél : +33 (0)1 60 95 79 69

Courriel : amina.becheur@univ-mlv.fr

Nil ÖZÇAĞLAR-TOULOUSE

Maître de Conférences à l'ESA -Université de Lille 2 et chercheuse à Lille School of
Management Research Center

1, place Déliot - BP 381 59020 Lille Cedex

Tel: 00 33 (0)3 20 90 77 05

Courriel : nil.toulouse@univ-lille2.fr

Résumé : Le couscous est issu d'une longue histoire et porteur de signification profonde. Symbole de l'identité alimentaire des populations du Maghreb, il a réussi à conquérir la France. Cette recherche a pour objectif de comprendre le processus d'acculturation des consommateurs au travers d'une pratique culinaire – nous l'interprétons comme vecteur de transmission culturelle entre les générations et d'interaction entre les groupe majoritaire et minoritaire-. Elle permet en outre d'identifier les réseaux de relations autour de la consommation de couscous (au sens large) ainsi que les rites ou mythes associés à ce plat. Cette recherche s'appuie sur les entretiens approfondis développés dans le cadre de l'ethnomarketing auprès des personnes qui se disent de culture maghrébine. Elle considère l'alimentation comme fait social puisque son analyse renvoie, de manière générale, à la question de l'appartenance sociale et culturelle de ceux qui s'alimentent et, en particulier à celle des « interpénétrations des cultures » dans le contexte migratoire.

Abstract : Couscous has a long history and a strong symbolic meaning. Symbol of the culinary identity of populations from North Africa, it has become a popular dish in France. The purpose of this research is to understand the acculturation process of consumers through a culinary practice interpreted as a vector of cultural transmission between generations and as a source of interactions between majority and minority groups. It also makes it possible to identify networks of relations around the consumption of couscous (in the broad sense) as well as the rites or myths associated with this dish. This research is based on in-depth interviews developed within the framework of ethnomarketing with people who consider themselves of North African culture. In this study, culinary practices are considered as a social fact because their analysis is linked to the question of social and cultural belonging of those who consume and more specifically to the “interpenetration of cultures” in a migratory context.

COUSCOUS CONNEXION : L'HISTOIRE D'UN PLAT MIGRANT¹

Qui ne se souvient de l'accent et des mimiques du type enturbanné et en djellaba qui disait : « *Couscous Garbit, c'est bon comme là-bas, dis !* ». Et l'autre à l'accent et au port tout aussi arabesques qui lui répondait en se triturant le bouc : « *Ye souwis d'acco'* ». Aujourd'hui, personne n'irait contester la place du couscous dans la culture gastronomique française, dont la publicité est d'ailleurs faite désormais par de vieilles Bretonnes en tenue traditionnelle : « *Tipiak ; Pirate !* » Qui dit mieux en matière de France très, très profonde ? Bye bye couscous, Garbit de là-bas ! Bonjour, couscous Tipiak bien de chez nous.

(Extrait de « Je suis noir et je n'aime pas le manioc », Gaston Kelman)

Certains plats d'« ailleurs » sont aujourd'hui largement diffusés en Europe occidentale et réappropriés par les habitants : la pizza, la paëlla, le döner kebab ou le couscous... De simples mets traditionnels, ces plats deviennent porteurs d'une histoire symbolique et d'un lien entre les communautés et diminuent les distances géographiques (avec le pays d'origine) et les distances mentales (entre les immigrants et les habitants du pays d'accueil) (Dedeire et Tozanli 2007). Plat maghrébin d'origine berbère, le couscous a réussi à conquérir la France. Dans une enquête récente menée pour le magazine « Notre temps » (2006), le couscous est le deuxième plat préféré des Français après la blanquette de veau et avant les moules frites. Cette recherche se focalise sur le couscous et sa place dans l'histoire personnelle de ses consommateurs.

Le couscous est issu d'une longue histoire et porteur de significations profondes. Symbole de l'identité alimentaire des populations du Maghreb, il est né dans la Numidie, la région des Berbères. Sans qu'il y ait de l'unanimité sur la date exacte de son apparition, certains suggèrent que le couscous existe dans le Maghreb depuis le développement de la culture romaine du blé. La région était alors le « grenier à blé de Rome ». Les différents écrits permettent de conclure que les Berbères utilisent depuis l'antiquité la cuisson à la vapeur et qu'ils sont à l'origine de la création d'une nouvelle méthode de cuisson des céréales permettant ainsi d'en conserver les qualités nutritives (Hubert 1995). Cette invention est conservée pour préparer le couscous jusqu'à une période récente. Elle marque une innovation majeure dans le mode de cuisson des céréales au moyen de la vapeur.

L'étymologie du couscous serait à trouver dans le bruit de la préparation de la graine de couscous lorsqu'elle est passée au tamis – un bruit qui fait « keskes » (Gobert, 1940). Ceci aurait donné le nom au plat cuisiné ainsi qu'à l'ustensile dans lequel est cuite la graine à la

¹  Cette recherche fait l'objet du soutien financier de l'ANR dans le cadre du projet Ethnos (Ethnicité et comportements de consommation, pour plus d'informations, voir : <http://esa.univ-lille2.fr/fr/la-recherche/pole-de-recherche-en-marketing/axe-ethnos.html>). Les auteurs remercient les membres du projet Ethnos et le groupe de recherche méditerranéenne (Euromed – Université de Bocconi) pour leurs remarques et conseils avisés dans les versions antérieures de cet article.

vapeur au dessus d'une marmite (borma) sur laquelle il s'ajuste : l'ensemble forme le couscoussier. Son nom est prononcé différemment selon les traductions ou recouvre d'autres plats : kuskusu au 13^{ième} siècle (livre de cuisine de l'Alépin Ibn al-Adim) ou « coscoton à la moresque » en provençal évoqué par Rabelais au 16^{ième} siècle ou « kouss-kouss » selon George Sand. Il désigne aussi un autre plat (appelé la Mograbiyya ce qui signifie du Maghreb) chez les Syriens pour qualifier un plat proche du couscous (le mhames) mais différent en terme de graine et de cuisson (revue El Qantara²).

Malgré ces quelques évolutions sémantiques et sa disparition de certaines parties de la Méditerranée (dans le Moyen-Orient, le seul endroit où nous y trouvons encore du couscous est en Egypte dans l'oasis de Siwa, où une tribu berbère trouve refuge lors d'une migration en provenance du Maghreb), il est impossible de définir le couscous en dehors de la préparation de la semoule roulée cuite à la vapeur (Morsy 1996). En effet, il y a autant de variantes que de régions, de saisons ou de fêtes. Ainsi, la recette de base s'est enrichie de nombreux types : on recense aujourd'hui plus de 52 recettes (Morsy 1996) mobilisées selon les contextes et contraintes sociaux. Il existe en versions salées et sucrées, aux seuls légumes ou à la viande, au poulet ou au poisson, avec ou sans raisins secs ou osban (boulettes de tripes farcies et épicées). Par exemple, le couscous du « pauvre » est réalisé avec du cardon sauvage et des pois chiches, celui des classes aisées avec de la viande et des fruits secs. Les recettes varient selon les événements sociaux de la vie (couscous de fêtes, de mariage, de baptême ou de circoncision, couscous des villes, des montagnes, du désert, couscous des riches et des pauvres...) (Babès 1996). Les innovations technologiques telles que l'introduction des moulins et l'introduction de nouvelles espèces de légumes dans le Maghreb expliquent entre autres ces mutations. C'est aussi dans la rencontre d'autres cultures que le couscous prend de nouvelles formes : on peut citer le couscous dit saksakiyya en Egypte (une sorte de pâte hachée cuite à la vapeur (El Qantara³) ou le couscous Royal au menu des restaurants français. Ainsi, si le rapport du couscous au Moyen-Orient s'est distendu, sa relation à la culture française est aujourd'hui très forte.

Avec les flux migratoires, la mémoire du goût ou de l'odeur d'un met se déplace avec l'immigrant. De même, à la suite de la colonisation, certains mets ou coutumes alimentaires ont fait leur entrée dans la culture culinaire des colons. Dans l'expérience migratoire, la cuisine s'invente au quotidien à cause de l'absence de certains ingrédients ou ustensiles traditionnels mais aussi par nécessité et/ou volonté de partager avec les « autres ».

Cette recherche a pour objectif de comprendre le processus d'acculturation des consommateurs au travers d'une pratique culinaire interprétée par les auteurs comme vecteur de transmission culturelle entre les générations et d'interaction entre les groupe dits majoritaire et minoritaire. Elle permet en outre d'identifier les réseaux de relations autour de la consommation de couscous (au sens large) ainsi que les rites ou mythes associés à ce plat. Cette recherche s'appuie sur les entretiens approfondis développés dans le cadre de l'ethnomarketing (Desjeux, 2000, 2006 ; Badot et al. à paraître) auprès des personnes qui se disent de culture maghrébine. Cependant, le périmètre interprétatif s'étend à la « filière de manger » au sens de Corbeau (2004) et nécessite une compréhension plus large du marché du couscous (restaurateurs, détaillants, producteurs, *marketers*, etc.). Mais auparavant, il convient de discuter de l'importance de l'alimentation comme fait social puisque son analyse renvoie, de manière générale, à la question de l'appartenance sociale et culturelle de ceux qui

² Du couscous, Rubrique « Le temps des saveurs », Revue Qantara, Publication de l'Institut du Monde Arabe, Avril-Mai-Juin 1995, p71-73.

³ Op.cit.

s'alimentent et, en particulier à celle des « interpénétrations des cultures » dans le contexte migratoire.

1. Analyser l'alimentation pour comprendre l'acculturation des consommateurs

Au niveau individuel, la sociologie s'intéresse et essaye de définir l'activité sociale de manger. Corbeau (2002) propose de l'étudier par un triangle le quel varie selon l'espace social et le temps. Les sommets de ce triangle sont : le mangeur socialement identifié (genre, niveau d'étude, âge, origine, etc), l'aliment (représentations dans l'univers socioculturel) et la situation, c'est à dire le contexte social identifié où a lieu l'interaction entre le mangeur et l'aliment (type de partage, ordinaire ou festif, domicile ou hors foyer, public ou privé...). Certains s'intéressent à la modernité alimentaire et mettent en évidence l'individualisme alimentaire (Ascher 2005 ; Kaufmann 2005). Et d'autres tentent de comprendre l'acceptation d'un nouvel aliment. Pour Hossenlopp (1995), l'individu a simultanément une relation physique (donc biologique), imaginaire et symbolique à chaque aliment. « les produits prennent le « sens » d'aliment comestible, pour chacun de nous, quand ils donnent une satisfaction « totale », c'est-à-dire cohérente avec nos idées, notre culture, notre idéologie, notre état biologique interne, notre mémoire olfactive, visuelle et perceptive en général » (Hossenlopp 1995 : 134). L'aliment est accepté par l'individu à la condition d'être perçu comme comestible dans tous les sens du terme.

Au niveau inter-individuel, l'univers alimentaire en situation de rencontre des cultures est une pièce maîtresse de lien ou de conflit, puisque, comme le souligne Lévi-Strauss, la cuisine d'une société est « un langage dans lequel elle traduit inconsciemment sa structure » (Lévi-Strauss 1968 : p. 411). La cuisine ne se réduit pas à un ensemble d'ingrédients et de techniques mis en œuvre pour transformer les aliments. C'est un ensemble de pratiques, de savoir-faire, ou de règles issues d'un code social qui reflète des logiques de distinction ou d'adhésion (e.g. Bahloul 1983 ; Wilk 2006). C'est un espace matériel où les rapports sociaux, de genre et de générations, et la distribution des rôles peuvent être étudiés et dans lequel résonne la sociabilité quotidienne des individus. Parce qu'elle obéit à des rites d'élaboration et de préparation qui constituent une mise en scène des rôles et des relations ou une représentation du monde, elle est à la fois de l'ordre de l'imaginaire et de l'ordre matériel. Sa forte charge symbolique témoigne qu'il s'agit d'un système de représentations. Chaque « tribu » de consommateurs élabore des rites en fonction des interdits et en fonction des séparations entre pur et impur, sacré et profane, fête et quotidien. Ces derniers marquent la frontière de l'appartenance à un monde distinct ou donnent l'occasion d'aller à la rencontre de l'autre. Ainsi, comme le souligne Fischler (2001) dans « l'Homnivore », tout ce qui est biologiquement mangeable ne l'est pas culturellement. En faisant l'analogie avec les travaux de Lévi-Strauss, l'auteur précise que chaque culture a sa propre grammaire culinaire.

Cette recherche, plus qu'une sociologie de l'alimentation, privilégie une sociologie de l'acculturation du consommateur par l'étude de l'alimentation. La migration est un sujet d'études ancien pour les sciences humaines et sociales. Les démographes s'intéressent ainsi aux mouvements de population, les historiens à la diffusion des cultures et aux colonisations, les anthropologues voient dans la figure de l'immigré celle de « l'autre », et les sociologues s'interrogent notamment sur les transformations sociales générées par l'arrivée des immigrants. Plus récemment, les chercheurs en marketing se sont aussi intéressés à l'immigration. D'abord parce que les immigrants représentent un marché et que parce que, dans une perspective *transformative research*, cette compréhension permettrait d'améliorer leur bien être du quotidien en proposant des offres adaptées facilitant leur participation à la société française.

La plupart des recherches en comportement de consommation étudient par quel processus l'individu s'adapte à une culture différente de la sienne, en s'intéressant à deux phénomènes : l'assimilation et l'acculturation. Les recherches issues de l'approche assimilationniste étudient comment l'individu s'ajuste à une nouvelle culture en s'en appropriant plus ou moins rapidement les éléments, au détriment de sa culture d'origine (Hirschman 1981 ; Wallendorf et Reilly 1983 ; Deshpande et al. 1986 ; Kim, Laroche et Joy 1990). Depuis les années 1990, les recherches privilégient l'approche par l'acculturation. Selon ce courant, les individus se situent à différents niveaux d'adaptation et empruntent des éléments à leur culture d'origine comme à la culture d'accueil (Berry 1980 ; Mendoza 1989 ; Jun, Ball et Gentry 1993 ; Penaloza 1994). Les travaux les plus récents insistent sur le balancement (swapping) entre culture d'origine et culture d'accueil, et de ce mouvement, émergent différents modèles d'acculturation (Oswald 1999 ; Lindridge, Hogg et Shah 2004 ; Askegaard, Arnould et Kjeldgaard 2005 ; Üstüner et Holt 2007). Dans cette recherche, nous proposons l'acculturation comme une « interpénétration des cultures ».

Si l'alimentation, et donc la cuisine, est le produit d'une transmission culturelle et sociale, elle se modifie et se transforme grâce aux influences et aux échanges entre populations et aux circulations des marchandises. Parce que les pratiques culinaires permettent d'avoir accès aux processus qui caractérisent les nouveaux rapports sociaux, leur observation permet d'identifier dans les pratiques le maintien des pratiques d'origine ou l'incorporation de nouvelles pratiques. Par ailleurs, l'identité alimentaire de l'individu ne s'exprime pas directement : elle se construit dans l'altérité (Hubert 2000). C'est lorsqu'on quitte sa maison ou son pays, que l'on saisit l'importance de « sa » cuisine. Un plat national devient national lorsqu'il y a un départ à l'étranger (Hubert 2000). Le « plat totem » se constitue dans la distance avec son pays et est utilisé comme mémoire de soi et du groupe à l'étranger (Calvo 1985). Les pratiques culinaires sont un instrument explicite dont disposent les immigrants pour maintenir ou recréer leur identité et rentrer en contact avec les « autres ».

Dans cette recherche, le « plat totem » est le couscous. Pour paraphraser Marquès Boscher, il n'est pas seulement destiné à nourrir. Il a une autre destinée : la transmission d'un message. Car il est dépositaire d'une histoire. Chaque maghrébin a une histoire liée au couscous et lui donne un sens personnel. En situation de migration, le couscous sert de lien et permet le partage de souvenirs. Calvo (1985) explique que « pour le quotidien du groupe, le plat-totem (souvent préparé avec soin, et parfois minutie) incarne l'hédonisme et une sensorialité accrue. Il représente [...] une certaine retrouvaille d'un univers de sensations puissantes et pouvant être très différenciées ; et c'est par lui que se font les remémorations sensorielles les plus gratifiantes. ». Ainsi, même si les Maghrébins n'en mangent pas tous les jours, pour ceux qui sont partis, « il représente l'âme de leur pays » (Hubert 2000). Si ce plat est investi d'une forte affectivité pour ceux ayant des origines maghrébines, il représente dans la mémoire sociale française une histoire commune au goût « exotique » (Hassoun et Raulin 1995).

2. Couscous : C'est bon comme là-bas !

Avant d'arriver en France, le couscous a voyagé du Maghreb au Machrek, mais aussi en Andalousie. Apprécié pour ses qualités nutritives et gustatives (cité dans des traités de cuisine au XIII^{ème} siècle par Ibn Razin de Murcie), on le dit aussi porteur d'une identité culturelle forte. Selon une histoire rapportée par Maqqari, historien de l'Espagne musulmane, « le prophète Muhammad apparut en rêve à un lettré oriental pour lui conseiller de soigner son hôte maghrébin qui avait le mal du pays avec du kuskusun » (El Qantara⁴). Peu à peu le

⁴ Op.cit.

couscous a pris du galon du côté des Européens dès le 17^{ème} siècle. Ainsi, au début de ce même siècle, les journaux décrivent la préparation du couscous en rendant compte de la visite d'un ambassadeur du Maroc. Les milieux populaires entendent parler du couscous au gré d'une piraterie d'Etat qui fit la légende des corsaires de Salé ou de Tunis, Tripoli ou Alger. Les captifs une fois libérés ramenaient avec des souvenirs moins plaisants, la nostalgie du couscous. Ainsi un Anglais, prisonnier des Maures évoquait au 18^{ème} siècle la qualité du couscous : « [...] ce mets que je tiens en aussi haute estime qu'eux. Je ne peux m'empêcher de reconnaître le grand cas qu'ils en font, car c'est un plat nourrissant, savoureux et succulent. » (Morsy 1996 : 7-8)

Le couscous rentre dans la cuisine française par la voie coloniale. Les premiers Français à s'installer dans le Maghreb, plus particulièrement en Algérie, sont généralement de modestes colons ou des petits fonctionnaires coloniaux et habitent dans les zones rurales. Selon Hubert (1995), c'est là qu'ils semblent avoir adopté les produits locaux en attendant d'avoir reconstitué leur environnement d'origine. Au fil des visites, voyages, ou expositions, le plat rentre dans l'Hexagone. George Sand en relate la première recette au 19^{ème} siècle, le couscous est cité dans le célèbre livre de Gastronomie Pratique de Henri Babinsky en 1907 ainsi que dans le Larousse Ménager de 1926, considéré comme la « bible des maisons bourgeoises » (Morsy 1996 : 19) mais avec une recette complètement dénaturée. Par ailleurs, des recherches ethnographiques menées en Tunisie (Gobert 1940), participent de la diffusion de la recette auprès de la population européenne de l'époque.

De préparation artisanale, manuelle, la graine devient semi-industrielle avec l'introduction de minoteries en Algérie (établissements Maison Ricci à Blida en 1853 ou Ferrero à Alger). Son introduction massive en France date de l'arrivée des pieds-noirs (Hubert 1995). Après l'indépendance (entre 1956 et 1962), la plupart des familles de minotiers d'Afrique du Nord s'installent à Marseille et développe la fabrication du couscous industriel, segment de marché encore vacant. « Partant sur une clientèle originaire d'Afrique du Nord et un marché à promouvoir, ils menèrent une active politique commerciale qui porta ses fruits. Ils en profitèrent pour pousser plus avant la mécanisation de leurs installations, aujourd'hui entièrement automatisées. Plus encore, ils généralisèrent une pré-cuisson qui réduit de moitié le temps du passage à la vapeur. Leur production s'impose un peu partout. » (Morsy 1996 : 12-13)

Dans les années 1960, la vague de flux migratoires en provenance du Maghreb s'accroît et les traditions culinaires associées au couscous traversent de nouveau la méditerranée. Aujourd'hui, le couscous se décline en conserve, en préparation surgelée, aux micro-ondes. Les restaurants servent à l'envie des couscous royaux, aux merguez, recettes qui n'existaient pas dans le Maghreb. Dans le Maghreb, la mode est alors le couscous dit complet (alors qu'auparavant la graine « brune » était signe de classe sociale inférieure), préparé traditionnellement, relançant une activité économique autour de la préparation de la graine artisanale.

Ce n'est pas seulement la recette du couscous qui se transforme dans cette interpénétration culturelle. Le couscous devient symbole de la réussite de l'intégration à la française : il est inclus dans les menus des cantines scolaires, les restaurants d'entreprise, voire les hôpitaux. Il devient un plat très apprécié notamment parce qu'il est considéré comme un plat à forte qualité nutritive, souvent servi dans des restaurants peu chers et populaires. Parce que c'est un plat à forte valeur de lien (Cova 1995), il est par ailleurs le plat préféré des one man show (liberté-égalité-couscous) ou des soirées organisées par certains organismes (« Saint-Valentin autour d'un couscous » ; « pour faire gagner Ségolène Royal, couscous républicain » ; « Méga couscous pour soutenir les familles de séropositifs » ; etc.). A lui seul, il peut être même le

thème fondateur d'une communauté virtuelle. Par exemple, ainsi se présente le groupe « ta mère fait le meilleur couscous du monde » sur Facebook (180 membres) :

« si t'est feuj, rebeu, renoi, babtou, peul, wolof, bambara, berbère, barbare, tunisien, algérien, marocain, et même breton cousin, si tu raffoles de la semoule et que ta maman te le fait mieux que tout les autres, qu'elle mette du mouton du poulet du boeuf, du poisson même du porc si elle veut (pour les bretons ainsi que ceux qui ont franchit l'obstacle psychologique). Si à chaque fois que tu manges le couscous d'une autre femme que ta mère tu te dis ouais.....bof....si tu détestes Tipiak et Garbit, Si tu ne commandes jamais de couscous au restaurant ou à la cantine alors rejoins le premier fan club de « ta mère fait le meilleur couscous du monde » en exclusivité mondiale. Vous pouvez joindre des recettes, des invitations, des couscous testing, ainsi que des dénonciations de certaines personnes qui voudraient s'approprier le célébritissime plat maghrébin... ».

Une autre modification s'effectue sur la dimension « sacrée » du couscous. Babès (1996) distingue deux sortes de couscous : un couscous festif, comprenant de la viande et des grains, et un couscous ordinaire, purement végétal. « En dehors des fêtes, le couscous est un plat pauvre, et d'une extrême simplicité. Sans viande - le sacrifice d'une bête ne se justifie traditionnellement qu'à l'occasion d'une fête ou d'un acte d'hospitalité, il peut même être consommé sans bouillon, avec simplement du petit-lait » (Babès 1996 : 268). Qu'il soit festif ou ordinaire, le couscous a toujours une dimension sacrée ou sacralisée : la présence de la viande exigeant un sacrifice, et la préparation de la semoule revêtant, à elle seule, un caractère rituel en raison de la valeur sacrale de l'aliment céréalier et d'abondance, dans la mesure où, en séparant les grains les uns des autres, le roulage est aussi une forme symbolique du multiple bénéfique au sens de Bahloul (Bahloul 1983). De plus, le couscous est presque toujours associé à différentes prestations et échanges alimentaires : offrandes, redistribution aux pauvres, difâ-s (hospitalité), etc.

L'étude de la « sacralité » des produits/aliments en raison de leur symbolisme et du sens qu'ils portent et véhiculent a été approfondie par des chercheurs en marketing (Wallendorf et Arnould 1988 ; Belk, Wallendorf et Sherry 1989). S'inscrivant dans cette veine, cette recherche avance l'idée que la signification du couscous pour les Français ne révèle pas de l'attachement au « donneur » (celui qui cuisine ou qui l'offre) mais est davantage connectée à ses attributs nutritionnels. A l'inverse, pour les personnes d'origines maghrébines, le bon couscous est celui du pays ou de la mère. Le caractère sacré du couscous est « profané » lors de sa diffusion en France. Ensuite, cette recherche pose la question de savoir pourquoi un plat familial (les seuls restaurants de couscous dans les pays du Maghreb semblent être destinés aux touristes occidentaux) et traditionnel (une transmission de ce savoir culinaire s'effectue de génération en génération) est devenu un plat « public » (de nombreux restaurants de couscous existent en France) et moderne (il est possible de trouver tout type de recette dans des livres de cuisine ou sur Internet pour ceux qui aiment cuisiner et se contentent des boîtes vendues dans les grandes surfaces ou du couscous préparé chez les traiteurs).

Lorsqu'on regarde l'histoire du couscous, il a d'abord représenté « l'exotique », l'« autre » lointain, connu par l'Occident lors de ses entreprises précoloniales puis coloniales (Hassoun et Raulin 1995) et lors de l'époque de l'orientalisme (Said 1978). Le slogan tant connu de « Couscous : C'est bon comme là-bas ! », prononcé avec l'accent des pieds-noirs, en est l'illustration la plus simple. Avec le temps, cet exotisme semble être « assimilé » par les Français avec l'interpénétration culturelle qu'ils ont eue avec les personnes d'origine maghrébine. Comme souligne Todorov (1989 : 297), « la méconnaissance est incompatible avec l'exotisme, mais la méconnaissance est à son tour inconciliable avec l'éloge des autres ; or c'est précisément ce que l'exotisme voudrait être, un éloge dans la méconnaissance. Tel est

son paradoxe constitutif ». Ainsi, le couscous qui n'est pas exotique n'est qu'un simulacre pour les consommateurs d'origine maghrébine (Baudrillard 1981).

3. Méthodologie

Cette recherche combine différentes méthodes qualitatives que nous pouvons résumer en deux catégories. Tout d'abord, nous avons réalisé une analyse historique critique de l'usage du couscous en France et en Tunisie. Ainsi, l'un des chercheurs a étudié les archives des Pères blancs, Société des Missionnaires d'Afrique, en Tunisie, connus par leurs travaux en ethnographie et en géographie en Afrique. L'autre chercheur a étudié le discours des restaurants de couscous en France selon leur carte, sites Internet, outils promotionnels, etc. Inspirée par la méthodologie développée par Fonseca (2005), le but de cette phase était de voir les processus de reconstruction des significations autour du couscous au regard des représentations et des pratiques.

Ensuite, nous avons réalisé des histoires de vie centrées sur le couscous accompagnées par la méthode des itinéraires auprès des personnes d'origine maghrébine. 6 hommes et 10 femmes ont été interrogés. Lors de ces entretiens, des photos ont été prises. Cette phase a été complétée par une courte enquête ethnographique dans les rayons alimentaires de quelques grandes surfaces et des magasins spécialisés afin d'évaluer la présentation de l'offre.

Tableau 1 : Présentation des interviewés

Noms	Origine	Age	Durée d'entretien	Occupation	Habite en France depuis
Mufida	Tunisienne	52 ans	1h15	Sans profession	1974
Wael	Tunisienne	23 ans	1h30	Employé	Né en France
Karin	Tunisienne	28 ans	1h15	Juriste	Né en France
Nabil	Tunisienne	30 ans	35'	Designer	Né en France
Mouna	Tunisienne	27 ans	45'	Chargée de communication	Né en France
Neila	Tunisienne	28 ans	48'	Ingénieur	Né en France
Nissaf	Tunisienne	33 ans	49'	Gestion des carrières RH	Né en France
Zeineb	Tunisienne	54 ans	49'	Infirmière à la retraite	1974
Nacima	Algérienne	29 ans	1h30	Etudiante	2003
Raouf	Algérienne	23 ans	1h15	Etudiant	Né en France
Zahia	Algérienne	39 ans	1h55	Sans emploi	1979
Mohamed	Algérienne	36 ans	1h10	Architecte	2000
Abdou	Algérienne	39 ans	2h	Action Sociale	Né en France
Belaid	Algérienne	40 ans	1h15	Agent de sécurité	2003
Omar	Algérienne	35 ans	1h08	Etudiant	Né en France
Amel	Algérienne	49 ans	1h05	Employé	1981

Les entretiens ont été enregistrés et entièrement retranscrits. En dehors de leur consommation de couscous, les interviewés ont été interrogés sur plusieurs aspects concernant la culture dominante et la culture d'origine, leur arrivée en France, leur histoire d'immigration, et leur vie actuelle en France. Nous avons analysé le discours de nos seize répondants selon une approche interprétative. Nous avons fait des allers retours entre le cas particulier de chaque entretien et l'ensemble des entretiens et ceci, en nous appuyant sur l'analyse historique critique préalablement réalisée sur les significations du couscous.

4. Résultats

Cette recherche a pour objectif de comprendre le processus d'acculturation des consommateurs au travers d'une pratique culinaire interprétée par les auteurs comme vecteur de transmission culturelle entre les générations et d'interaction entre les groupes dits majoritaire et minoritaire. Elle permet en outre d'identifier les réseaux de relations autour de la consommation de couscous (au sens large) ainsi que les rites ou mythes associés à ce plat.

Le couscous de mère en fille/en fils

Le meilleur couscous semble être celui de la mère.

« Souvent vous entendrez dire, moi je préfère le couscous de ma mère, tout simplement. Si vous posez la question à mon mari, il vous dira qu'il préfère le couscous de sa mère et si vous me posez la question, je vous dirais que je préfère celui de la mienne... Je ne sais pas si c'est bon ou pas bon, je ne critique pas le fait que ce soit bon ou pas bon. C'est que pour moi, le couscous c'est celui que je fais ou celui de ma mère. C'est quelque chose que je n'explique pas, parce que c'est vraiment bête... ». (Nissaf, F, 33 ans)

« Alors, y'a un type de couscous dont je n'ai peut-être pas parlé, c'est le couscous de ma grand-mère. La mère de mon père. Alors ça, c'est le couscous sacré. Comme dit mon père, personne d'autre ne fait le couscous comme elle. C'est toujours le truc de la mère, le culte de la mère ». (Mounia, F, 27ans)

C'est la mère qui est détentrice du savoir et de la connaissance par rapport à la manière de préparer le couscous. Pour elle, ne pas l'enseigner directement signifie qu'elle garde le « pouvoir » entre ses mains. Grâce à cette maîtrise, elle apparaît à un moment donné comme le chef de famille. Ainsi, être la seule dans la famille nucléaire confère à la mère un ascendant sur ses enfants et également sur son mari. Laisser ses enfants dans le flou en leur montrant sans les faire participer semble être une manière de prolonger au maximum ce « pouvoir », tout en renforçant sa position de mère nourricière. A ce titre, le couscous incarne d'ailleurs parfaitement le lien nourricier qui existe entre mère et enfant et qui est remis en cause symboliquement par une autonomie de préparation de l'enfant.

Ce choix de non transmission du savoir-faire s'explique dans certains cas, comme celui d'une volonté de se détacher des traditions pour s'intégrer davantage dans la culture d'accueil. Ainsi, certains entretiens montrent que ne pas centrer l'éducation des filles sur l'apprentissage du couscous et plus largement des tâches ménagères est une façon de ne pas faire des filles « des femmes d'intérieur ». Ainsi, clairement, les travaux ménagers apparaissent en très forte concurrence avec les études et l'ouverture à la culture et au monde extérieur. Le couscous est alors envisagé comme le symbole de cette culture maghrébine où pour être une bonne épouse,

il faut savoir être une bonne cuisinière. Choisir de ne pas enseigner ce plat revêt un choix fort et conscientisé de modernité pour les futures épouses. Ne pas connaître cette tradition culinaire fait apparaître les potentielles épouses comme des « femmes d'extérieur » qui peuvent mener à bien leurs études et s'épanouir en tant qu'individu plutôt qu'en tant qu'épouse.

Notons que les hommes sont généralement exclus de fait de cette tradition de préparation du couscous et donc de sa transmission. Ainsi, un des interviewés souligne même vivement que ne serait-ce que participer au couscous serait une grande honte pour lui dans son village d'origine. Le couscous appartient donc à un univers quasi féminin, en tout cas de manière traditionnelle, univers dont certaines filles vont pouvoir être épargnées dans les milieux d'origine les plus aisés.

Les entretiens réalisés n'ont pas fait émaner des pratiques traditionnelles d'apprentissage entre mère et enfant (quelque que soit l'âge de l'enfant). En effet, la mère ne fait pas participer mais se contente de faire regarder à la personne en apprentissage. La participation est très rare et reflète une envie peu affirmée de transmettre une manière de faire régionale voire familiale. Ainsi, les entretiens ont laissé apparaître une « demande ascendante » alors que la volonté « descendante » s'est avérée très faible. Cette demande de la part de la génération inférieure émane indifféremment des personnes interviewées d'origine algérienne ou tunisienne. Cette volonté de certains de nos interviewés d'apprendre à cuisiner le couscous de manière autonome a laissé place à des récits de pratiques divers.

Certains téléphonent dans leur pays d'origine, le plus souvent à leur mère, pour vérifier que ce qu'ils ont vu correspond bien à ce qu'ils font. Notons que certains peuvent dépenser de larges sommes puisqu'ils téléphonent loin et peuvent rester à discuter durant tout le temps de préparation. Ils appellent de manière récurrente pour des petits détails même s'ils cuisinent du couscous seul depuis plusieurs années. Outre le téléphone, d'autres pratiques de transmission plus modernes peuvent exister. Ainsi, un interviewé d'origine tunisienne a filmé sa mère en train de préparer le couscous, film qu'il se repasse en cas de doute pendant sa propre préparation.

« J'ai filmé ma mère pendant qu'elle faisait la soupe, étape par étape je lui demandais de me commenter ce qu'elle faisait donc je l'ai sur mon pc. Donc si je veux le faire, je le pose et je suis. Pour moi, sa nourriture c'est la meilleure nourriture, c'est la nourriture de ma mère mais aussi parce que c'est une des meilleures nourritures que beaucoup ont mangé dans leur vie ». (Wael, 23 ans)

Une autre interviewée a également recopié la recette pour avoir un référent écrit et ne pas fonder le savoir à transmettre uniquement sur une tradition orale.

Le couscous : synonyme de la tradition et du lien identitaire

L'envie d'apprendre à cuisiner le couscous chez les interviewés semble provenir aussi bien d'un souci de sauvegarde de la tradition culinaire de leur pays d'origine que de faire perdurer leurs attaches avec ce pays. Pour certains d'entre eux, c'est alors une manière d'afficher et de vivre leur identité d'individu d'origine immigrée.

Pour certains, le couscous est alors une façon de vivre plus que leur origine algérienne ou tunisienne mais bien leur « appartenance régionale ». Le couscous prend des formes si différentes selon les provinces ou les villages que le couscous devient alors un représentant en France de leur provenance territoriale. Le couscous participe pour ces interviewés à leur construction identitaire et semble même incarner très précisément leurs terres d'origine.

Apprendre à faire un couscous est également un échange fort entre la mère et l'enfant. Ainsi, le partage qui s'opère semble incarner fortement le lien à la mère nourricière et détentrice de cette tradition culinaire. Mais apprendre à cuisiner est également une manière de sauvegarder une tradition basée sur l'oralité et qui donc pourrait s'évanouir avec les interviewés. Savoir et donc apprendre à cuisiner le couscous apparaît donc comme une responsabilité collective. Il est du devoir de chacun de faire perdurer la tradition aussi bien dans le pays d'origine que dans le pays d'accueil. Perdre cette connaissance implique pour les interviewés de ne pas pouvoir à leur tour la transmettre et ainsi perdre le dernier « bastion » qui les relie aux pays d'origine.

Le couscous entre plat sacré et sacralisé

Le rapport au couscous et aux occasions de le manger s'avère différent entre les interviewés d'origine algérienne et tunisienne. Si le couscous apparaît comme un élément inhérent et incontournable de la cuisine traditionnelle en Tunisie, il revêt, par ailleurs, un caractère largement festif lorsqu'il s'agit de personnes venant d'Algérie. Pour ces derniers, le couscous est le plat typique que l'on mange par exemple pour les mariages. Ainsi, lors de ces événements, on prépare le couscous pour le village entier. C'est alors les femmes les plus expérimentées du village qui préparent cet énorme couscous pour tout le monde.

Le couscous est, pour ces personnes venant d'Algérie, empreint d'un caractère festif et hédoniste alors que pour les personnes d'origine tunisienne, il fait uniquement partie d'une tradition culinaire du quotidien sans être associé à des moments festifs. Notons que le couscous s'inscrit dans une pratique culinaire semble-t-il beaucoup plus élaborée pour les Tunisiens que pour les Algériens. Ainsi, pour une des interviewées tunisiennes, faire un couscous, par exemple à des amis français, n'est pas à la hauteur de ses « talents » culinaires. Offrir un couscous revient alors à gâcher la possibilité de manger un plat tunisien plus raffiné et élaboré qui a une signification tout aussi traditionnelle pour elle.

Le couscous est donc beaucoup plus idéalisé chez les interviewés d'origine algérienne qui ont parlé passionnément de ce plat lors des entretiens contrairement aux personnes d'origine tunisienne qui vivent cette tradition de façon beaucoup plus banale.

Dans les divers entretiens effectués lors de cette recherche, le couscous est apparu non seulement comme un plat sacré religieusement, c'est-à-dire associé à une fête religieuse précise, mais comme un plat sacralisé. Le couscous est alors vécu, notamment par les personnes d'origine algérienne, comme symbole de la nourriture. Respecter le couscous signifie respecter la nourriture dans son ensemble. Les entretiens ont alors pu faire apparaître des signes de respect dans la manière de le considérer et par exemple d'en gérer les restes. Ainsi, une personne nous a expliqué qu'elle avait beaucoup de mal à jeter du couscous. Même quand ce dernier n'était plus consommable, il se devait de jeter les restes dans une poubelle propre et de ne pas le mélanger avec d'autres détritiques.

Le couscous est donc d'autant plus sacralisé que c'est un plat qui se partage. Il est synonyme de rassemblement. En effet, seul un des interviewés nous a dit se faire du couscous uniquement pour lui et le consommer en solitaire. Il est alors idéalisé dans la mesure où il incarne le rassemblement (familial) et donc le lien avec ses origines. Ce partage s'inscrit dans la manière même de consommer ce plat puisqu'il est présenté comme un plat unique où chacun délimite la part qui lui appartient selon sa position autour de la table.

Il est également perçu comme sacré par les Algériens puisqu'il représente la région d'origine de l'interviewé. Les entretiens ont en effet laissé entrevoir la diversité des recettes algériennes du couscous où chaque région (voire chaque village) a sa spécificité. Cette revendication

régionale est accompagnée d'une large fierté : les recettes évoquées par les personnes rencontrées sont perçues par ces dernières comme à chaque fois les meilleures de manière incontestable, qu'il s'agisse de la recette du village ou de la recette de la mère de l'interviewé.

En revanche, même si la consommation de manière large du couscous s'apparente pour les personnes d'origine immigrée à un bricolage de pratiques, l'évocation d'un couscous industriel ou en conserve a entraîné la désapprobation de la grande majorité des interviewés. Ainsi, pour ces derniers, le couscous est un plat préparé de manière traditionnelle même si la recette peut être retravaillée, simplifiée ou francisée. Le couscous est avant tout un plat qui représente la mère, le pays, la région d'origine, un plat qui ne se paie pas et donc que l'on ne consomme pas au restaurant. Un couscous en conserve est envisagé comme une sorte de sacrilège, et pratiquement de mépris pour sa culture d'origine. Mieux vaut ne pas manger de couscous ou manger un couscous simplifié, avec de la graine et des légumes, cuisiné rapidement, plutôt qu'un couscous préparé.

Les plats d'ici, les plats de là-bas

La majorité de nos interviewés ont opéré un véritable mixte dans leur manière d'entrevoir la cuisine. Ils mangent aussi bien des plats français que des plats typiques de leur pays d'origine. Notons que ce jonglage entre les deux traditions culinaires est corrélé à l'origine sociale favorisée de certains interviewés d'un côté et par la durée relativement longue de leur vie en France pour d'autres. Ces deux éléments semblent en effet être les deux facteurs structurant cette large ouverture par rapport à la cuisine française. Les personnes d'origine tunisienne considèrent le couscous de manière plus banale par que celle d'origine algérienne. Elles vont préparer indifféremment un steak frites ou un couscous. Les deux plats apparaissent alors comme des plats appartenant à leur quotidien culinaire sans pour autant revêtir une lourde signification traditionnelle.

Les propos des interviewés ont également montré que certaines cuisinières font des mixtes entre plat français et plats de leur pays d'origine par exemple en ajoutant à un plat français une sauce typique tunisienne ou algérienne.

Pour les interviewés les moins enclins à manger des plats français principalement, l'ouverture à la cuisine de leur pays d'origine relève alors d'une curiosité intellectuelle clairement conscientisée. Ces derniers vont alors essayer de s'ouvrir selon une démarche intellectuelle, alors que cuisiner de manière traditionnelle selon leur pays d'origine s'est toujours avérée être une solution de facilité.

La manière dont les personnes d'origine algérienne ou tunisienne mangent le couscous apparaît comme un bricolage de pratiques par rapport à la manière de le consommer dans leur pays d'origine. C'est le rassemblement des ingrédients qui semble le plus soumis à des règles immuables. Ainsi, nombre d'interviewés ont insisté sur le fait que la graine devait provenir de leur pays d'origine et qu'elle devait dans l'idéal avoir été roulée à la main par leur mère. C'est sur l'origine de la graine que les interviewés se permettent le moins d'improviser. Nombre d'entre eux nous ont conté des souvenirs de rassemblement de femmes pour constituer ce stock annuel de graine, rassemblement qui fait partie intégrante de la vie au pays. La majorité rapporte donc cette graine du pays (jusqu'à 10 kg) lors de leur retour en vacances. De même ils s'attachent à apporter de l'huile d'olive. Enfin, certains des interviewés achètent dans leur pays d'origine des épices qu'ils vont utiliser pour faire la sauce. En revanche, pour la viande et les légumes, les personnes rencontrées s'approvisionnent aussi bien au marché qu'au supermarché selon qu'elles font leurs courses dans un lieu ou un autre.

Le stockage des ingrédients se fait de manière variable. Ce stockage concerne les ingrédients non périssables à court terme, c'est-à-dire la graine et les épices. Pour ces dernières qui sont généralement spécialement utilisées pour le couscous, le stockage se fait avec les autres éléments d'assaisonnement comme le sel ou les condiments. En revanche, le stockage de la graine s'avère plus diversifié. Certains des interviewés compte tenu des grosses quantités présentes chez eux ne gardent pas toute la graine dans la cuisine mais peuvent l'entreposer ailleurs dans le foyer (par exemple dans le garage). D'autres installent cette graine avec les féculents ou avec les pâtes. Ce qui s'avère plus intéressant dans cette culture matérielle est pour certains la volonté d'entreposer cette semoule de manière visible dans leur cuisine. Cette pratique a été consciencisée par une des interviewés qui a installé sa graine dans un sac en tissu et qui a déclaré la laisser visible pour avoir un lien plus direct avec sa famille et sa culture d'origine. Notons, par ailleurs, que cette personne interviewée n'est en France que depuis quelques années et a encore toute sa famille proche en Kabylie.

Ainsi, comme évoqué ci-dessus si les hommes ne peuvent en aucun cas participer à la préparation du couscous dans les deux pays du Maghreb en question, cette règle ne semble pas immuable en France. Ainsi, plusieurs de nos interviewés masculins se sont déjà trouvés en position de faire du couscous. Cette situation arrive en général dans des cas de défaillance quant à la possibilité d'une préparation féminine : situation de célibat, de couple mixte avec une compagne française, ou de préférence pour le couscous de la mère par rapport à la recette de la compagne. Dans ces cas de figure, la préparation par l'homme semble envisageable voire recherchée par certains hommes qui y voient la perpétuation d'une tradition culinaire et plus largement de leur culture d'origine.

La manière concrète de le consommer est également partagée entre tradition et réappropriation. Ainsi, si une des interviewés a insisté sur le fait qu'elle ne pouvait manger du couscous qu'avec une cuillère et les doigts, d'autres s'accommodent d'un couteau et d'une fourchette. Notons par ailleurs, que ces derniers sont ceux chez qui la nourriture française a le plus de place et qui ne donnent pas la primeur à la tradition culinaire de leur pays d'origine. Il est également largement plus facile de manger un couscous seul en France. S'il a été souligné plus haut que le couscous est un plat qui se partage et qui incarne le rassemblement, des pratiques se déroulant en France ont tendance à atténuer ce constat. Le couscous peut alors être un plat consommé de manière solitaire. Il ne se présente alors pas comme une recette traditionnelle mais plutôt comme un dérivé de couscous qui peut se préparer de manière rapide et qui ne possède pas tous les ingrédients. C'est ainsi la viande qui sera exclut de manière la plus récurrente ainsi que la sauce. Certains des interviewés parlent de couscous « vite fait » ou couscous « express » qui s'avère être une forme française du couscous où peuvent se trouver simplement la graine et les légumes ou juste la graine avec une préparation sucrée et des raisins secs.

6. Discussion, conclusion

Le couscous, une pratique sociale identitaire

Nous considérons la consommation comme un acte de construction identitaire ; le sens des expériences de consommation émergeant des récits de pratiques des individus. Il apparaît clairement ici que la pratique de consommation du couscous s'apparente à une pratique sociale dans la mesure où elle est constituée dans l'ensemble des entretiens d'éléments interconnectés entre eux qui relèvent à la fois de routines, de représentations mentales, d'objets et de leurs usages, de savoir-faire mais aussi d'émotions et de souvenirs sensoriels (Warde, 2005).

Comme toute pratique sociale, cette activité culinaire prend différentes formes de discours et de façons de faire selon les lieux et les périodes. Cependant, ces formes sont reliées entre elles par trois types de liens : des connaissances ou une histoire de ce qu'il faut dire et faire ; des règles, des principes, des prescriptions explicites ; des structures « téléoaffectives » encadrant les émotions et des croyances (Warde, 2005). Dès lors, on observe une forme de coordination inconsciente de la part des différentes personnes interrogées permettant la pérennisation de la pratique dans sa forme la plus « originelle » possible dans le contexte français. Ainsi, il existe une forme idéale du couscous (qui ne peut référer qu'à la mère, ne peut se faire que selon une recette bien définie) acceptée par la plupart des interviewés. Cette forme idéale rassemble les interviewés dans une communauté de pratiques qui les dépasse.

Pour comprendre ce phénomène, nous retiendrons la distinction que fait Warde (2005) entre pratiques implicites et explicites. Ainsi, si les pratiques explicites sont faciles à diffuser parce que relevant de règles, routines, les pratiques dites implicites ou intégratives -comme les pratiques culinaires- sont en revanche, beaucoup plus complexes à transmettre. La diffusion se faisant à différents niveaux : à la fois en termes de savoirs (comprendre le sens), de savoir-faire mais aussi en termes savoir-être (valeurs, croyances, émotions). La pratique se transforme et prend d'autres sens dès lors qu'un de ces trois éléments prend une autre forme. La pratique perd une partie de sa valeur sociale : le couscous royal ça n'existe pas. Le couscous dont la graine n'est pas cuite à la vapeur n'est pas un couscous. On ne mange pas le couscous dans un restaurant, etc.

Cependant, peut-on dire pour autant que la pratique s'appauvrit ? Non, nous pouvons observer un double processus à la fois de reproduction et d'innovation permettant au couscous de perdurer. De fait, la pratique tout comme les rites définissent une culture et peuvent être vecteurs de changements comme de stabilité ou d'ancrage (Turner, 1986). A cet égard, nous avons observé des trajectoires de « pratiques du couscous » selon les processus d'acculturation, avec notamment des différences entre les générations.

Le couscous, une pratique sociale reconfigurée de l'espace euro-méditerranéen

Dans leurs travaux Ger et Belk (1996) indiquent qu'en réaction à la culture mondialisée (ou issues des pays à forte influence essentiellement occidentale) on peut observer quatre types de comportement : un retour aux racines locales, une forme de résistance, une réinterprétation des codes majoritaires à la manière locale, la créolisation (un mix de l'ancien et du nouveau).

Dans l'étude menée ici, c'est essentiellement le processus de créolisation qui est identifié même si certains entretiens laissent entrevoir les autres formes d'orientations. L'échantillon est trop faible pour conclure à une tendance générale sur ce sujet.

La créolisation vise à réconcilier les contradictions entre des rites culturels. Elle implique de la créativité de la part des populations. En outre, elle engendre une forme de revalorisation des populations minoritaires qui se constituent un statut social en réhabilitant des rites de culture minoritaire au sein du contexte culturel majoritaire.

Effectivement, il ressort des résultats que les interviewés nés en France de parents maghrébins cherchent à apprendre à faire le couscous dans l'esprit traditionnel afin de maintenir le lien avec leur culture. Par ailleurs, ils s'adaptent volontiers au contexte local en mixant méthode traditionnelle de préparation, évolution des rôles féminin/masculin, sources mixtes d'approvisionnement (ici et là bas) et mode moderne de consommation.

Ainsi, comme le soulignent Ger et Belk (1996), en étudiant les comportements de consommation des minorités culturelles, on observe des réponses comportementales ne

relevant pas seulement de l'adoption versus le rejet de la culture dominante comme le proposent Joy et Wallendorf (1996) mais aussi des comportements de construction identitaire impliquant de la créativité.

En conséquence, ne voit-on pas dans la diffusion du couscous en France (deuxième plat préféré des français), une illustration de l'émergence de cultures globales de consommation (au sens de Ger et Belk, 1996) dépassant les frontières et les groupes ?

Cette recherche préliminaire nous montre la nécessité d'interroger aussi les Français qui ne se reconnaissent pas dans la culture maghrébine. Cette nouvelle phase sera alimentée par une netnographie (forum de cuisine, site de restaurants, événements associatifs, etc.) et des entretiens. Le but de cette dernière phase est d'analyser l'appropriation du couscous par des personnes qui n'ont pas de lien culturel avec cette pratique culinaire. Nous souhaitons ainsi compléter l'histoire du couscous, plat symbole de l'interpénétration des cultures.

Références bibliographiques

- Ascher François (2005), *Le mangeur hypermoderne. Une figure de l'individu éclectique*, Odile Jacob, Paris.
- Arnould Eric J., and Thompson Craig (2005), "Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research", *Journal of Consumer Research*, 31, pp: 868-882.
- Askegaard Soren, Arnould Eric J. and Kjeldgaard Dannie (2005), "Postassimilationist Ethnic Consumer Research: Qualifications and Extensions", *Journal of Consumer Research* 32 (June), pp: 160-170.
- Babès Leïla (1996), « Le couscous comme don et sacrifice », *Revue de Mauss : L'obligation de donner - La découverte sociologique capitale de Marcel Mauss*, 8, pp : 267-276.
- Bahloul Joëlle (1983), « Nourritures de l'altérité : le double langage des juifs d'Algérie », *Annales, E.S.C.*, March-April, 2:325-340.
- Baudrillard Jean (1981), *Simulacres et simulation*, Paris, Galilée
- Calvo Manuel (1985), « Migration et alimentation », *Cahiers de sociologie économique et culturelle*, 4, pp : 52-89.
- Corbeau Jean-Pierre (2004), « Les « jeux du manger », XVII^{ème} congrès de l'AISLF, CR 17 Sociologie et anthropologie de l'alimentation, Tours.
- Corbeau Jean-Pierre et Poulain Jean-Pierre (2002), *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, Toulouse: Privat.
- Dedeire Marc et Tozanli Selma (2007), *Les Paradoxes des distances dans la construction des identités alimentaires par acculturation*,
- Deshpande Rohit, Wayne Hoyer, and Nareen Donthu (1986), "The Intensity of Ethnic Affiliation: A Study of The Sociology of Hispanic Consumption," *Journal of Consumer Research*, 13 (September), 214-20.
- Desjeux Dominique (2000), « La méthode des itinéraires. Une approche qualitative pour comprendre la dimension matérielle, sociale et culturelle de la consommation. Le cas du Danemark », *Actes de la 5ème journée de Recherche en Marketing de Bourgogne: distribution, achat, consommation, sous la direction de Marc Filser - Dijon, 23 Novembre.*
- Desjeux Dominique (2006), *La consommation*, Collection Que sais-je ?, Paris : PUF.
- Fischler Claude (2001), *L'Homnivore. Le goût, la cuisine et le corps*, Poches Odiles Jacob, Paris.
- Fonseca Vanessa (2005), *Nuevo Latino : rebranding latin american cuisine*, *Consumption, Markets and culture*, 8 (2), june, pp : 95-130.
- Gobert Ernest Gustave (1940), *Usages et rites alimentaires des Tunisiens, leur aspect domestique, physiologique et social*, Editions de la Bibliothèque IBLA, Tunisie.
- Ger Güliz and Belk Russel W. (1996), "I'd like to buy the world a coke: Consumptionscapes of the 'Less Affluent World' ", *Journal of Consumer Policy*, 19, pp: 271-304.
- Hassoun Jean-Pierre et Raulin Anne (1995), « Homo exoticus », in Bessis Sophie (sous la direction de), *Mille et une bouches. Cuisines et identités culturelles. Autrement, Coll. Mutations/Mangeurs, N°154*, Paris, 119-129

- Hubert Annie (1995), « Destins transculturels », Milles et une bouches. Cuisines et identités culturelles, Autrement, Paris.
- Hubert Annie (2000), « Cuisine et Politique, le plat national existe-t-il ? », Revue des Sciences Sociales, 27.
- Hossenlop Joseph (1995), « Autre produit, autre goût », in Bessis Sophie (sous la direction de), Mille et une bouches. Cuisines et identités culturelles. Autrement, Coll. Mutations/Mangeurs, N°154, Paris, 132-146
- Joy A. et Wallendorf M. (1996), The development of consumer culture in the Third World : Theories of globalism and localism. In: R.W. Belk, N. Dholakia, & A. Venkatesh Eds., Consumption and Marketing: Macro dimensions. Cincinnati, OH: Southwestern, pp: 104-142.
- Kaufmann Jean-Claude (2005), *Casseroles, amours et crises. Ce que cuisiner veut dire*, Paris: Hachette Littératures.
- Kim Chankon, Michel Laroche, and Annamma Joy (1990), “An empirical Study of Ethnicity on Consumption Patterns in a Bi-Cultural Environment”, in *Advances in Consumer Research*, Vol.17, ed. Marvin E. Goldberg, Gerald Gorn, and Richard Pollay, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 839-46.
- Lindridge, Andrew M., Margaret K. Hogg, and Mita Shah (2004), “Imagined Multiple Worlds: How South Asian Woman in Britain Use Family and Friends to Navigate the ‘Border Crossings’ Between Household and Societal Contexts”, *Consumption, Markets and Culture*, Vol. 7, 3 (September), 211-38.
- Morsy Magali (1996), *Le monde des couscous*, Edisud.
- Oswald Laura. R. (1999), « Cultural Swapping: Consumption and the Ethnogenesis of Middle-class Haitian Immigrants », *Journal of Consumer Research* 25(March), pp: 303-318.
- Peñaloza Lisa (1994), “Atraversando Fronteras/Border Crossing: A Critical Ethnographic Exploration of the Consumer Acculturation of Mexican Immigrants”, *Journal of Consumer Research*, 21 (1), pp: 32-54.
- Todorov Tzvetan (1989), *Nous et les autres. La Réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, Le Seuil, coll. « La couleur des idées ».
- Üstüner Tuba and Holt Douglas B. (2007) “Dominated Consumer Acculturation: The Social Construction of Poor Migrant Women’s Consumer Identity Projects in a Turkish Squatter”. *Journal of Consumer Research*, 34 (1), pp: 41-56.
- Warde Alan (2005), “Consumption and Theories of practice”, *Journal of Consumer Culture*, 5(2), pp: 131-153.
- Wilk Richard (2006), *Home cooking in the global village: Caribbean Food from Buccaneers to Ecotourists*, Berg Publishers, 288 p.