

La rue commerçante casher et la globalisation du religieux

The kosher retail street and the globalization of religion

Lucine Endelstein



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/gc/2002>

DOI : 10.4000/gc.2002

ISSN : 2267-6759

Éditeur

L'Harmattan

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2009

Pagination : 41-56

ISBN : 978-2-296-10342-9

ISSN : 1165-0354

Référence électronique

Lucine Endelstein, « La rue commerçante casher et la globalisation du religieux », *Géographie et cultures* [En ligne], 71 | 2009, mis en ligne le 21 mars 2013, consulté le 04 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/gc/2002> ; DOI : 10.4000/gc.2002

La rue commerçante casher et la globalisation du religieux

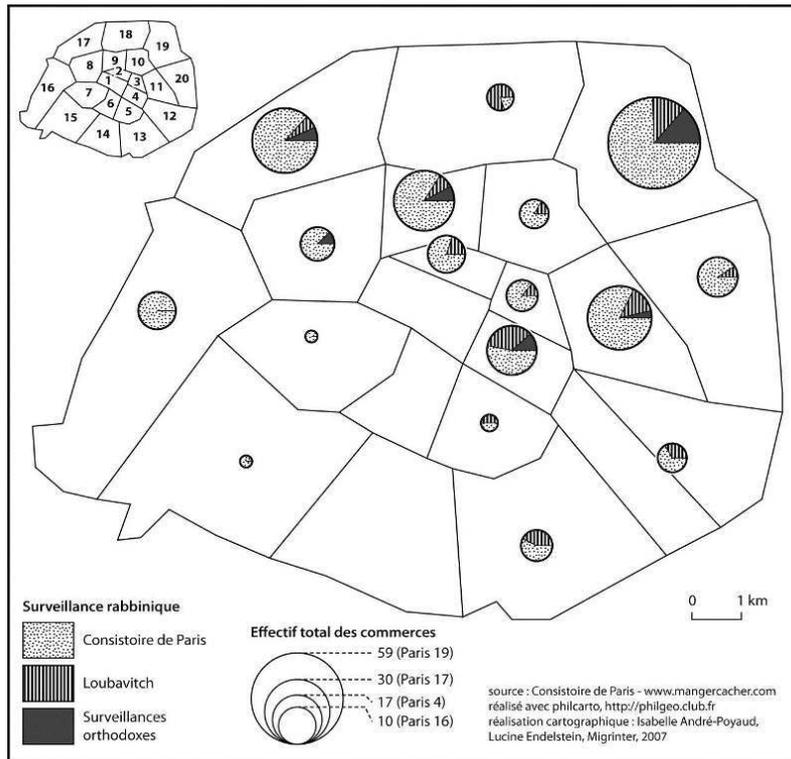
The kosher retail street and the globalization of religion

Lucine Endelstein

- 1 Depuis environ deux décennies, des « rues commerçantes casher¹ » sont apparues à Paris, indépendamment des lieux d'immigration juive tels que le quartier de la rue des Rosiers ou de Belleville. Ces rues apparaissent comme le produit d'interactions entre le religieux et l'économique qui constituent deux composantes de la globalisation. Elles permettent donc d'analyser, sous l'angle du fait religieux, des dynamiques globales qui façonnent le quotidien urbain et les transformations de la ville.
- 2 Nous prendrons l'exemple de plusieurs rues situées dans le XIX^e arrondissement de la capitale qui représente aujourd'hui la plus importante concentration commerciale casher à Paris (Figure 1). Ces rues sont dispersées dans plusieurs secteurs de l'arrondissement (Figure 2) et s'articulent à la présence de synagogues, d'écoles juives ainsi qu'à des regroupements résidentiels d'une population juive observante qui se sont réalisés sur la même période. Après avoir exposé les aspects de la globalisation du religieux et sa dimension spatiale, on montrera les liens entre les modalités d'émergence des rues commerçantes casher et le processus de globalisation du judaïsme. L'un des aspects de la globalisation du religieux étant la recomposition de communautés locales, nous verrons ensuite que la rue est un espace médiateur de ces recompositions et plus largement de négociations identitaires au sein de la ville cosmopolite. C'est pourquoi la rue ne se présente pas seulement comme un effet de la globalisation à analyser, mais comme une « méthode² » de compréhension et de lecture de ces dynamiques globales : il s'agit d'un « laboratoire à ciel ouvert » (Bordes-Benayoun, 2005) qui permet de saisir la recomposition permanente de la ville et des groupes sociaux qui l'habitent.
- 3 Les résultats présentés dans cet article sont issus d'une méthode ethnographique comprenant une analyse des « scénographies commerciales » (Raulin, 2000), des entretiens auprès de commerçants, de la clientèle et d'habitants intérieurs et extérieurs

au groupe résidant aux alentours, ainsi que des observations des usages de l'espace. L'ensemble cherche à saisir la rue par son paysage, ses usages et les représentations qu'elle suscite, afin de l'explorer dans la multiplicité de ses dimensions.

Figure 1 : Commerces cashers à Paris en 2007

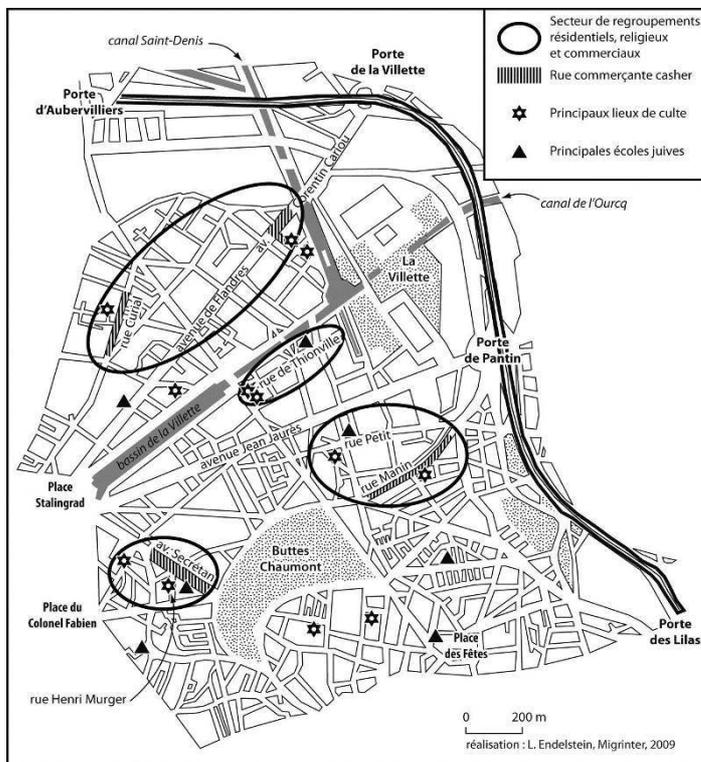


Rues commerçantes casher et globalisation du judaïsme

- 4 La transposition des analyses de la globalisation au fait religieux n'a été réalisée que récemment dans les sciences sociales des religions (Hervieu-Léger, 2000 ; Bastian et Champion, 2000 ; Geertz et Warburg, 2008). Les travaux les plus récents plaident pour une prise en compte du fait religieux comme composante à part entière de la globalisation, et non pas seulement comme un domaine affecté par cette dernière. (Geertz et Warburg, *op. cit.*). Selon Danièle Hervieu-Léger, les problématiques de la globalisation se traduisent sur la scène religieuse par l'individualisation et l'homogénéisation du croire et des pratiques, par la circulation accélérée des fidèles au niveau planétaire, et par l'affirmation communautaire au niveau local (Hervieu-Léger, *op. cit.*). L'auteur met en rapport les phénomènes de diffusion religieuse planétaire et les processus de recomposition individualiste des croyances, en dégagant trois paradoxes. Tout d'abord, « plus le croire s'individualise, plus il s'homogénéise » : l'effondrement des grandes institutions religieuses va de pair avec la fragmentation des systèmes croyants ; mais cela induit une tendance à leur homogénéisation et leur mise en réseau, dans une logique de standardisation et d'individualisation. Cette standardisation de l'offre permet aux individus de retrouver, sous des formes diversement modulées, des thématiques communes. Ainsi, « plus le croire s'homogénéise, plus la circulation des croyants

s'accélère », participant à la globalisation des échanges matériels et symboliques. Enfin, la circulation des croyants et leur émancipation par rapport aux institutions religieuses traditionnelles ne signifie pas l'individualisation complète des pratiques, mais favorise au contraire la recomposition de communautés religieuses au niveau local. Les mouvements protestants évangéliques, les communautés nouvelles catholiques aux États-Unis, les mouvements juifs Loubavitch³ de par le monde en sont des exemples emblématiques. L'ensemble de ces phénomènes présente une dimension spatiale évidente, encore peu étudiée par les sociologues des religions et par les géographes. Notamment, la recomposition de communautés religieuses peut s'exprimer par des ancrages locaux forts, en particulier dans les grandes villes, et un consensus apparaît parmi de nombreux travaux aujourd'hui autour de l'intérêt du local pour comprendre le processus de globalisation du religieux⁴ (Geertz et Warburg, *op. cit.*). La rue commerçante casher constitue l'un de ces ancrages où entrent en résonance des logiques d'ordre économique, religieux et identitaire recomposées par des dynamiques globales. Elle s'offre comme espace de décryptage des relations complexes du local et du global.

Figure 2 : Le judaïsme dans le XIX^e arrondissement de Paris



Le marché de la pluralisation religieuse

- 5 L'apparition de rues commerçantes casher est due à de multiples facteurs, internes et externes au judaïsme. Du côté des facteurs externes, c'est l'industrialisation et la standardisation des modes de production alimentaire qui ont engendré l'existence d'un marché casher et de surveillances rabbiniques chargées de contrôler toute la chaîne de production. En effet l'introduction d'additifs et la complexification des modes de production ont rendu nécessaire une traçabilité des produits afin de garantir leur

conformité aux règles alimentaires juives⁵ (Nizard, 1997). L'évolution des pratiques de consommation des sociétés modernes a donc favorisé la « course au casher » et la concurrence entre les surveillances rabbiniques chargées de certifier les produits alimentaires et les lieux de restauration (Endelstein, 2006).

- 6 Le deuxième facteur externe du développement du commerce casher est structurel et correspond à la crise du petit commerce de proximité à Paris et dans les métropoles contemporaines (Metton, 1998). Dans les arrondissements périphériques parisiens, l'absence de compétition a laissé la voie libre à différents types de commerces ethniques (Raulin, 2000). Dans le 19^e, les « rues casher » correspondent justement aux secteurs où le petit commerce était le plus déprimé, deux d'entre elles étant situées dans des quartiers prioritaires de la politique de la ville⁶. Ces rues sont situées à l'écart des grands axes et dans des secteurs peu passants, ce qui leur a permis une reprise rapide des fonds de commerce précédents qui périssaient. Du côté des facteurs internes au judaïsme, cet essor des rues casher doit être placé dans le contexte de recompositions identitaires dans l'immigration et de la globalisation du religieux. Les commerces casher se sont développés depuis les années 1980, avec une très nette accélération à partir du milieu des années 1990, c'est-à-dire plusieurs décennies après l'installation des juifs originaires d'Afrique du Nord en France⁷. L'arrivée des juifs d'Afrique du Nord n'est donc pas la cause directe du renouveau religieux que l'on observe quelques décennies plus tard (Cohen, 2000). Plutôt qu'une transplantation de pratiques du pays d'origine, ce sont des recompositions identitaires dans le contexte de la globalisation du religieux qui expliquent l'essor du commerce casher. En particulier, l'adoption du judaïsme orthodoxe au sein d'une partie de la population juive a « dopé » le commerce casher.
- 7 Les commerces casher des rues Manin, Curial et Secrétan appartiennent à différentes surveillances rabbiniques, chargées de certifier la conformité des produits aux règles alimentaires juives. La multiplication de ces surveillances reflète la pluralisation du judaïsme et la perte de vitesse de l'institution centrale, le Consistoire de Paris⁸, face aux mouvements orthodoxes. Ainsi, la surveillance rabbinique du Consistoire (le « Beth Din » de Paris) se trouve concurrencée par plusieurs courants orthodoxes qui rivalisent de normes plus strictes, et qui se lancent dans le marché casher. La plupart de ces mouvements apparaît de façon atomisée, par l'initiative individuelle de leaders religieux orthodoxes. Mais certaines surveillances rabbiniques font partie de réseaux religieux transnationaux, comme le réseau Loubavitch. Ce mouvement n'est pas une importation de pratiques religieuses par des migrants, mais l'effet de recompositions identitaires dans l'immigration et de la globalisation du religieux : les nouveaux modes de circulation des messages religieux (internet, voyages, pèlerinages...) ont consolidé son succès planétaire. Dans un contexte de globalisation où les fidèles et les biens circulent de manière accélérée, on assiste à une standardisation religieuse dans cette course au casher parmi les milieux juifs orthodoxes des grandes villes mondiales. Cette standardisation s'exprime aussi dans la circulation mondiale des produits alimentaires casher, d'Israël à l'Argentine en passant par l'Europe.
- 8 La construction de ces rues commerçantes relève donc d'un double paradoxe : tout d'abord, le marché casher résout l'opposition apparente entre le religieux et l'économique, en montrant que les biens religieux peuvent faire partie d'un marché des biens symboliques standardisé. Le second paradoxe relève de la pluralisation même du judaïsme dans le contexte de globalisation, qui apparaît comme un facteur de construction et de fonctionnement de ces rues casher. Ces rues casher sont des

regroupements produits par la fragmentation même du judaïsme et par la libéralisation du marché des biens symboliques, qui attise la concurrence au sein du commerce casher, et favorise l'effet « centre commercial ». Si les rues casher ne sont donc pas l'expression d'une unité communautaire illustrée sur la scène religieuse, l'espace de la rue casher médiatise la construction d'une image de la présence juive, par le groupe et par la société urbaine. Par là même, il participe à l'apparition de communautés nouvelles qui se réinventent localement, et qui sont la troisième facette de la globalisation du religieux.

De la rue commerçante casher à la recomposition locale de communautés juives

- 9 La rue commerçante casher apparaît comme l'un des vecteurs de la reconstruction d'une identité communautaire locale autour du renouveau religieux. Le fait communautaire est défini ici comme la construction d'un sentiment d'appartenance à un groupe, sentiment matérialisé par des liens multiformes : liens de sociabilités, de solidarité, liens commerciaux, liens virtuels *via* Internet... La notion de communauté est rarement utilisée en géographie et très polémique dans les sciences sociales en France (Gouëset et Hoffmann, 2006). Pourtant, cette notion apparaît tout à fait pertinente pour désigner l'existence de liens élargis qui s'établissent au-delà des communautés culturelles, et qui rendent tangible l'identification à la judaïcité⁹ (Endelstein, 2008). En effet, pour de nombreux juifs, le sentiment d'appartenance ou la conscience des origines ne s'exprime par aucune action de nature religieuse, traditionnelle ou culturelle ni par aucun lien spécifique¹⁰. La rue est un espace de recomposition permanente de liens communautaires¹¹ qui se créent à la fois par l'acte d'échange commercial et de consommation et par la mise en scène de la présence juive dans la rue. Elle est aussi un espace de négociation identitaire avec la société, moins dans l'acte d'échange que par la présence de commerces qui contribuent à qualifier l'espace et par la temporalité de l'animation de la rue, intrinsèquement liée à la temporalité religieuse.

Visibilité et lisibilité de la présence juive

- 10 Les façades des rues commerçantes casher permettent une lecture du rôle de la globalisation dans la construction du paysage urbain. Ces façades, fines membranes entre des lieux privés et l'espace public de la rue, sont des points de chevauchement des territoires du judaïsme avec d'autres territoires, des seuils plus ou moins visibles où se jouent des négociations ou « publications », pour reprendre le vocabulaire d'Isaac Joseph (1984).
- 11 Pour lire les lieux juifs et saisir le rôle médiateur de la rue dans les relations sociales, visibilité et lisibilité sont proposées comme outils d'analyse, inspirées de l'approche interactionniste (Goffman, 1963). La présence juive s'inscrit dans la rue par la permanence, le construit (les façades commerciales) et par le mouvement, la circulation. La visibilité de cette présence concerne les signes et les pratiques qui s'imposent à la vue et qui sont immédiatement identifiés et « lus » par tous. La lisibilité d'un signe ou d'une pratique est sa plus ou moins grande aptitude à être identifié par le public. La lisibilité renvoie à l'apprentissage nécessaire pour décoder des signes et des pratiques, capacité de décodage qui intervient dans les interactions quotidiennes. Un signe lisible est donc dans le même temps identifié par certains et invisible pour d'autres : la lisibilité comporte une

part d'invisibilité, et souligne le double usage des signes, qui s'adressent à la fois au groupe affinitaire et à la société environnante. L'intérêt de ces notions est leur pouvoir analytique des situations de coprésence et des expressions de la différence dans la rue : la visibilité et la lisibilité permettent de révéler les multiples négociations et ajustements qui font le côtoiement quotidien de la rue. Il s'agit donc de confronter les stratégies des acteurs, grâce à une analyse des scénographies commerciales, aux lectures de ces façades par les citoyens qui arpentent la rue, grâce à une méthode inspirée des « parcours commentés » ou comptes-rendus de perception en mouvement¹² (Thibaud, 2001).

Scénographies commerciales : « cashériser » l'altérité

- 12 La rue commerçante casher offre un panorama de stratégies de visibilité et de lisibilité qui décrivent une diversité de projets identitaires. L'identité juive et la composante religieuse ne sont pas présentes de façon uniforme dans les scénographies commerciales des commerces communautaires juifs. Certains ne font apparaître aucune référence au judaïsme sur leur enseigne ou sur leur façade, et demeurent invisibles en tant que commerces casher. D'autres n'hésitent pas à inscrire le mot « casher » sur leur enseigne. Ainsi les supermarchés appartiennent presque toujours à la catégorie des commerces visibles, en raison de leurs enseignes qui font explicitement référence au commerce communautaire : « hypercasher », « casher price ».... Certains boulangers-traiteurs accumulent les références au judaïsme en indiquant les célébrations pour lesquelles la clientèle peut passer commande (mariage, *Bar-Mistva*¹³, *Kiddoush*¹⁴...) et décorent leur façade au rythme des fêtes juives, telle cette enseigne qui souhaite un « *Happy Hanouka*¹⁵ » à la clientèle (Photo 1). Les restaurants se contentent souvent d'afficher des signes lisibles sur une façade qui ne fait pas référence au caractère juif du lieu : « casher » écrit en lettres hébraïques, ou indiqué par un signe suffisamment crypté pour n'être déchiffré que par ceux qui le cherchent (Photo 2). Ces signes ne font pas sens pour les passants qui ne savent pas les identifier. On observe donc une grande variété de stratégies allant de la dissimulation complète de l'identité religieuse à son affichage en toutes lettres, en passant par une accumulation de signes religieux plus ou moins exhaustive. Ces éléments religieux ne sont pas identifiés par tous les citoyens, la lecture de ces signes étant tributaire de leurs compétences à reconnaître les signes du judaïsme.

Photo 1 : Traiteur-pâtissier casher, rue Manin



L. Endelstien

- 13 L'identification des lieux de restauration casher est souvent d'autant plus improbable que ces derniers présentent des scénographies exotiques. En effet, loin de rappeler les terres d'origine des populations juives observantes, originaires pour la plupart d'Afrique du Nord et d'Europe de l'Est pour une minorité d'entre elles, les commerces casher proposent souvent une consommation de l'altérité : les restaurants japonais casher, indiens casher, chinois casher ont de plus en plus de succès dans la capitale. Les façades « exotiques » de rues commerçantes casher participent au cosmopolitisme urbain, si on le considère avec Gastaut comme la confrontation des altérités (Gastaut, 2002). Ils témoignent de l'adoption des pratiques alimentaires de la société environnante, à savoir un « cosmopolitisme de consommation » (Beck, 2006), cosmopolitisme qui constitue une composante de la globalisation. Dans le même temps, cette participation au cosmopolitisme urbain s'effectue dans un cadre normé par des règles alimentaires, qui permettent de « cashériser » l'altérité. Ainsi, la lecture de ces façades fait apparaître des logiques propres à la globalisation présente sur la scène religieuse : ces restaurants contribuent à la standardisation des modes de consommation propres à la société environnante, tout autant qu'à la réinterprétation de normes religieuses qui s'inscrivent dans un projet de singularisation identitaire. Cette présence du commerce communautaire (Ma Mung et Simon, 1990) ne va pas toujours dans le sens d'une production de l'altérité. Les seuils des lieux juifs, tantôt visibles, tantôt lisibles ou invisibles, se fondent souvent dans le paysage urbain et rendent fluctuantes les frontières du groupe et de la société. Si les rues commerçantes casher produisent de la différence, celle-ci apparaît ancrée dans la société.

Temporalités de la rue

- 14 L'ordre instauré dans le temps par la religion conduit à des usages différenciés de l'espace, à des animations éphémères de certaines rues qui donnent un rythme à la visibilité de l'identité juive. Le samedi étant jour de repos imposé par la religion, c'est le vendredi et le dimanche que la rue commerçante est fréquentée par une nombreuse clientèle. Ce rythme opposé au rythme ordinaire de la ville, où le samedi est jour de course, est un élément d'identification des commerces juifs pour les habitants extérieurs au groupe, souvent plus important que les signes présents sur les façades commerciales : c'est le samedi, parce que le commerce est fermé, qu'ils identifient certains commerces casher. Les jours où la fréquentation de ces commerces bat son plein, la visibilité religieuse est rendue plus sensible par les pratiques vestimentaires plus ou moins distinctives et identifiables de la clientèle. Certaines silhouettes masculines sont les plus marquantes : barbe, chapeau, redingote noire des hommes qui adoptent les costumes hassidiques. Mais, à l'instar des signes lisibles des façades commerciales, certaines pratiques vestimentaires ne sont lisibles que pour les initiés au judaïsme : aussi de nombreux hommes dissimulent leur kippa sous une casquette, or le port de ce couvre-chef est suffisamment peu commun parmi les adultes pour que sa fonction dissimulatrice soit identifiée. Les silhouettes féminines, quant à elles, n'arborent pas de signe se référant explicitement au judaïsme, mais l'accumulation de détails renvoie au respect de normes vestimentaires contraignantes, pour qui sait les reconnaître : jupe longue, bras couverts, couvre-chefs allant de la casquette à la perruque et signifiant différentes interprétations de la loi juive (Photo 3). Tout comme les façades commerciales qui affichent plus ou moins explicitement l'appartenance au judaïsme et mettent en scène la diversité religieuse interne, les « présentations de soi » et le « contrôle de l'information » (Goffman, 1963 ; 1973) décrivent la pluralité du groupe, différentes négociations identitaires et processus d'identification.

Photo 2 : Restaurant japonais casher, rue Manin



L. Endelstien

Photo 3 : Scène de rue, silhouettes Loubavitch, rue Manin



L. Endelstein

- 15 La lisibilité des façades commerciales, la temporalité des usages de la rue et la diversité des présentations de soi font de la rue commerçante casher non pas un espace d'enfermement d'un seul groupe qui confisquerait le sens et les usages de la rue, mais bien une rue ethnique, « espace de côtoiement et de friction de modes de vie diversifiés et cosmopolites » (Bordes-Benayoun, *op. cit.*). Situées au sein de quartiers au caractère fortement multiethnique, les rues commerçantes casher du XIX^e arrondissement de Paris assument bien cette fonction de côtoiement, ce qui n'exclut pas que les « frictions » engendrent des tensions. En particulier, des habitants riverains dénoncent d'une part la présence d'un commerce communautaire qui nuirait au commerce de proximité « autochtone ». D'autre part, les jours de forte affluence sont source de tensions cristallisées autour de la circulation automobile. Comme dans d'autres quartiers ethniques parisiens¹⁶, le report de tensions sur le stationnement et les embouteillages donne parfois un contenu rationnel à un rejet. En effet, si la rue permet de révéler que la diversité du groupe est une condition de son émergence, elle permet aussi de comprendre la fonction médiatrice de l'espace et de la visibilité dans la construction de représentations souvent homogénéisantes de ce groupe, aussi bien de l'intérieur que de l'extérieur.

La rue commerçante et l'imaginaire communautaire

- 16 En cristallisant des représentations qui se répercutent sur le quartier, la rue exerce une fonction médiatrice du vivre ensemble. Si la lisibilité des signes du judaïsme présents dans la rue ainsi que la temporalité de ses usages rendent la présence juive partiellement perceptible pour les citadins extérieurs au groupe, la visibilité participe à la construction d'une image de la présence juive comme un groupe monolithique. Regroupés dans des portions de rue et semblant fonctionner indépendamment du commerce local non communautaire, les commerces casher représentent pour les habitants non juifs la vitrine du regroupement d'une communauté locale qu'ils imaginent organisée et solidaire¹⁷. La diversité interne du groupe et la fluidité de ses frontières échappent à l'observation.
- 17 Le paysage de la rue et son animation temporaire contribuent également à forger l'image d'une unité communautaire parmi les usagers juifs de la rue. Pour ces derniers, la visibilité et la lisibilité du judaïsme, qu'ils sont capables de déchiffrer entièrement, jouent un rôle homogénéisant. Une unité est imaginée par-delà la fragmentation du judaïsme, celle-là même qui favorise l'activité commerciale. La rue commerçante casher est en effet l'un des pôles structurants d'une communauté qui se met en scène dans un quartier par des pratiques répétées de consommation et des usages de l'espace qui contribuent à forger une identité commune dans et par la diversité interne. En effet, la clientèle des commerces casher du XIX^e est en grande partie locale. La fréquentation régulière des commerces, la circulation des clients qui profitent de l'offre locale diversifiée en produits casher contribuent à atténuer les frontières dressées par les différentes obédiences rabbiniques. Elles atténuent aussi symboliquement la distance entre observants et non-observants, qui privilégient la « face ethnique » (Cohen, 2007) de leur identité juive et pour qui la fréquentation de la rue a un sens identitaire et non religieux.
- 18 La rue participe à une représentation collective de l'espace et à l'idée qu'il existe un quartier juif, et une communauté juive locale. Ce « quartier juif » et cette communauté imaginés par les acteurs du renouveau du judaïsme résultent donc d'une mise en cohérence de la diversité interne du groupe qui se réalise dans la rue. Si l'unité de la

communauté et l'existence d'un quartier juif sont imaginaires, ces imaginaires créent des liens tangibles : le sentiment d'appartenance à une communauté s'exprime dans des liens concrets et spatialisés, notamment dans la fréquentation de la rue commerçante casher.

- 19 La rue permet donc de comprendre la globalisation dans sa dimension religieuse et spatiale, tout comme la globalisation du religieux permet de lire les recompositions de certaines rues. La rue commerçante casher reflète toutes les facettes de la globalisation du religieux : individualisation des croyances et des pratiques, circulation accélérée des fidèles, homogénéisation du croire et des pratiques au niveau planétaire, affirmation communautaire au niveau local. Loin de faire disparaître les ancrages locaux de communautés religieuses, la globalisation les recompose en permanence.
- 20 La rue commerçante casher possède une fonction médiatrice de la recomposition de collectifs locaux dont l'unité est imaginée malgré la pluralisation accélérée par la globalisation religieuse. Associant le construit et le circulé (Gourdon, 2001), l'établissement communautaire local et la circulation planétaire du croire et des fidèles, la rue est un vecteur de la réinterprétation permanente d'une cohésion communautaire dans et par la diversité religieuse. Elle produit de la différence avec la société environnante, mais une différence partiellement fondue dans le décor cosmopolite de la grande ville qui renvoie à l'imbrication de la communauté dans la société.

BIBLIOGRAPHIE

- BASTIAN, J.-P. et F. CHAMPION (dir.), 2000, *La globalisation du religieux*, Paris, L'Harmattan, 282 p.
- BECK, U., 2006, *Qu'est ce que le cosmopolitisme ?* Paris, Aubier, 378 p.
- BECKFORD, J.- A., « Religious interaction in a global context », dans A. Geertz et M. Warburg (dir.), *New Religions and globalization*, Aarhus, Aarhus University Press, p. 23-42.
- BORDES-BENAYOUN, C., 2005, « De la rue ethnique au vaste monde », dans J. Brody (dir.), *La rue*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, p. 281-293.
- COHEN, M., 2000, *Les juifs de France. Modernité et identité. Vingtième siècle*, n° 66.
- COHEN, M., 2007, « Les juifs d'Europe sont-ils encore une minorité religieuse ? », dans J.-P. Bastian et F. Messner (dir.), *Minorités religieuses dans l'espace européen*, Paris, PUF, p. 227-249.
- ENDELSTEIN, L., 2006, « Les juifs originaires d'Afrique du Nord, acteurs du développement du commerce casher aujourd'hui », dans A.-S. Bruno et C. Zalc (dir.), *Petites entreprises et petits entrepreneurs étrangers en France, XIX^e-XX^e siècles*, Paris, Publibook, p. 181-193.
- ENDELSTEIN, L., 2008, *Une géographie du nouveau religieux. Judaïsme et expérience urbaine en quartier cosmopolite*, Paris, thèse de doctorat, Université de Poitiers, 437 p., non publiée.
- GASTAUT, Y., 2002, *Le cosmopolitisme, un univers de situations*, Cahiers de l'URMIS, n° 8.
- GEERTZ, A. et M. WARBURG (dir.), 2008, *New religions and globalization*, Aarhus, Aarhus University Press, 280 p.
- GOFFMAN, E., 1963, *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*, Paris, Éditions de Minuit, 180 p.

- GOFFMAN, E., 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*, Paris, Minuit, 374 p.
- GOUËSET, V., HOFFMAN, O., 2006, « Communauté. Un concept qui semble poser problème dans la géographie française », dans R. Seychet et V. Veschambre (dir.), *Penser et faire la géographie sociale*. Rennes, PUR, p. 263-275.
- GOURDON, J.-L., 2001, *La rue. Essai sur l'économie de la forme urbaine*, La Tour d'Aigues. Éditions de l'Aube, 285 p.
- HERVIEU-LEGER, D., 2000, « Crises de l'universel et planétarisation culturelle : les paradoxes de la 'mondialisation' religieuse », dans J.-P. Bastian et F. Champion (dir.), *La globalisation du religieux*, Paris, L'Harmattan.
- HOVANESSIAN, M., 2007, *Le lien communautaire. Trois générations d'Arméniens*, Paris, L'Harmattan, 316 p. (première édition 1990).
- JOSEPH, I., 1984, *Le passant considérable. Essai sur la dispersion de l'espace public*, Paris, Librairie des Méridiens, 146 p.
- MA MUNG, E., et SIMON, G., 1990, *Commerçants maghrébins et asiatiques en France*, Paris, Masson, 138 p.
- MEMMI, A., 1965, « Recherches sur la judéité des juifs de France ». *Revue française de sociologie*, janvier-mars 1965.
- METTON, A., 1998, « Espoirs et amertumes des commerces de centre-ville », *Annales de la recherche urbaine*, n° 78, p. 46-54
- NIZARD, S., 1997, *L'économie du croire. Une anthropologie des pratiques alimentaires juives en modernité*, thèse de doctorat, EHESS, 515 p., non publiée.
- RAULIN, A., 2000, *L'ethnique est quotidien. Diasporas, marchés et cultures métropolitaines*, Paris, L'Harmattan, 229 p.
- THIBAUD, J.-P., 2001, « La méthode des parcours commentés », dans M. Grojean et J.-P. Thibaud (dir.), *L'espace urbain en méthodes*, Marseille, Parenthèses, p. 79-99.

NOTES

1.

2. Casher : conformes aux règles alimentaires de la loi juive (entre autres, interdiction de consommer certains animaux et de mélanger les produits carnés et les produits lactés).

William Berthomiere, Caroline Rozenholc, " La rue, espace d'une lecture du processus de globalisation (Sud Tel-Aviv, 2005-2008), communication présentée au colloque " *Où en est la rue face à la globalisation ? Standardisation, singularisation et régulation* ", organisé par Djémila Zeneidi-Henri et André-Frédéric Hoyaud (CNRS UMR 5185 ADES, université Bordeaux 3, 27-28 novembre 2008).

3. Le mouvement Loubavitch est né au XVIII^e siècle en Europe orientale. Il s'agit d'une composante de l'hassidisme, mouvement populaire prônant la joie dans l'étude et dans l'accomplissement des commandements. Il s'est développé en France à partir des années 1970, en particulier dans des milieux juifs originaires d'Afrique du Nord. Aujourd'hui la plupart des " hommes en noir " (Greislammer, 1993) en France appartiennent à ce mouvement.

4. Tel était le sens d'un colloque co-organisé par l'auteur avec Sébastien Fath et Séverine Mathieu, intitulé " Dieu change en ville. Religion, espace, immigration " (EHESS, Paris, 2 et 3 février 2009).

5. Ces règles interdisent par exemple le mélange de produits lactés et carnés, fréquent dans de nombreux produits alimentaires industriels.
 6. Il s'agit du quartier Danube-Solidarité et du quartier Flandre.
 7. Les juifs originaires d'Afrique du Nord sont arrivés en France au cours des décennies 1950 et 1960, au moment des indépendances puis des conflits israélo-palestiniens.
 8. Institution représentative et centralisatrice du judaïsme créée par Napoléon 1^{er}.
 9. Terme désignant l'ensemble de la population juive (Memmi, 1965)
 10. L'ensemble des juifs de France ne forme donc évidemment pas "une" communauté, mais il existe un fait communautaire au sein de cette population et qui n'en concerne qu'une partie.
 11. Sur le lien communautaire voir Hovanessian, 2007.
 12. Cette méthode a consisté à demander aux personnes interrogées, sur un parcours déterminé, de décrire les commerces qui se trouvaient sur le parcours et à identifier si possible des commerces cashers. Ces descriptions ont été enregistrées et transcrites. L'objectif de cette méthode est de montrer différentes lectures des façades commerciales et leurs différents degrés de visibilité, afin de comprendre la complexité de la qualification de l'espace urbain par un groupe.
 13. Célébration de la majorité religieuse des jeunes garçons de 13 ans.
 14. À l'issue du service religieux, collation accompagnant la bénédiction rituelle sur le vin.
 15. La fête de Hanouka célèbre la réinauguration du Temple après la victoire des Maccabées sur les Grecs, entre 165 et 163 av. J-C.
 16. Par exemple, le nouveau "sentier chinois" du XI^e arrondissement a suscité de vives polémiques cristallisées autour de la circulation.
 17. La présence de lieux de culte et de regroupements résidentiels d'une population juive dans le XIX^e arrondissement fait au contraire apparaître davantage d'hétérogénéité que d'homogénéité, ainsi qu'une indépendance, voire parfois une rivalité, entre différents lieux de culte et mouvements religieux. (Endelstein, 2008).
-

RÉSUMÉS

Les rues commerçantes cashers qui sont apparues à Paris indépendamment des quartiers juifs d'immigration donnent à voir les effets de la globalisation du religieux sur le quotidien urbain et les transformations de la ville. Cet article montre d'une part que ces rues sont produites par la pluralisation interne du judaïsme dans le contexte de globalisation du religieux, qui attise la concurrence au sein du marché casher. D'autre part, par son paysage, son animation et ses temporalités, la rue commerçante casher est un espace de négociation identitaire avec la société et un espace médiateur de la recomposition d'une identité communautaire locale par-delà la diversité religieuse interne.

In Paris, kosher retailing streets have appeared independently from Jewish immigration neighbourhoods. This article shows the effects of globalization of religion on urban life and on the city's transformations. This article also argues that these streets are a product of Judaism's pluralisation in the context of the globalisation of religion, which favours the competition within the kosher business. On the other hand, by its landscape, its animation and its temporalities, the kosher retail street is a mediatory space of the recomposition of a community identity, beyond internal religious diversity.

INDEX

Index géographique : Paris

Mots-clés : rue commerçante, globalisation du religieux, commerce casher, visibilité, communauté

Keywords : commercial street, globalisation of religion, kosher business, visibility, community

AUTEUR

LUCINE ENDELSTEIN

Université Joseph Fourier, Grenoble

MIGRINTER, UMR 6588, Poitiers

lucine.endelstein@ujf-grenoble.fr