



HAL
open science

Le rôle des “ minorités intermédiaires ” dans le commerce “ poor to poor ” Le cas de deux “ bazars ” (Prague, Moscou) dans l’espace post-soviétique

Felipe Kaiser Fernandes, Yoann Morvan

► To cite this version:

Felipe Kaiser Fernandes, Yoann Morvan. Le rôle des “ minorités intermédiaires ” dans le commerce “ poor to poor ” Le cas de deux “ bazars ” (Prague, Moscou) dans l’espace post-soviétique. Territoires du commerce populaire, Editions de l’Université de Lorraine, 2024, 9782384511440. hal-04871511

HAL Id: hal-04871511

<https://amu.hal.science/hal-04871511v1>

Submitted on 7 Jan 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Le rôle des « minorités intermédiaires » dans le commerce « *poor to poor* »

Le cas de deux « bazars » (Prague, Moscou) dans l'espace post-soviétique

Felipe Kaiser FERNANDES

EHESS, CNRS, LAP (ancien IIAC), Cefres, F-75006 Paris
felipekaiser.fernandes@ehess.fr

Yoann MORVAN

CNRS, Aix-Marseille Université, Sciences Po Aix, Mesopolhis, F-13100 Aix-en-Provence, France

Introduction

Les transformations protéiformes consécutives à la disparition de l'URSS (Union des républiques socialistes soviétiques) en 1991 ont notamment conduit à l'émergence de territoires du commerce populaire singuliers, caractérisés par l'insertion dans de nouvelles routes et espaces de la mondialisation (Thorez, 2008 ; Polese et Prigarin, 2013). Durant la période soviétique, la circulation commerciale s'effectuait dans le cadre d'une économie dirigée, réduite à la distribution (de masse) et à ses contournements informels (détail et demi-gros) (Kornaï, 1996 ; Kaiser, 1998). À la suite de l'effondrement de l'ancien bloc de l'Est, bon nombre de métropoles ont vu leur paysage urbain, en général assez industriel, se métamorphoser avec l'arrivée des *shopping malls*, ainsi que le développement des petits commerces et places de marché ethniques (Brouček, 2016 ; Dyatlov, 2016). Ce processus a été marqué par la contribution de certaines minorités qui jouaient déjà un rôle clé pendant la période soviétique dans le commerce informel (Hüwelmeier, 2013a ; Bram, 2017). Les « booms » de la consommation et des importations dans les années 1990 ont participé à la formation de véritables empires commerciaux,

en particulier pour les Nord-Vietnamiens en République tchèque et les Juifs du Caucase en Fédération de Russie, s'appuyant sur une hiérarchisation fonctionnelle des ethnicités (Brouček, 2016 ; Bram, 2017). Les bazars de Sadovod et de Sapa s'inscrivent dans ce contexte. Établis respectivement à la périphérie de Moscou et de Prague, ces espaces marchands sont largement investis par diverses populations migrantes ; ils sont très actifs jusqu'à aujourd'hui (Polese et Prigarin, 2013), malgré le développement des *malls*. Leur attractivité continue témoigne de leur popularité, dans les deux sens du terme, car ils répondent à une demande « *poor to poor* », « entre pauvres » (Tarrus, 2015).

Les bazars post-soviétiques ont fait l'objet d'assez nombreuses études, les appréhendant comme des formes d'institution apparues avec la fin du régime soviétique (Karrar, 2013 ; Spector, 2017). En ce sens, ces espaces marchands nous invitent également à réfléchir aux processus de transition dans l'ancien « bloc de l'Est » et se situent à la croisée d'intérêts multiples : politiques, économiques, territoriaux, religieux. Le terme bazar, d'origine persane, est utilisé, initialement au Moyen-Orient, pour décrire des ensembles commerciaux urbains permanents où se mêlent commerce et artisanat. Selon Jean

Soumagne (2008), au-delà des particularités structurelles des bazars et de leurs fonctions, dans les échanges commerciaux, qui s'apparentent à celles des souks, ces institutions jouent un rôle important dans l'ensemble de l'économie politique des pays correspondants. La fonction financière en est traditionnellement une composante essentielle, complémentaire de celle qu'offrent les réseaux bancaires formels. Les bazars constituent des espaces marchands qui « condensent les formes de l'urbanité par leurs modes de contrôle et de spatialisation, dispositifs d'ouverture et de fermeture, d'accessibilité et de clôture, qui qualifient leurs rapports à la ville et à son environnement proche et lointain » (Mermier et Peraldi, 2011).

Notre recherche s'appuie sur des ethnographies *in situ* et interroge la manière dont ces deux marchés agissent comme des territoires de mondialisation pour et par le commerce populaire. Outre l'analyse des acheteurs/consommateurs (souvent ensuite revendeurs à une échelle plus limitée, inférieure ou égale à celle du « demi-gros »), ce travail s'articule à une ethnographie « derrière le comptoir » afin d'appréhender les parcours biographiques des acteurs commerciaux. Il s'agit de terrains anthropologiques dits « en immersion » au sein de ces populations marchandes à Sapa¹, en République tchèque, et à Sadovod, en Russie. Une attention plus spécifique a concerné les deux groupes diasporiques en situation de « minorité intermédiaire » qui contrôlent ces deux bazars : les Vietnamiens à Prague et les Juifs du Caucase à Moscou. Cette étude mobilise ainsi une analyse socio-culturelle du bazar, suivant la démarche monographique de Clifford Geertz (2003), afin « d'en saisir les caractéristiques essentielles » et de « densifier les descriptions du “sens culturel des relations concrètes et historiques” de cette institution » (Cefaï, 2003).

Plusieurs anthropologues et historiens ont étudié l'émergence des bazars dans le contexte de la chute de l'URSS afin de comprendre comment l'économie de bazar s'intègre à des réseaux commerciaux mondialisés (Karrar, 2013, 2017 ; Mostowlansky, 2017). Ces recherches démontrent que le commerce populaire a constitué l'un des principaux ressorts économiques et de cohésion pour des populations livrées à elles-mêmes suite à la désintégration du bloc soviétique. Ces groupes d'entrepreneurs immigrés mobiles participent ainsi à une économie globale de l'entre pauvres (ou « *poor to poor* »), caractérisée par les mobilités transnationales, le commerce souterrain et la spécialisation croissante qui leur permet de commercialiser à grande échelle *via* des réseaux de *peer-to-peer*, « pair à pair » (Portes, 1999 ; Alba Vega, 2011 ; Tarrus, 2015, Choplin et Pliez, 2018). Ces nouveaux acteurs du commerce ont pu être décrits dans d'autres contextes comme des « fourmis » (Tarrus, 1992), ou encore des « aventuriers » (Peraldi, 2007), qui irriguent des circuits d'échange en Afrique subsaharienne, dans le Maghreb, en Espagne, en Italie, en France (Peraldi, 2001). Dans l'espace post-soviétique, les places de marché ou bazars qui président à l'organisation de ces circuits « *poor to poor / peer to peer* », tels Sadovod ou Sapa, deviennent alors des centralités, voire des quasi points de passage obligés, pour le commerce à bas prix des petits et moyens commerces des entrepreneurs immigrés.

Cette étude se propose donc d'explorer le rôle de communautés diasporiques spécialisées dans le commerce populaire, telles celles décrites dans les travaux d'Anne Raulin sur les minorités ethniques à Paris (2000), d'Emmanuel Ma Mung (1992) sur la diaspora chinoise et de Marie Chabrol (2012) sur les commerces africains dans le quartier de la Goutte d'or. Ces populations parviennent, dans un certain

1. Le travail réalisé sur le bazar post-socialiste de Sapa a été soutenu par l'EHESS (École des hautes études en sciences sociales) dans le cadre des bourses Aires Culturelles pour un terrain de trois mois à Prague (République tchèque) et de l'Aide financière doctorale de l'IAC (Institut interdisciplinaire d'anthropologie du contemporain) ; par la région Île-de-France dans le cadre de l'AMI (Appel à Manifestation d'Intérêt) Bourse à la mobilité internationale des étudiants ; par le CEFRES (Centre français de recherche en sciences sociales) de Prague au titre des bourses de mobilité doctorales d'un an pour les années universitaires 2019-2020 (en demi-bourse) et 2020-2021 (en bourse complète) ; et par le programme de bourses Barrande de trois mois dans le cadre du programme de mobilité d'échange doctoral entre la République tchèque et la France.

nombre de cas, à s'organiser sur la base de réseaux ethniques et développent de fortes compétences d'autonomisation vis-à-vis des contraintes liées aux conditions de vie dans la société d'accueil (Ma Mung, 1994). Ainsi, l'ethnicité semble se configurer comme le ressort symbolique sur lequel reposent les interactions entre individus (Lallement, 2010), aussi bien qu'une protection visant à assurer la sécurité et le statut de ces groupes minoritaires (Hettlage, 2012). En s'intéressant à cette superposition de différents territoires/mondes, la notion de « minorité intermédiaire » permet de comprendre la situation des communautés diasporiques qui parviennent à s'intercaler, avec plus ou moins de profit, entre différentes strates de la structure de la société d'accueil, par leur activité commerciale (Bonacich et Modell, 1980). Ce concept souligne comment, bien qu'exclues du champ politique local, ces communautés ethniques bénéficient d'un statut relativement favorable. Ces minorités restent néanmoins assez à l'écart de la société d'accueil et, à des époques de crise ou d'anomie, ont été considérées comme de boucs émissaires (Bonacich, 1973). Ces groupes se caractérisent ainsi par une forte solidarité interne, mais aussi par les discriminations (y compris religieuses) dont ils sont souvent victimes. Les cas les plus paradigmatiques de ces groupes sont ceux des Juifs en Europe, des Chinois dans l'Asie du Sud-Est, des Indiens et des Libanais en Afrique, ou des Syro-Libanais en Amérique latine.

Dans un premier temps, nous analyserons les mutations des réseaux commerciaux post-soviétiques et la manière dont les « minorités intermédiaires » vietnamiennes du nord et juives du Caucase réussissent à occuper une place centrale dans les activités commerciales à Prague et à Moscou. Ensuite, nous décrirons la trame des relations sociales dans les bazars de Sapa et de Sadovod. Enfin, nous soulignerons,

d'un côté, le rôle des institutions religieuses dans la construction de l'identité collective de ces espaces marchands et, de l'autre, les formes de surveillance sociale dans la médiation-régulation des échanges marchands.

Mutations du commerce populaire post-soviétique : contexte et évolution

Les mutations qui ont touché l'espace post-soviétique ont notamment entraîné de nouveaux mouvements migratoires. Ceux-ci ont favorisé l'apparition, dans les métropoles, de nouvelles communautés diasporiques, pour certaines très investies dans le commerce et jouant un rôle d'intermédiaire entre des populations modestes et des classes diversement dominantes. Contrôlés par des minorités intermédiaires, les grands bazars de Sapa et de Sadovod constituent les centres névralgiques de vastes réseaux de distribution ayant un rôle essentiel dans les secteurs du commerce de gros et de détail, de la restauration et des services de prêts d'argent.

Dynamiques « *poor to poor* » du commerce populaire post-soviétique

À Prague et à Moscou, les bazars post-soviétiques² sont animés par des commerçants-entrepreneurs qui assurent l'approvisionnement de divers commerces situés en République tchèque et en Russie, mais aussi dans d'autres régions de l'espace post-soviétique. Sapa est ainsi devenu un carrefour entre différents espaces marchands en Europe centrale, tels que le Dong Xuan Center (Berlin-Est et Leipzig, Allemagne), le Chinatown (Bratislava, Slovaquie), et le Kínai Piac « marché chinois » (Budapest, Hongrie). Sadovod est une place marchande

2. Le terme de « post-soviétique » peut surprendre pour désigner le bazar de Prague, qui effectivement n'a pas appartenu à l'espace soviétique, mais qui a été néanmoins sous l'influence de l'Union soviétique. Robert Kurz souligne que, dans certains cas, des régions appartenant à la « Périphérie occidentale de l'Union soviétique » comme la RDA (République démocratique allemande) étaient devenues « plus soviétiques que les Soviétiques » pendant la période du « gel de l'étatisme et la militarisation de la société » (Kurz, 2021). Les termes « espace post-socialiste », « bazar post-socialiste », « marché post-socialiste » sont aussi utilisés pour décrire la situation à Prague en prenant en compte les influences et les changements qui ont émergé après l'effondrement de l'Union soviétique (Hüwelmeier, 2013a).

centrale articulant les flux commerciaux eurasiatiques entre Istanbul et la Chine pour un bassin de consommation couvrant l'ensemble de l'ex-URSS. Ces deux plaques tournantes de l'échange macro-régional représentent des espaces privilégiés pour appréhender les logiques du commerce populaire.

Ces deux bazars post-soviétiques attirent un grand nombre de passeurs, de touristes-commerçants, de vendeurs à la valise, de revendeurs, de distributeurs, de grossistes et demi-grossistes qui arrivent par voiture, bus et camionnette des pays environnants. Ils participent au commerce « *poor to poor* » de marchandises neuves ou de seconde main, originales ou de contrefaçon. En République tchèque, ces produits sont revendus dans des villes telles que České Budějovice, Český Krumlov, Aš, Ústí nad Labem. Des familles nord-vietnamiennes se rendent avec leurs camionnettes, pleines à craquer, jusqu'aux régions frontalières pour approvisionner d'autres marchés. Ces entrepreneurs vietnamiens gèrent ainsi le commerce d'un grand nombre de marchés transfrontaliers dans des points de vente détaxés, où l'on rencontre un large choix de produits tels que des armes d'autodéfense (des paralyseurs électriques, des sprays de protection *nato*, des matraques, des poings américains, des couteaux papillons *naruto*), des produits importés (parfums, produits cosmétiques et alcoolisés), différents types de vêtements et encore d'autres marchandises, comme la bière tchèque, le verre de Bohême et toutes sortes de produits à base de CBD (cannabinoïde). En Fédération de Russie, les migrants du Caucase, d'Asie centrale, de Chine et d'Europe orientale fréquentent les bazars-carrefours, notamment dans les nombreuses villes de Russie où un grand nombre de « marchés chinois » (*Kitayskiy Rynok*, en russe) sont apparus ces dernières années (Dyatlov, 2016). L'importance de leurs fréquentations quotidiennes assure ainsi un caractère populaire à ces bazars qui répondent à une demande de diverses catégories marginalisées (minorités nord-vietnamiennes, migrants d'Asie centrale ou d'ailleurs, populations pauvres).

Traversés par ces dynamiques « *poor to poor* », Sapa et Sadovod constituent de

véritables nœuds de l'échange macro-régional en fonction de l'intensité des rapports commerciaux, des coopérations économiques et des solidarités. Ces deux bazars se situent au centre de ces espaces de transactions populaires dans leurs pays respectifs. Ils ont réussi à adapter leur structure aux nouvelles réalités locales, participant activement au développement économique des territoires pragois et moscovite. Ces bazars figurent parmi les plus grands centres de distribution en Europe. Le premier apparaît comme le plus important bazar de l'espace post-soviétique, avec une myriade d'échoppes (plus de 9 000) et de nombreux visiteurs/acheteurs (36 millions par an), le plus gros bazar de demi-gros à Moscou (couvrant une superficie de plus de 400 000 m²) depuis la fermeture de Tcherki (figures 1 et 2).

Le second s'étend sur un espace de 250 000 m² (figures 3 et 4) et attire environ 7 000 personnes par jour, en majorité des Vietnamiens, mais aussi des Tchèques, des chalands venant des pays alentour, des Chinois, des Russes, des Turcs, des Indiens (Brouček, 2016), avec des fonctions commerciales très variées : de nombreux restaurants et bistrotts, un supermarché de grande taille, des épiceries, des grossistes, des agences de voyages, des bureaux de change et de transfert d'argent, des conseillers juridiques et des services comptables, des crèches, des ongleries ou encore des salons de coiffure

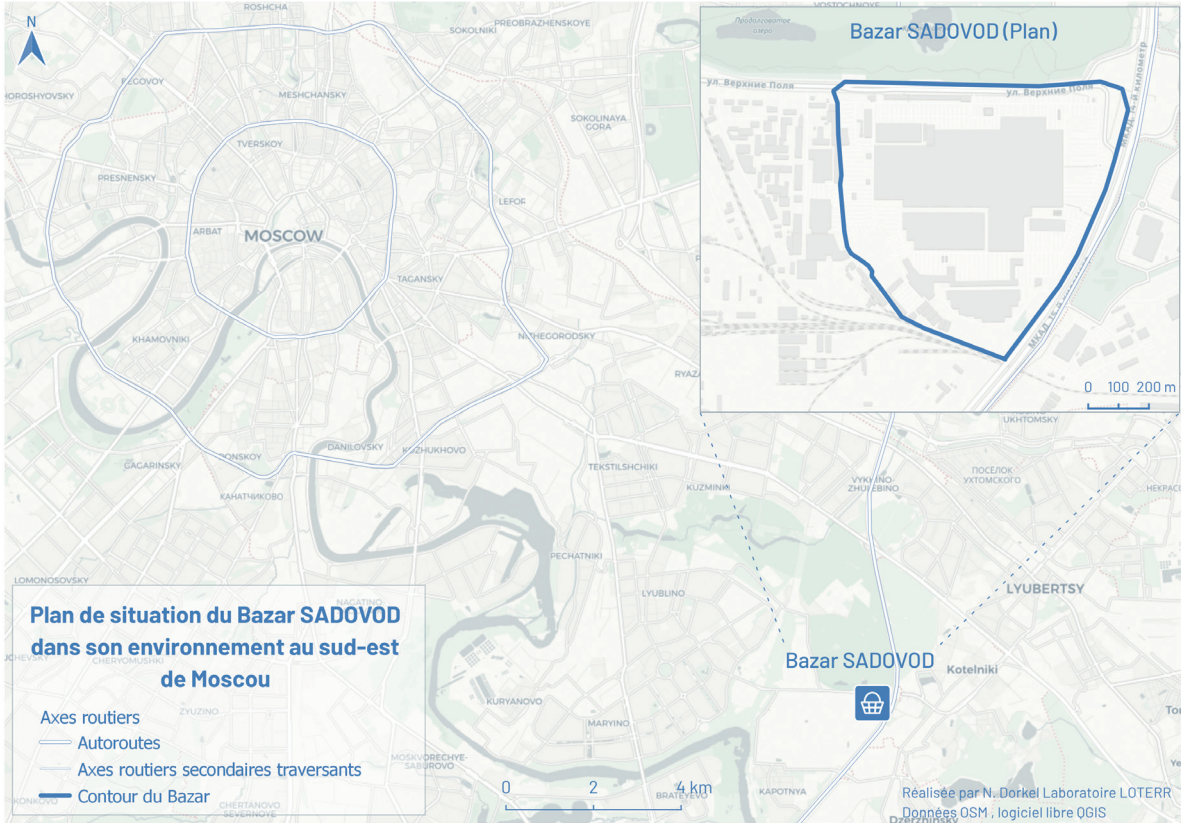


Figure 1. Plan de situation du bazar de Sadovod
Source : Y. Morvan, 2018



Figure 2. Le toit du bazar de Sadovod sur fond de paysage industriel
Source : Y. Morvan, 2018

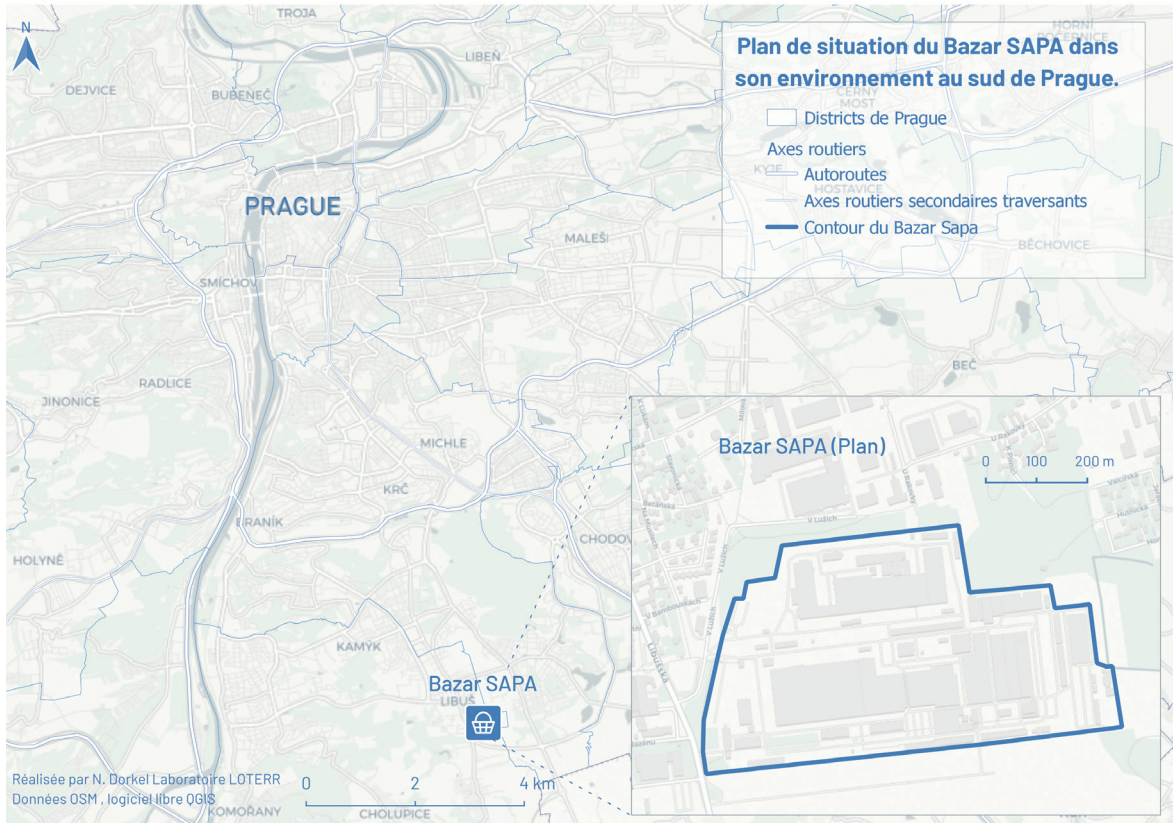


Figure 3. Plan de situation du bazar de Sapa



Figure 4. L'entrée du bazar de Sapa vue de l'intérieur

Bazar de Sapa, vu de l'intérieur, avec le portail d'entrée en arrière-plan, où se lit TTTM, acronyme de *Trung Tâm Thương Mại* (centre commercial, en vietnamien). Sapa est une intéressante représentation de la montagne de Sa Pa, au Vietnam, qui donne son nom à cet espace du commerce populaire.

Source : F. K. Fernandes, 2019

Deux minorités intermédiaires au cœur des échanges

Les Nord-Vietnamiens et les Juifs du Caucase participent à des réseaux multi-ethniques, tant dans le cadre migratoire qu'au sein des économies formelle et informelle des pays post-soviétiques. La notion de minorité intermédiaire vise à comprendre le rôle joué par des groupes sociaux qui, à travers des activités commerciales, se positionnent entre des classes dominantes et des populations plus démunies, comme cela a été décrit dans les travaux d'Edna Bonacich (1973) puis d'Anne Raulin sur les minorités ethniques à Paris (2000). Après la chute du mur de Berlin, des bazars tels que Sapa et Sadovod sont devenus de véritables villes à l'intérieur de la ville, où se mélangent commerces, établissements de services et artisans, proposant un éventail de produits oscillant entre moyen et bas de gamme. Ces espaces sont animés par des processus complexes, où des minorités intermédiaires, comme les Nord-Vietnamiens à Prague ou les Juifs du Caucase à Moscou, sont des acteurs décisifs.

La genèse des entrepreneurs religieux nord-vietnamiens à Prague

Le processus à travers lequel les Nord-Vietnamiens ont réussi à constituer des réseaux marchands en République tchèque s'inscrit dans une trajectoire historique spécifique, qui peut être divisée en trois périodes (Brouček, 2016). D'abord, les immigrés nord-vietnamiens de la première génération sont arrivés dans l'ancienne Tchécoslovaquie en tant qu'ouvriers contractuels et étudiants, dans le cadre de l'internationalisme socialiste entre 1950 et la fin des années 1970. Contrairement à l'expérience des

*boat people*³, qui ont trouvé refuge dans les pays de l'Ouest où le regroupement familial a été encouragé et facilité, ces Vietnamiens ont migré seuls. Durant la période de la subvention⁴ (*thời bao cấp*, en vietnamien), les marchés parallèles au Vietnam ont représenté une source d'approvisionnement en denrées et produits de consommation pendant la période de pénurie d'après-guerre (puis la cessation brutale, après 1989, de l'énorme soutien financier par l'URSS) (MacLean, 2008). Ces réseaux privés et souterrains de l'époque ont approvisionné Hanoï et ont permis l'enrichissement illicite d'une *nomenklatura* qui a pu envoyer ses enfants et parentèles en Europe de l'Est ou en Russie.

Dans un deuxième temps (années 1980), cette dynamique a donné naissance à l'émergence d'une classe de notables à Hanoï, dans un contexte d'après-violence (guerre états-unienne), de pauvreté et de pénurie généralisée, grâce, d'un côté, à ce marché souterrain et à ces échanges avec l'Europe de l'Est et l'URSS et, de l'autre, à l'ouverture économique au Vietnam (*đổi mới*, en vietnamien).

Enfin, avec la transition politique en République tchèque des années 1990, les Nord-Vietnamiens sont devenus une partie importante et visible de la population locale où ils ont acquis un quasi-monopole des commerces ethniques et de proximité. Le *chợ* (marché) Sapa, appelé aussi « la petite Hanoï » (en contrepoint du « Little Saigon » en Californie), en est le principal centre fournisseur. La possibilité de « commercer à la frontière » (Renard-Grandmontagne *et al.*, 2020) a représenté, pour les entrepreneurs nord-vietnamiens, une opportunité majeure de développement en tache d'huile du commerce populaire.

Situé sur le terrain de l'ancienne usine de transformation de volailles *Drůbežářský závod Libuš* et de l'abattoir Masopol Pisnice a.s., le

3. Le terme *boat people* désigne par extension les réfugiés vietnamiens qui ont fui leur pays, entassés sur des bateaux de fortune, après la fin de la Guerre du Vietnam (1975), majoritairement du Sud Vietnam, alors que les ouvriers contractuels étaient originaires du Nord du Vietnam. Cependant, il est souvent utilisé pour désigner indistinctement l'ensemble des réfugiés du Sud-Est asiatique.
4. Cette période de l'histoire du Vietnam désigne les années au cours desquelles la plupart des activités économiques sont subventionnées par l'État, dans le cadre d'une économie planifiée. Elle a commencé en 1975 avec la réunification d'un Vietnam divisé et s'est terminée en 1986 avec l'introduction officielle de réformes du marché connues sous le nom de *đổi mới* (renovation, en vietnamien).



Figure 5. Le bazar de Sapa vu d'en haut avec Christina Nail, grossiste en produits cosmétiques, et sa zone urbaine à l'arrière-plan

Au premier plan, des camionnettes et des voitures semblent entourer « Christina nail », un grossiste en produits de beauté. En arrière-plan, l'enseigne verte de Tamda food, un grand détaillant et grossiste situé à l'intérieur du bazar de Sapa. Dans le coin, à gauche, entre les arbres, les tours colorées du grand ensemble Sídlišťe Písnice, construit à l'époque soviétique pour abriter la classe ouvrière.

Source : F. K. Fernandes, 2019

marché de Sapa (figure 5) est géré par la société Saparia a.s. (*akciových společností*, société par actions, en tchèque) en lien étroit avec le Parti communiste du Vietnam et l'église bouddhiste Vinh Nghiem. Les affaires du bazar sont ainsi dirigées par un groupe de notables vietnamiens, notamment Nguyễn Văn Tùng⁵, président de l'Union vietnamienne en Europe et, pendant de nombreuses années, président de l'Association vietnamienne en République tchèque. Sapa est ainsi aujourd'hui un site où le formel, l'informel, le politique et le religieux participent d'une même synergie marchande.

L'épopée capitaliste des Juifs du Caucase à Moscou

La situation économique chaotique pendant la période de désintégration de l'Union soviétique a été durement ressentie dans les zones périphériques de l'ancien empire. Cela a entraîné un nombre croissant de travailleurs migrants vers les métropoles de Russie, notamment en provenance d'Azerbaïdjan (Braux, 2011). Ces derniers ont rapidement commencé à occuper une place spécifique parmi les immigrants issus de ces différentes périphéries. Ce mouvement a contribué à redéployer de nouvelles interactions au sein d'un « territoire circulatoire » (Tarrius, 1993) entre la Russie, le Caucase et les pays de l'Asie centrale. Il s'est trouvé attiré par les métropoles russes où l'activité commerciale s'est développée avec une ampleur et une

5. Pour des raisons éthiques, les noms et prénoms de personnes citées dans cet article ne sont pas dévoilés. À l'exception de personnalités publiques éminentes et des bazars post-soviétiques, l'ensemble des noms mentionnés sont donc des pseudonymes.



Figure 6. Sadovod, sur le troisième périphérique moscovite (kilomètre 14)
Source : Y. Morvan, 2018

rapidité décuplée par la profonde transformation structurelle en vigueur. Dans ce processus, plusieurs oligarques successifs, issus du groupe des Juifs des montagnes⁶, ont bâti leur fortune sur la gestion des nouveaux marchés post-soviétiques qui ont émergé à Moscou dans les années 1990, dont Sadovod est devenu le plus emblématique après 2010. Ce groupe d'oligarques « juifs des montagnes », en Russie, s'est ensuite également tourné vers d'autres activités telles que l'investissement immobilier.

L'épopée capitaliste des Juifs d'Azerbaïdjan dans la métropole moscovite s'apparente à celle des Vietnamiens, à Prague. D'abord propriétaire du méga bazar d'Izmailovskiy/Tcherki via Telman Ismailov dans les années 1990-2000 (fermé par les autorités russes en raison de différends d'intérêts), la

minorité intermédiaire des Juifs des montagnes a ensuite activé plusieurs autres bazars, en particulier celui de Sadovod, situé au kilomètre 14 du troisième périphérique autoroutier de Moscou (figure 6). Sa zone de chalandise couvre toute la Fédération de Russie ainsi que le Caucase et l'Asie centrale. Les activités de ce bazar sont managées par un trio d'oligarques : Zakhar Iliev, God Nisanov et German Zakhariiev, à peu près du même âge et tous trois originaires de la même localité (Quba). Propriétaires de ce bazar, ils ont ensuite largement diversifié leurs investissements : l'Evropeisky Shopping Centre (2006) ; Food City, sorte de Rungis moscovite (2014) (124 ha, 5 000 vendeurs, 150 000 clients/jours) ; Moskvarium, un aquarium offert à Vladimir Poutine (2015). Cependant, le cœur de leur activité, issue de milieux populaires,

6. Ce groupe s'auto-désigne « Juhuro » et est originaire du nord et de l'est du Caucase, notamment d'Azerbaïdjan, en particulier du faubourg juif (appelé « Krasnaya Sloboda », en russe) de la ville de Quba (au nord de ce pays, dans le piémont caucasien).

reste à Sadovod, d'où leur savoir-faire provient, à savoir : réguler le commerce entre pauvres, garantir la sécurité des échanges, assurer la logistique complexe.

La formation de ces deux minorités intermédiaires dans l'espace post-soviétique a partie liée avec le contexte d'émergence des bazars de Sadovod et de Sapa. Elle permet de saisir les dynamiques de production de l'espace urbain pour et par le commerce populaire, basées sur des coalitions entre des élites politico-urbaines locales et des agents (trans-)locaux.

Noeuds et trames du bazar

Les activités commerciales de Sadovod et Sapa participent à la formation d'une « centralité minoritaire » populaire et immigrée, pour reprendre les termes d'Anne Raulin (2000), notamment à travers les appropriations de l'espace que les usagers en font, ainsi que par la présence de commerces à bas prix, caractéristiques des quartiers populaires et ethniques. Dans ce contexte, il convient d'identifier les noeuds et les trames que constituent les fonctions et pratiques organisant cette centralité.

En suivant les fils entremêlés des relations marchandes dans les bazars post-soviétiques, trois groupes principaux se distinguent : les « dominants », politiquement ou économiquement ; ceux participant aux minorités intermédiaires ; et enfin les plus pauvres, commerçants et/ou consommateurs. La forte imbrication entre les structures administrativo-étatiques plus ou moins corruptibles (que ce soit au Vietnam, en République tchèque, en Russie ou en Azerbaïdjan), et les nouvelles dynamiques du marché, peu ou mal réglementées par la loi⁷, ont fourni un terreau fertile pour le développement de minorités intermédiaires, celles-ci jouant alors un rôle régulateur par défaut. Le déploiement de logiques clientélistes par les dirigeants des bazars s'appuie sur les chevauchements entre les secteurs formel

et informel, et entre les domaines politique, économique et religieux. Il permet l'articulation des échelles sociales, alternant liens forts internes à la minorité intermédiaire et « liens faibles » (Granovetter, 1973) avec la majorité du commun, mais en accentuant bien souvent la précarité des commerçants.

Migrations et réseaux transnationaux

À Sapa, la présence d'immigrés nord-vietnamiens dans le commerce populaire s'explique principalement par des déterminants socio-économiques du Sud-Est asiatique et par les stratégies familiales vietnamiennes en République tchèque après 1989. D'un côté, les autorités de l'État, par le biais du concept Viet Kieu (Vietnamiens d'outre-mer), tentent de mobiliser des ressources issues de la migration pour le développement du pays ; de l'autre, le maintien des époux et des enfants au Vietnam garantit le retour de devises. Il repose non pas sur une obligation juridique, mais sur des injonctions d'ordre moral (aider la famille et les parents proches au pays) et financières (rembourser les prêts avancés par des agences, des institutions et des intermédiaires dans le pays d'origine). Dans le bazar pragoïse, les femmes âgées de 35 à 50 ans sont surreprésentées dans le commerce de détail, la vente en gros, l'artisanat (tailleurs d'habits) (figure 7), la coiffure et la restauration⁸. Une grande partie des commerçantes présente un faible capital social et se trouve en situation administrative précaire en République tchèque. Elles sont souvent endettées auprès du bailleur du marché ou d'agences de voyage et de recrutement ou d'intermédiaires. Afin de pouvoir payer l'éventail de dépenses (loyer des locaux, dettes et factures, dîmes, offrandes...), la plupart des commerçantes travaillent sept jours sur sept (malgré des mobilisations pour bénéficier d'un jour de congé hebdomadaire), tandis que d'autres partagent leur temps entre le commerce et le travail non rémunéré à la

7. Par exemple : les cryptomonnaies, le marché de la drogue, etc.

8. Dans certains cas, les commerçantes avec un niveau de scolarité relativement élevé s'engagent dans la propriété familiale d'une échoppe, ce qui leur garantit une stabilité et renforce la cohésion sociale au sein du marché. Dans d'autres cas, les contraintes de l'exil et du travail marchand semblent plus lourdes.

pagode de manière à remplir leurs obligations religieuses : cuisiner pour le sacerdoce en visite et la communauté ecclésiastique, entretenir le temple, mener et participer à des rituels, messes et cérémonies tels que funérailles, mariages et ouvertures de commerces à Prague et dans d'autres villes en République tchèque. L'incertitude qui pèse sur le commerce populaire a tendance à engendrer des économies domestiques précaires et endettées. À cela s'ajoutent les contrôles de police ou de douane, ainsi que les actes d'extorsion par les bailleurs du marché ou des intermédiaires. Ce sont des proies vulnérables, tant leurs activités se trouvent immergées dans l'informalité voire l'illégalité. Pour faire face à cette situation, les commerçants-entrepreneurs ont recours à plusieurs tactiques, comme le sabotage des installations, les grèves et les incendies, parfois avec l'aide de leurs réseaux de « liens faibles ». À Sadovod et dans les quartiers environnant ce bazar, les nombreuses populations du Caucase, d'Asie centrale, du Vietnam et de Chine, en plus des provinciaux russes, proviennent des nouvelles dynamiques migratoires qui ont émergé en Russie en lien avec les réseaux « *poor to poor* » drainés par ce marché (figure 8). Depuis 2009, la direction du marché mène ainsi des travaux d'envergure pour augmenter la capacité commerciale du bazar. Ces transformations sont aussi la conséquence des projets de « modernisation » des installations du site, en réponse à la lutte contre les marchés dits « sauvages » à Moscou. Il s'agit également de se prémunir d'éventuelles accusations d'illégalités

(qui avaient servi de prétexte à la fermeture de Tcherki). Du fait de ce processus de croissance, de nombreuses familles d'immigrants se sont installées aux alentours du bazar, notamment dans les *oblast* (régions administratives) de Kotelniki et de Kapotnya. Le premier a été décrit par les médias locaux comme le Harlem de Moscou, en raison de la forte concentration d'immigrants de la Transcaucasie et de l'Asie centrale qui y sont établis. Le second est une cité-dortoir où logent la plupart des travailleurs de Sadovod.



Figure 7. Cercle de vendeuses de vêtements dans le bazar de Sapa. Source : F. K. Fernandes, 2019



Figure 8. Transporteur de ballots sur le parking de Sadovod
Source : Y. Morvan, 2018



Figure 9a. Multiplicité des langues à Sapa et à Sadovod. Épicerie indienne « Best Foods » à Sapa

Source : F. K. Fernandes, 2019

Les enseignes des commerces populaires à Sapa et à Sadovod s'affichent souvent en plusieurs langues, monnaies d'échange parmi d'autres. Sur celle de « Best Foods » (figure 9a), détaillant et grossiste annoncent des produits alimentaires indiens et pakistanais en hindi, tchèque, vietnamien et anglais, à cinquante mètres de l'entrée du bazar. À Sadovod (figure 9b), cette affiche d'information s'exprime en russe, en vietnamien et en chinois.

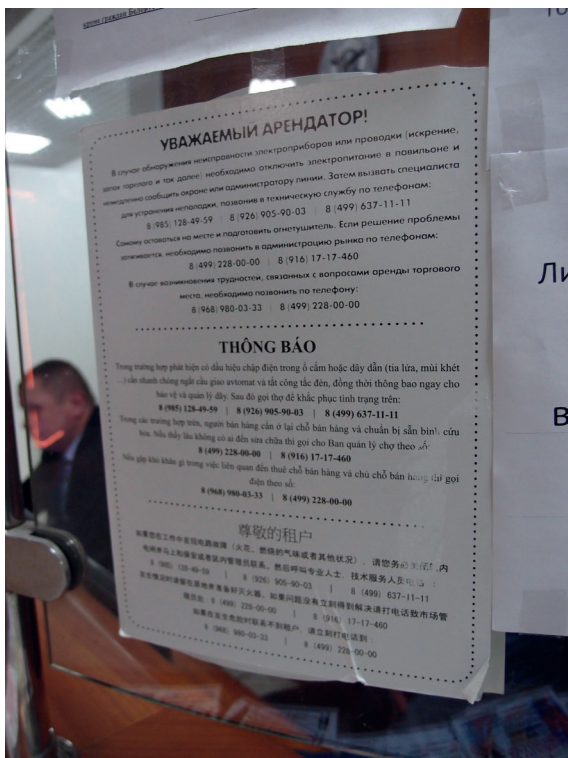


Figure 9b. Affiche dans le bazar de Sadovod

Source : Y. Morvan, 2018

Langues et standards

Les atouts linguistiques des marchands de Sapa et de Sadovod leur permettent de s'adapter à la diversité des clientèles au sein des bazars. Pour les commerçants, être capable de parler quelques rudiments de la langue des visiteurs augmente leurs capacités de négociation et de gain potentiel. Cette maîtrise des langues participe également au contrôle social interne du bazar. L'observation des situations marchandes « derrière le comptoir » donne ainsi un aperçu des normes et standards informels en vigueur.

Les travées et passages de Sadovod et Sapa s'animent d'une impressionnante diversité culturelle et linguistique qui reflète la multitude d'origines et de nationalités présentes dans ces territoires du commerce populaire. À Sapa, de nombreux panneaux ou publicités sont rédigés en vietnamien et en tchèque, parfois également en anglais, en hindi, en ourdou, en chinois, en russe et en turc (figure 9). Néanmoins, le vietnamien, et plus particulièrement le dialecte du Nord, s'imposent parmi les relations marchandes. Quand un client vietnamien entre dans l'« espace marchand » (échope, stand, étal), les commerçantes les saluent avec un « *ahoj, chi* », qui intègre le terme de parenté de sœurs avec le mot tchèque *ahoj* (salut, en français). La langue donc, lieu d'alliance, marque aussi la séparation entre les nombreux gens du commerce et les « autres » : entre ceux qui s'affirment issus d'alliances de parentèle ; entre les minorités intermédiaires dirigeantes venues s'installer par vagues migratoires successives et les plus pauvres qui alimentent ces espaces urbains par une économie de la débrouillardise. Dans ce contexte, la rumeur, les questions de dissimulation, de silence et de manipulation figurent parmi les pratiques rhétoriques et sociales quotidiennes ; elles forment un éventail de tactiques ou de stratégies pour se positionner, faire douter l'autre (Scott, 1985). Malgré la diversité de langues parlées dans ce bazar, le vietnamien est la langue vernaculaire. La langue locale, le tchèque, liée à la figure des agents de contrôle, à la police et aux forces de l'ordre, éveille souvent les soupçons de la part des commerçants. De même, afin d'éviter la traçabilité de leurs transactions, les

activités commerciales sont majoritairement réglées en espèces.

Au sein du commerce post-soviétique, les Juhuro disposent de précieux atouts linguistiques acquis culturellement dans le Caucase, surnommée « la montagne des langues ». Ils y jouaient déjà un rôle de passeur et d'échange entre l'Azerbaïdjan et le Daghestan. Maîtrisant en général le russe, l'azéri, le turc et souvent encore au moins une ou deux autres langues, ils s'appuient aussi sur leur langue propre, le judéo-tat (famille des langues persanes), qui leur permet en outre de communiquer avec les Tadjiks (nombreux parmi les commerçants de Sadovod), tout en ayant une langue « privée », celle du secret des affaires. Place centrale du commerce en Russie, Moscou s'est engagée dans un vaste processus de « modernisation », dont le secteur commercial, notamment dans sa banlieue, assure la participation du pays à l'espace-monde (Lemarchand, 2001). Le bazar de Sadovod contribue ainsi au renforcement de la diversité des commerces moscovites, offrant un standard populaire, complémentaire de celui des *malls*.

Les institutions et le contrôle social du commerce populaire post-soviétique

Les institutions et le contrôle social à Sapa et à Sadovod participent à emboîter les frontières, les limites et les identités de ces espaces marchands. Les interactions locales dessinent un espace d'allégeances difficiles à cerner et marqué par des rhétoriques du dit et du non-dit. Les minorités intermédiaires mobilisent des institutions religieuses, étatiques, municipales pour assurer leurs stabilités internes et externes.

Identités et religions

L'impact du religieux dans la structuration des minorités intermédiaires nord-vietnamienne et juive du Caucase, dans les bazars post-soviétiques, est assez considérable. Le lien entre l'économie de bazar et la religion a déjà été souligné (Geertz, 2003) et, en particulier, dans l'espace post-soviétique (Hüwelmeier, 2013b ;

Leshkovich, 2014). À Sadovod et à Sapa, cette dimension est également très prégnante.

Le fait religieux, et plus précisément le bouddhisme Mahayana, contribue à façonner les interactions entre commerçants dans le bazar de Sapa. Depuis une dizaine d'années, ce bazar est devenu un espace de culte très attractif pour les Vietnamiens. Cette fonction assure une cohésion importante au sein de ce groupe religieux/marchands, qui explique pour une part leur succès commercial. Le temple bouddhiste (figures 10 et 11) de Sapa fait partie d'une famille de lieux de culte appelée Vinh Nghiem (« toujours solennelle », en vietnamien) qui comporte une dizaine d'autres temples dans le monde. Les fidèles du temple de Prague sont majoritairement des femmes vietnamiennes. La pagode, située à l'intérieur du marché de Sapa, peut ainsi être décrite comme une forme de « façade institutionnelle », au sens de Goffman (1973), où les identités sociales sont construites et affichées par le biais de la pratique religieuse dans les interactions sociales (Goffman, 1973, 1974). Au sein du marché et au-delà, le fait religieux est un vecteur de « *soft power* », participant de la complexité des relations entre commerçants et autorités locales. La pagode a été construite après un gigantesque incendie en 2007 qui a détruit une partie du marché. À la suite de cet événement, les gestionnaires ont commencé à organiser des cérémonies grand public destinées à la promotion du bouddhisme, afin de changer les perceptions négatives des médias, du public et des autorités. Édifiée et gérée par l'un des principaux bailleurs/propriétaires du marché, la pagode est utilisée comme une forme de lieu institutionnel de négociation qui régleme les pratiques des commerçants, par des mobilisations de pouvoir symbolique. Le temple religieux est à la fois un espace de réunions quotidiennes et d'échanges sociaux où les commerçants expriment leurs souhaits et leurs inquiétudes vis-à-vis de la gestion du marché, ainsi que le site où se tiennent la plupart de fêtes civico-religieuses de la communauté bouddhique-marchande. À l'instar des Vietnamiens à Sapa, le religieux représente également un facteur de cohésion pour les Juifs d'Azerbaïdjan à Sadovod, dont le quartier général se situe discrètement sur le toit

du principal bâtiment du bazar. Il comprend une synagogue (figure 12), un restaurant *cashier* où déjeunent les commerçants, un musée folklorique valorisant leurs traditions caucasiennes et une chaîne de télévision, qui connaît un succès grandissant au sein de l'ensemble de la diaspora des Juifs des montagnes (Caucase, États-Unis, Europe centrale, Israël). Attirant de nombreux jeunes, des prières quotidiennes, y compris durant le shabbat (pour ceux résidant à proximité), sont conduites à Sadovod par la communauté juive des montagnes, dont ce bazar est une centralité non seulement à l'échelle métropolitaine, mais aussi globale. La synagogue n'étale pas son influence sur la place marchande. Elle se tient socialement encadrée, et spatialement en retrait surélevée (sur le toit du bâtiment principal) ; il n'est pas facile d'y accéder et, pourtant, elle est là pour légitimer l'ensemble des transactions profanes qui ont lieu chaque jour à Sadovod. Dans ce théâtre urbain (Raulin, 2001), personne ne s'oriente d'après les numéros de rues ou les panneaux de signalisation. Ce sont les enseignes des magasins (aux noms familiers rappelant parfois l'Azerbaïdjan) et les insignes religieux (*mezouzot* et porte-bonheurs placés à l'entrée des boutiques) qui servent de repères aux Juifs des montagnes dans le dédale des échoppes. Si la force des institutions et des liens religieux juifs, appuyés financièrement par les propriétaires du bazar, maintient voire accentue la cohésion de la minorité intermédiaire, cela n'est pas exclusif d'autres régimes d'identifications. Ainsi, les identités caucasiennes partagées sont sources de bonne entente entre commerçants, telle celle entre ceux de confessions juive et musulmane, au-delà des clivages religieux.

Informalités sous surveillance

Fourmilières d'échanges multiples, dont bon nombre s'inscrivent dans divers registres d'informalités (statuts personnels des marchands et de leurs clientèles ; origine et qualité des produits ; transactions et comptabilités) et se situent ainsi assez régulièrement aux marges de la légalité, les bazars de Sapa et Sadovod entretiennent des relations ambivalentes avec les normativités. En effet, d'un côté, c'est le



Figure 10. Temple bouddhiste à Sapa. À l'entrée du temple de Sapa, une statue de la divinité bouddhiste Quan Thế Âm Bồ Tát, le bodhisattva bouddhiste associé à la compassion, est ornée de vases de fleurs
Source : F. K. Fernandes, 2019, 2020



Figure 11. La salle de prière comprend deux autels, dont l'un est dédié aux ancêtres et aux personnes décédées



Figure 12a. Musée des Juifs des montagnes, Sadovod
Source : Y. Morvan, 2018



Figure 12b. Intérieur de la synagogue de Sadovod
Source : Y. Morvan, 2018



Figure 13. Sécurisation du bazar de Sadovod par l'équipement de vidéosurveillance
Source : Y. Morvan, 2012

flottement relatif des normes adoptées (en lien avec ces informalités) qui leur permet d'offrir des prix bon marché et, ainsi, de les inscrire comme populaires. D'un autre côté, ce flottement nécessite une re-régulation/sécurisation des espaces d'échange par les groupes en charge de la gestion de ces bazars. Une telle ambivalence est source de tensions importantes, générant une instabilité permanente et autorisant un recours récurrent à l'intimidation voire à la violence. Une partie de la stratégie de contrôle s'exerce cependant en amont. Ainsi à Sapa, les « services » (*dich vu*, en vietnamien) d'envoi de main-d'œuvre à l'étranger, depuis le Vietnam, sont en général organisés par les cadres du régime et leurs familles (propriétaires du marché de Sapa) : des structures complexes d'endettement et de remboursement de dettes, une fois sur place, rendent ces populations migrantes/marchandes très dépendantes (Nožina et Kraus, 2020). De surcroît, il leur faut des autorisations (passeports, visas, etc.),

tributaires des administrations, polices et douanes vietnamiennes et tchèques ; tout cela se monnaie. Ces facteurs peuvent susciter un sentiment de surveillance constante.

La bonne tenue du commerce repose aussi plus largement sur la configuration de ces micros sociétés des bazars post-soviétiques, où les liens sociaux entre les membres d'une même parentèle, regroupements d'amis ou de compatriotes, présentent un impact non négligeable sur les pratiques marchandes. Ces réseaux sont fondés sur la réciprocité, les obligations et la solidarité qui s'y s'établissent, et servent de soutien économique et social. Ils contribuent à la diffusion de l'information, une ressource centrale dans l'économie de bazar (Geertz, 2003), et participent ainsi à l'autorégulation des échanges. Néanmoins, au sein de ces deux mégas bazars post-soviétiques, les dynamiques d'interconnaissances entre commerçants et leurs clientèles n'épuisent pas l'ensemble des situations marchandes, en particulier avec

les innombrables acheteurs (7 000 par jour à Sapa ; 36 millions par an⁹ à Sadvod). De telles foules de consommateurs concourent à un certain anonymat, ce qui restreint assez fortement les possibilités de contrôles endogènes évoquées. Lors des travaux d'extensions et de modernisation, l'ensemble des axes et des travées de Sadvod et Sapa ont été équipés de caméras de vidéosurveillance pour compléter, par la technologie, le contrôle social visant à assurer la sécurité des échanges (figure 13).

Conclusion

Les bazars de Sadvod (Moscou) et Sapa (Prague) sont emblématiques de l'évolution du commerce populaire après l'effondrement du bloc de l'Est. Tels deux versants post-soviétiques

d'une même montagne¹⁰ des échanges, ils révèlent des mondes qui se juxtaposent, se superposent et s'emboîtent comme des poupées russes. Les terrains ethnographiques menés à Sapa et à Sadvod ont permis de montrer le rôle des deux minorités intermédiaires analysées, qui consiste notamment à régir les porosités entre le formel et l'informel ainsi que les limites entre l'économie souterraine (très importante et diversifiée) et l'économie officielle (contrôlée). Initialement issus de milieux modestes, oligarques juifs-caucasiens et gestionnaires nord-vietnamiens tissent les liens complexes d'un capitalisme pour et par les pauvres dans l'espace post-soviétique. « Loin de Wall Street et de Davos » (Choplin et Pliez, 2018), le commerce populaire des bazars post-soviétiques représente, parmi d'autres, un puissant analyseur de la « mondialisation par le bas » (Tarrus, 2015).

Références

- ALBA VEGA Carlos, 2011, « La mondialisation par le bas et ses formes de régulation politique » [en ligne], *Revue Tiers Monde*, 208, 103-119. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/rtm.208.0103>.
- BONACICH Edna, 1973, « A theory of middleman minorities » [en ligne], *American Sociological Review*, vol. 38, 5, octobre, p. 583-594. Disponible sur : <https://doi.org/10.2307/2094409>.
- BONACICH Edna et MODEL John, 1980, *The Economic Basis of Ethnic Solidarity: Small Business in the Japanese American Community*, Berkeley, University of California Press.
- BRAM Chen, 2017, « Moscow Azerbaijani-Juhuro "Oligarchs" and the Eurasian Trade Networks » [en ligne], *Caucasus analytical digest*, 96, 25. Disponible sur : <https://css.ethz.ch/en/services/digital-library/articles/article.html/96319527-846a-4a99-ba42-2aba975a5be6> [consulté le 10 juin 2024].
- BRAUX Adeline, 2011, « Les immigrés sud-caucasiens en fédération de Russie : des nouvelles minorités intermédiaires », *Ceriscope frontières* [en ligne]. Disponible sur : <http://ceriscope.sciences-po.fr/content/part4/les-immigres-sud-caucasiens-en-federation-de-russie> [consulté le 10 juin 2024].
- BROUČEK Stanislav, 2016, *The Visible and Invisible Vietnamese in the Czech Republic: The Problems of Adaptation of the Modern-day Ethnic Group in the Local Environment of the Czech Majority*, Éditions de l'Institut d'ethnologie de l'Académie des sciences de la République tchèque.
- CEFAÏ Daniel, 2003, « Introduction », dans GEERTZ Clifford, *Le Souk de Sefrou : sur l'économie de bazar*, trad. de l'anglais et présenté par D. Cefai, Saint-Denis, éd. Bouchène.

9. Cette donnée est antérieure au conflit russo-ukrainien.

10. Les noms Sadvod et Sapa renvoient à l'idée d'un paysage naturel et rural. Le premier fait référence au jardinage (en russe), et le bazar est géré par les Juifs des montagnes (du Caucase) ; le second renvoie à une région de montagnes située à la frontière entre la Chine et le Vietnam.

- CHABROL Marie, 2012, « De nouvelles formes de gentrification ? Dynamiques résidentielles et commerciales à Château-Rouge (Paris) » [en ligne], *Carnets de géographes*, 4. Disponible sur : <https://doi.org/10.4000/cdg.1031>.
- CHOPLIN Armelle et PLIEZ Olivier, 2018, *La Mondialisation des pauvres. Loin de Wall Street et de Davos*, Paris, Éditions du Seuil.
- DYATLOV Viktor, 2016, « Ethnic markets in post-soviet transitional space: their role in society and the research area » [en ligne], *Journal of Siberian Federal University — Humanities and Social Sciences*, 4, p. 795-814. Disponible sur : <https://doi.org/10.17516/1997-1370-2016-9-4-795-814>.
- GEERTZ Clifford, 2003, *Le Souk de Sefrou : sur l'économie de bazar*, trad. de l'anglais et présenté par D. Cefai, Saint-Denis, Bouchène.
- GOFFMAN Erving, 1973, *La Mise en scène de la vie quotidienne. 2. les relations en public*, trad. de l'anglais par A. Kihm, Paris, Éditions de Minuit, collection « Le sens commun ».
- GOFFMAN Erving, 1974, *Les Rites d'interaction*, trad. de l'anglais par A. Kihm, Paris, Éditions de Minuit, collection « Le sens commun ».
- GRANOVETTER Mark, 1973, « The Strength of Weak Ties » [en ligne], *American journal of sociology*, vol. 78, 6, pp. 1360-1380. Disponible sur <https://doi.org/10.1086/225469>.
- HETTLAGE Robert, 2012, « Diaspora : esquisse d'une théorie sociologique » [en ligne], *Tracés. Revue de Sciences humaines*, 23, p. 173-195. Disponible sur : <https://doi.org/10.4000/traces.5567>.
- HÜWELMEIER Gertrud, 2013a, « Postsocialist bazaars: Diversity, solidarity, and conflict in the marketplace » [en ligne], *Laboratorium*, 5, p. 52-72. Disponible sur : <https://soclabo.org/index.php/laboratorium/article/view/62/752> [consulté le 10 juin 2024].
- HÜWELMEIER Gertrud, 2013b, « Bazaar pagodas: transnational religion, postsocialist marketplaces and Vietnamese migrant women in Berlin » [en ligne], *Religion and Gender*, 3, p. 76-89. Disponible sur : <https://doi.org/10.1163/18785417-00301006>.
- KAISER Markus, 1998, « Informal Sector Trade in Uzbekistan » [en ligne], *Journal of Central Asian Studies*, 2, p. 2-19. Disponible sur : https://www.academia.edu/9909098/Informal_Sector_Trade_in_Uzbekistan_in_Journal_of_Central_Asian_Studies_Vol._II_No._2_1998_pp._2-19 [consulté le 10 juin 2024].
- KARRAR Hasan H., 2013, « Merchants, Markets and the State: Informality, Transnationality and Spatial Imaginaries in the Revival of Central Eurasian Trade » [en ligne], *Critical Asian Studies*, 45 (3), p. 459-480. Disponible sur : <https://doi.org/10.1080/14672715.2013.829315>.
- KARRAR Hasan H., 2017, « Kyrgyzstan's Dordoi and Kara-Suu Bazaars: Mobility, Globalization and Survival in Two Central Asian Markets » [en ligne], *Globalizations*, 14:4, p. 643-657. Disponible sur : <https://doi.org/10.1080/14747731.2016.1201323>.
- KORNAÏ Janos, 1996, *Le Système socialiste : l'économie politique du communisme*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- KURZ Robert, 2021 [éd. orig. 1991], *L'effondrement de la modernisation. De l'écroulement du socialisme de caserne à la crise du marché mondial*, trad. de l'allemand par J. Vogele, Éditions Crise & Critique, collection « Palim Psao ».
- LALLEMENT Emmanuelle, 2010, *La Ville marchande*, Paris, Téraèdre.
- LEMARCHAND Nathalie, 2001, « Le développement du commerce en Russie : la place de Moscou (The development of retail trade in Russia : the place of Moscow) » [en ligne], dans SEVIN Olivier et WACKERMANN Gabriel, *Bulletin de l'Association de géographes français*, 78^e année, 2001-4 (déc.). Commerce et centralité. Marges urbaines, p. 363-372. Disponible sur : <https://doi.org/10.3406/bagf.2001.2238>.
- LESHKOWICH Ann Marie, 2014, *Essential Trade: Vietnamese Women in a Changing Marketplace*. Honolulu, University of Hawai'i Press. Disponible sur : <https://doi.org/10.21313/hawaii/9780824839901.001.0001>.
- MA MUNG Emmanuel, 1992, « Dispositif économique et ressources spatiales : éléments d'une économie de diaspora » [en ligne], *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 8,

- 3, « La diaspora Chinoise en occident », p. 175-193. Disponible sur : <https://doi.org/10.3406/remi.1992.1343>.
- MA MUNG Emmanuel, 1994, « L'entrepreneuriat ethnique en France » [en ligne], *Sociologie du travail*, 36^e année, 2, avril-juin, « Migration et travail », p. 185-209. Disponible sur : <https://doi.org/10.3406/sotra.1994.2167>.
- MACLEAN Ken, 2008, « The Rehabilitation of an Uncomfortable Past: Everyday Life in Vietnam during the Subsidy Period (1975-1986) », *History and Anthropology*, 19-3, p. 281-303. Disponible sur : <https://doi.org/10.1080/02757200802449915>.
- MERMIER Franck et PERALDI Michel (dirs), 2011, *Mondes et places du marché en Méditerranée. Formes sociales et spatiales de l'échange*, Paris, Éditions Karthala, CJB, IFPO.
- MOSTOWLANSKY Till, 2017, *Azan on the Moon: Entangling Modernity along Tajikistan's Pamir Highway*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- NOŽINA Miroslav et KRAUS Filip, 2020, *Vietnamese Organized Crime in the Czech Republic*, Palgrave Macmillan, Cham., Éditions internationales Springer. Disponible sur : <https://doi.org/10.1007/978-3-030-43613-1>
- PERALDI Michel (dir.), 2001, *Cabas et containers — Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*, Paris, Maisonneuve et Larose.
- PERALDI Michel, 2007, « 2. Aventuriers du nouveau capitalisme marchand : Essai d'anthropologie de l'éthique mercantile », dans ADELKHAH Fariba et BAYART Jean-François (dir.), *Voyages du développement : Emigration, commerce, exil*. Paris, Karthala, collection « Recherches internationales », p. 73-113. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/kart.adelk.2007.01.0073>.
- POLESE Abel et PRIGARIN Aleksandr, 2013, « On the persistence of bazaars in the newly capitalist world: reflections from Odessa » [en ligne], *The Anthropology of East Europe Review*, 31 (1), p. 110-136. Disponible sur : https://www.researchgate.net/publication/282857648_On_the_Persistence_of_Bazaars_in_the_newly_Capitalist_World_Reflections_from_Odessa [consulté le 10 juin 2024].
- PORTES Alejandro, 1999, « La mondialisation par le bas », *Actes de la recherche en sciences sociales* [en ligne], vol. 129, Délits d'immigration, p. 15-25. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/arss.p1999.129n1.0015>.
- RAULIN Anne, 2000, *L'Ethnique est quotidien. Diasporas, marchés et cultures métropolitaines*, Paris, L'Harmattan.
- RAULIN Anne, 2001, *Anthropologie urbaine*, Paris, Armand Colin, collection « Cours Sociologie ».
- RENARD-GRANDMONTAGNE Colette, BOQUET Mathias et DORKEL Nicolas, 2020, « Chapitre 23. Commercer à la frontière » [en ligne], dans AMILHAT SZARY Anne-Laure et HAMEZ Grégory (dirs), *Frontières*, Paris, Armand Colin, collection « Horizon », *Histoire-Géographie Capes-Agrégation*, p. 206-217. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/arco.amilh.2020.01.0206>.
- SCOTT James C., 1985, *The Weapons of the Weak : Everyday Forms of Peasant Resistance*, New Haven, Yale University Press.
- SOUMAGNE Jean, 2008, « Bazar », dans DESSE René-Paul, FOURNIÉ Anne, GASNIER Arnaud, LEMARCHAND Nathalie, METTON Alain et SOUMAGNE Jean (dirs), *Dictionnaire du commerce et de l'aménagement*. Rennes, Presses universitaires de Rennes, p. 39-40.
- SPECTOR Regine A., 2017, « Local Orders in Post-Soviet Bazaars and Beyond » [en ligne], dans SPECTOR Regine A, *Order at the Bazaar: Power and Trade in Central Asia*, Ithaca, New York, Cornell University Press. Disponible sur : <https://doi.org/10.7591/cornell/9781501709326.003.0008>.
- TARRIUS Alain, 1992, *Les Fourmis d'Europe*, Paris, L'Harmattan.
- TARRIUS Alain, 1993, « Territoires circulatoires et espaces urbains : Différentiation des groupes migrants » [en ligne], *Les Annales de la recherche urbaine*, 59-60, Mobilités, p. 51-60. Disponible sur : <https://doi.org/10.3406/aru.1993.1727>.
- TARRIUS Alain, 2002, *La Mondialisation par le bas : Les nouveaux nomades de l'économie souterraine*, Paris, Balland, collection « Voix et Regards ».

TARRIUS Alain, 2015, *Étrangers de passage. Poor to poor, peer to peer*, La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube.

THOREZ Julien, 2008, « Bazars et routes commerciales en Asie centrale – Transformation post-soviétique et « mondialisation par le bas » [en ligne], *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 24, 3, p. 167-189. Disponible sur : <https://doi.org/10.4000/remi.4844>.

