

مراكش: صورة ترف وبذخ من الخيال

MARRAKECH: UNE CONSTRUCTION IMAGINAIRE DU LUXE,

شفقي فاطمة الزهراء: طالبة دكتوراه في العلوم الإنسانية، جامعة الحسن الثاني، المغرب

Chafki Fatima Zahraa: PhD student in human sciences, Hassan II University, Morocco

Chafki Fatima Zahraa: Doctorante en sciences humaines, Université Hassan II, Maroc

DOI: <https://doi.org/10.56989/benkj.v3i1.25>

الملخص:

أظهرت العلوم الإنسانية الطابع الكوني للخيال، وسلطت الضوء على وظائفه النفسية والاجتماعية. أحلام اليقظة، والخيال، والأساطير الاجتماعية، والحكاية واليوتوبيا، كلها جزء من الخيال وتستخدم أحياناً لعمل مشاريع أو تحل محل المرجع الثقافي للمجتمع؛ أو حتى المساهمة أحياناً في ترسيخ المجتمع أو تغييره. كل صورة لها قطبان: قطب بيولوجي وأنثروبولوجي تماماً وقطب متجسد في ثقافة ولغة وحضارة. سيكون الخيال هو المسار الأنثروبولوجي الذي يحدث من خلاله ذهاباً وإياباً بين هذين القطبين. يوصف الخيال بأنه "متحف" لجميع الصور، سواء كانت سابقة أو ممكنة أو منتجة أو سيتم إنتاجها. هذه هي الطريقة التي تستحضر بها مراكش صورة الفخامة القديمة والمعاصرة. مراكش مدينة ذات ماضٍ إمبراطوري، ومناخ متميز، وتاريخ حافل، وهوية غنية، ومراكش هي الوجهة المرموقة حيث يضرب أصحاب المجتمع المخملي موعداً للحفلات والمهرجانات الفاخرة. وهكذا تجد صورة الرفاهية هذه جذورها في الماضي والحاضر لهذه المدينة ذات الإرث الحضاري الإمبراطوري، هذه الصورة تعبير عن خيال حيث يختلط الحلم والخيال والحكاية والأساطير، إنها أيضاً صورة مكان خيالي يتم استحضاره بالجوء إلى الأدب أو الفن.

الكلمات المفتاحية: مراكش، بذخ، ترف، خيال، تاريخ إمبراطوري، الشرق.

Abstract:

The human sciences have shown the universal character of the imaginary, they have highlighted its psychological and social functions. Daydreams, fictions, social mythologies, utopias, all are part of the imagination and are sometimes used to make projects or take the place of cultural referent to a community; or sometimes even contribute to cementing society or making it change. Every image has two poles: a strictly biological and anthropological pole and a pole embodied in a culture, a language, a civilization. The imaginary would be the anthropological path by which the back and forth between these two poles takes place. The imaginary is described as the "museum" of all images, whether past, possible, produced or to be produced. The imaginary is described as the "museum" of all images, whether past, possible, produced or to be produced. L'imaginaire est décrit comme le « musée » de toutes les images, qu'elles soient passées, possibles, produites ou à produire. The imaginary is described as the "museum" of all images, whether they are past, possible, produced or to be produced. L'imaginaire est décrit comme le « musée » de toutes les images, qu'elles soient passées, possibles, produites ou à produire. This is how

Marrakech conjures up an image of vintage and contemporary luxury. A city with an imperial past, an exceptional climate, a remarkable history, a city that has multiple identity ingredients. Marrakech is the prestigious destination where the jet set meets for parties and festivals. This image of luxury thus finds its roots in the past and in the present of this imperial city. It is the expression of an imaginary where fiction, reverie and myth mingle. It's an imaginary Orient. It is also an imaginary place that is evoked by having recourse to literature or art.

Keyword: Marrakech, Luxury, Ostentation, Imagination, Imperial past, Orient.

Abstrait:

Les sciences humaines ont montré le caractère universel de l'imaginaire, elles ont mis en évidence ses fonctions psychologiques et sociales. Les rêveries, les fictions, les mythologies sociales, les utopies, toutes font partie de l'imaginaire et servent parfois à faire des projets ou tiennent lieu de référent culturel à une collectivité; ou parfois même contribuent à cimenter la société ou à la faire changer.

Toute image a deux pôles: un pôle strictement biologique et anthropologique et un pôle incarné dans une culture, une langue, une civilisation. L'imaginaire serait le trajet anthropologique par lequel le va et vient entre ces deux pôles s'effectue. L'imaginaire est décrit comme le "musée " de toutes les images, qu'elles soient passées, possibles, produites ou à produire.

C'est ainsi que Marrakech évoque une image de luxe d'époque et d'actualité. Une ville au passé impérial, au climat exceptionnel, à l'histoire remarquable, une ville qui dispose d'ingrédients identitaires multiples. Marrakech est la destination prestigieuse où la jet set se donne rendez-vous pour les fêtes et les festivals. Cette image de luxe trouve ainsi son ancrage dans le passé et dans le présent de cette ville impériale. Elle est l'expression d'un imaginaire où se mêlent fiction, rêverie et mythe. C'est aussi un lieu imaginaire qu'on évoque en ayant recours à la littérature ou à l'art.

Mots clé: Marrakech, Luxe, Ostentation, Imaginaire, Passé impérial, Orient.

Introduction

Marrakech évoque une image de luxe d'époque et d'actualité. Une ville au passé impérial, au climat exceptionnel, à l'histoire remarquable, une ville qui dispose d'ingrédients identitaires multiples. Marrakech est la destination prestigieuse où les riches et nantis du monde se donnent rendez-vous pour les fêtes et les festivals. Cette image de luxe trouve ainsi son ancrage dans le passé et dans le présent de cette ville impériale. Elle est l'expression d'un imaginaire où se mêlent fiction, rêverie et mythe.

Marrakech, une ville qui en cache plusieurs.

Marrakech, la cité ocre qui pendant longtemps a prêté son nom au Maroc, offre un spectacle où se mêlent culture et histoire. Marrakech a toujours été un point de rencontre entre le Sahara, l'Atlas et les plaines atlantiques. C'est aussi le carrefour du Nord et du Sud du pays, le pont entre le passé et le présent. Une population mêlant berbère, arabe, nomade et montagnarde a élu domicile à Marrakech.

Dès 1966¹ Marrakech jusque-là, haut lieu de villégiature d'une société privilégiée, nom mystérieux, lieu encore réservé aux connaisseurs, va devenir plus que jamais, accessible pour tous.

Marrakech est la première destination touristique du Maroc, du fait de sa nature empreinte de lumière et d'exotisme, ses palmeraies et les sommets enneigés des montagnes du haut Atlas.

Ajoutons aux atouts naturels de Marrakech, ses remparts couleur d'ocre, sa médina qui incarne tous les charmes et toutes les séductions de l'Orient, la place Jemaâ El Fna², une sorte de Pont Neuf du Moyen Age;

¹ Ghanem Benkirane, Narjess, 1996, Marrakech, Demeures et jardins secrets, Paris, ACR Edition, p.78.

² Place classée patrimoine immatériel de l'humanité

tout cela fait de Marrakech l'objet d'un engouement extraordinaire de la part des touristes du monde entier.

Une infrastructure hôtelière très importante a été déployée pour faire face à cette affluence de touristes. Ce nouveau tourisme à Marrakech trouve sa justification symbolique dans son poids économique, qu'il s'agisse des visiteurs, des créations d'emplois, ou encore des apports de devises. Il est évident que la massification due à l'industrialisation du secteur touristique, standardise et banalise les destinations. Seulement, pour Marrakech, on ne peut parler de destination banale. Il existe quelque part Marrakech l'inaccessible dont l'inaccessibilité fait le rêve et la magie. Il y a Marrakech qui échappe à l'industrie touristique, Marrakech où se retrouvent les adeptes du luxe, Marrakech la confidentielle. On a bien signalé ci-dessus qu'avant 1966, Marrakech fut un haut lieu de villégiature d'une société privilégiée. Une classe nantie a depuis longtemps choisi Marrakech pour exprimer sa différence et son prestige.

Ainsi, de tous les temps, Marrakech séduit tant de figures étonnantes. Nombreux voyageurs de passage pour quelques jours, décidèrent de rester. D'autres, fascinés par le faste et le luxe de Marrakech, (ils étaient presque tous des hôtes de marque auprès des Seigneurs de l'époque) ont immortalisé leurs impressions de la ville impériale sur des toiles magnifiques ou à travers des récits invitant au voyage.

La Marquise de la Tourète en 1911 et Anatole France en 1912, bien décidés à aller jusqu'au bout de leur désir, firent le voyage à Marrakech à une époque où cela relevait du défi¹. Dans les années 1917 et 1918 Henry Dugard évoqua la vie au Maroc dans une série de tableaux. J. Tharaud visitant un palais dont il fut le seul hôte à Marrakech nous fit part de son exaltation dans un récit de rêve.

¹ Paccard, André, 1987, Mamounia. Marrakech. Maroc, Paris, Ed. Atelier, p. 18.

Marrakech fut la muse de Jacques Majorelle qui lui inspira ses plus belles toiles et fresques; il lui offrit un jardin jailli du sable, une merveille parmi d'autres.

Roland Dorgelès, Pierre Loti, Matisse, Raoul Dufy, Camille Mauclair, Edith Warthon, Nicolas de Staël, Maurice Ravel, tous d'étonnants voyageurs qui ont rapporté leur nobles histoires sur Marrakech.

Bien après ce début du siècle, Marrakech est toujours au rendez-vous du raffinement et du luxe. La Mamounia, un des palaces les plus luxueux du monde et le plus ancien de Marrakech, se caractérise par une architecture authentique et renvoie à une histoire surtout mondaine. Un imaginaire particulier accompagne ce palace. Il est associé à une certaine nostalgie, à un supplément d'âme, à une authenticité du fait même de son passé. Passer une nuit à la Mamounia c'est être dans les draps de l'Histoire et cela n'est pas un plaisir à dédaigner.

La Mamounia, peut arguer honnêtement d'un véritable imaginaire dans la mesure où elle a vu défiler tant de célébrités. Cet hôtel fut fréquenté par les personnes les plus médiatisées de notre époque: têtes couronnées, chefs d'Etats, ambassadeurs, familles princières, descendants aisés, chanteurs, écrivains, acteurs, journalistes, mannequins, difficile de les citer tous.

Churchill¹ fut le plus fidèle des clients de la Mamounia. C'est là où il peint ses toiles dont le président américain F.D Roosevelt fut ravi au point de les évoquer dans l'une de ses notes datant de la conférence de Casablanca en Janvier 1943²: " *Cette merveilleuse collection d'impressions me rappelle et me rappellera toujours ma visite à Marrakech, je crois que si j'avais été initié à l'art de peindre, je serais demeuré avec Monsieur Churchill*

¹ Paccard, André, Op.cit. p.18.

² Ghanem Benkirane, Narjess. Op. Cit. p.76

Pierre Balmain, pour lancer sa collection, donna une soirée fantastique à la Mamounia. Maurice Ravel y jouait ses mélodies tous les soirs.

Pour Yves Saint-Laurent, Marrakech est "*la Venise du Maroc, un endroit hors du temps*"¹ Il donne parmi d'autres stars du monde du luxe le coup d'envoi à la mode Marrakech dans les années 70. Et Marrakech devint un lieu de rencontre incontournable des nobles et des riches. Le prince Ali Khan, le prince Poniatowski, les Héritiers Hermès, les Agnelli etc... Certains membres de cette élite cosmopolite ont élu domicile à Marrakech.

Marrakech a toujours été le lieu de prédilection pour célébrer les événements de marque. Le Roi Hassan II maria sa fille à Marrakech. Il ordonna une fête qui a duré sept jours et où les rites de l'Empire et le faste oriental ont été observés dans le détail.

À Marrakech, le 15 avril 1994, les représentants de 123 États membres du GATT signent l'Acte final des négociations commerciales de l'Uruguay Round. Ces accords fondent l'Organisation mondiale du commerce qui remplace le GATT.

Le golf, symbole d'une plus-value sociale, reconnu par une élite qui l'utilise comme signe de distinction, ne fait pas défaut à l'univers Marrakech. Des compétitions internationales de golf se déroulent dans les parcours prestigieux de Marrakech.

Marrakech, cité prisée par une clientèle de luxe à travers les temps, une clientèle atomisée, internationale, raffinée et cultivée, ne renferme-t-elle pas les ingrédients de base de tout produit de luxe à savoir: la rareté, l'exception, la cherté et l'unicité? Ces ingrédients les puise-t-elle de son passé impérial?

¹ Ghanem Benkirane, Narjess. Op. Cit. p. 76

Marrakech: un passé impérial

Marrakech (Mourrakouch) fut fondée en l'an 1071 (an 463 de l'Hégire) par le souverain berbère Sanhadjiens almoravide Youssef ben Tachfine¹

Marrakech qui offrit son nom au Maroc, sera la capitale durant des siècles, d'un Empire qui s'étalait du Niger au Guadalquivir, de l'Atlantique à la Tripolitaine.

Cette ville impériale, a toujours attiré les guerriers, depuis qu'elle est sortie des sables. Les Almohades l'ont arrachée aux Almoravides, les noirs Mérinides du Sahara s'en sont emparés avant de la céder aux Saâdiens venus du Draâ.

Partout et à toute époque, les souverains se doivent de posséder et d'exhiber ce qu'il y a de plus beau, d'arborer les emblèmes resplendissants de la majesté². Ainsi, les Sultans qui ont régné sur Marrakech ont voulu marquer de leur sceau indélébile l'histoire de la capitale de leur règne. Ils ont édifié de somptueux palais qui rappellent ceux de Bagdad, d'Istanbul ou de l'Andalousie du temps de leur gloire.

Certains sultans, humanistes éclairés, pour faire oublier les guerres lancèrent une campagne de reconquête culturelle sans précédent dont Marrakech fut l'épicentre. Le goût raffiné, qui est inhérent à Marrakech à travers l'histoire, l'aidera à conquérir le monde.

On croise ce goût exquis dans ses palais, bijoux où jadis ont étincelé des onyx de toutes nuances, des marbres venus d'Italie, des colonnes couvertes d'or fin, des mosaïques dont les couleurs simulaient des parterres fleuries, des plafonds de cèdre ajouré, des jardins, des miroirs d'eau, des fontaines.

¹ Abitbol, Michel, 2009, Histoire du Maroc, Paris, Perrin, p. 61

² Lipovetsky, Gilles, 2003, Le luxe éternel: de l'âge du sacré au temps des marques, Paris, Gallimard, p.37.

Le palais El Badi (*le fabuleux*) fut un pur joyau de l'art saâdienne. Edifié par AL Mansour Addahbi, vainqueur de la Bataille des Trois Rois, il fut à l'image de cette victoire, sans égal. Il nécessita vingt-cinq années de travail et l'emploi de matériaux précieux en provenance de l'Afrique noire, de l'Inde, mais aussi d'Europe (Italie, France et Espagne). La légende veut que le marbre de Carrare ait été échangé contre un poids équivalent de sucre¹.

Pour son inauguration en 1594, Al Mansour Addahbi ordonna une fête éblouissante à laquelle furent conviés les plus hauts dignitaires du Royaume et des pays étrangers. Le souverain ne négligea aucun détail afin d'éblouir ses hôtes².

Le palais EL Bahia (*la favorite*) fit l'objet de distinction et d'offrande³, deux aspirations propres à l'univers du raffinement et du luxe. Bahmed, grand vizir du Sultan Moulay El Hassan, mit sept ans pour ériger ce palais au luxe céleste qu'il offrit à sa favorite, EL Bahia. Ce joyau est à la fois la preuve de la magnificence et " *le cadeau hommage*" à la bien-aimée.

Le luxe comme signe immanent à l'identité historique de Marrakech

Le luxe, le raffinement et le faste n'ont pas été l'apanage des sultans et des membres de la cour. Les grands seigneurs du Sud avaient eux aussi leurs résidences à Marrakech comme les seigneurs de la Vieille France avaient leur hôtel à Paris⁴. Ces résidences ou Riads témoignent d'une beauté authentique, d'un luxe angélique. Leur architecture rime avec

¹ Idem

² Espaces de rêve Maroc, 2011, Paris, Gründ, p. 112-113.

³ Castarède, Jean, 1992, Le luxe, Paris, PUF, p.12.

⁴ Tharaud, JJ, 1996, Marrakech ou les Seigneurs de l'Atlas, Extraits du livre «Maroc, les villes impériales», Paris, Ed. Omnibus, p.776.

raffinement et "*le regard n'y rencontre que choses menues et parfaites où tout est artifice et pure création de l'esprit*"¹.

Les jardins, îlots de verdure et de senteurs subtiles agrémentent le charme de ces demeures féeriques et rappellent la passion des jardins chez les Bagdadiens du temps d'Haroun Al Rachid comme plus tard chez les Ottomans qui se ruineront pour des bulbes de tulipes². Le jardin oriental était l'épicentre du raffinement. Il invite à la flânerie, enivrent l'esprit, mais permet également aux seigneurs, maître des lieux de sacrifier à leurs obligations mondaines³.

Le goût pour l'ostentatoire des seigneurs de Marrakech est vivement apparent dans l'architecture, le décor des riads. Mais il se retrouve encore plus dans le savoir-vivre.

Leur palais et riads étaient le théâtre du raffinement et le lieu de cristallisation des usages dominants. Fidèle au culte et à la magie de l'Orient, Marrakech avait ses harems, ces symboles de luxe et de volupté rappelant Bagdad et les Mille et une Nuits et plus loin encore la Mésopotamie et la Chine où les palais étaient riches de harems dans lesquels les femmes étaient rangées par catégories hiérarchiques⁴. Un autre symbole de la richesse individuelle et du prestige politique d'un Etat: le cheval. Il fut bel et bien apprécié des cours princières et considéré comme le meilleur cadeau que l'on puisse offrir à un souverain reste, encore aujourd'hui, un pur-sang arabe. Marrakech avait ses haras qui abritaient des purs sang syriens que montaient les cavaliers du Makhzen⁵.

¹ Ibid.

² Clot, André, 1986, Haroun Al –Rachid et le temps des milles et une nuit, Paris, Fayard, p.239.

³ Chebel, Malek, 1999, Traité du raffinement, Paris, Payot, p.171.

⁴ Lipovetsky, Gilles, op. Cit. p. 37.

⁵ Mauclair, Camille, 1933, Marrakech. Trente planches en couleur d'après les tableaux de Mathilde Arbey, Paris, Henri Laurens, p.122.

Le passé seigneurial de Marrakech empreint de raffinement, témoigne d'un train de vie luxueux où le luxe caractérisait pratiques et rituels. La table est une culture en soi, avec ses disciplines de goût, ses maîtres, ses courtisans, ses convives et ses critiques¹.

Marrakech peut s'enorgueillir d'avoir une cuisine des plus raffinées et un service à table des plus distingués. Henri de la Martinière nous fit part de la cérémonie du repas chez un seigneur²: " ...sur un signe du Pacha qui a pris place à nos côtés, des négresses stylées passent le bassin grillagé pour les ablutions qui précèdent le repas et voici que s'avance traversant la cour d'honneur une théorie de serviteurs portant sur leur têtes une surprenante variété de plats. Recouverts d'un couvercle pointu de sparterie brodée aux couleurs éclatantes, les mets se conserveront chauds, on les déposera à la porte de la salle, alignés en rangs serrés, suivant le protocole de la gastronomie marocaine. A Marrakech, la cuisine était plus délicate et il n'était pas rare de payer à prix d'or ne cuisinière de renommée."

Au-delà du clinquant, Marrakech offre un autre luxe qui est plus une manière d'être qu'un objet. Un luxe qui s'identifie tendanciellement à une fête privée, à une fête de sens; un luxe de type inédit; un luxe émotionnel, expérientiel, psychologisé, substituant la primauté des sensations intimes à celle de la théâtralité sociale³.

Marrakech procure ce sentiment de bien-être, ses qualités climatiques exceptionnellement associées font d'elle " la capitale de la lumière" selon Georges Duhamel⁴. A Marrakech, on peut s'offrir le luxe de se baigner en

¹ Chebel, Malek, Op. Cit, p.183.

² La Martinière, Henri de, 1918, Souvenirs du Maroc, voyages et missions, 1882-1918, Paris, Plon, p.229.

³ Lipovetsky, Gilles, Op. Cit, p.60-61.

⁴ Ghanem Benkirane, Narjess, 1996, Marrakech, demeures et jardins secrets, Paris, ACR Edition, p.80.

plein air et de skier dans l'Atlas en hiver. Le professeur Besançon¹, déjà en 1935 mesurant la lumière à Marrakech le jour de l'An à 10 heures du matin trouva qu'elle équivalait à celle de Biarritz à midi au mois d'Août. On peut parler de l'effet Marrakech, de Marrakech comme effet rare dont la nature est un magnifique écrin.

D'après Gilles Lipovetsky: « *Si en tant qu'emblème de beauté, de bon goût, de raffinement, on a souvent rattaché le luxe aux plaisirs des cinq sens², le luxe est aussi indissociable d'un autre sens, un sens non matérialiste, si constitutif de la nature humaine qu'on peut le considérer comme le sixième sens: celui qui est relatif au temps.* »

Et Marrakech est une ville d'ailleurs, hors du temps, d'un Orient imaginaire.

C'est un ailleurs évoquant l'exotisme. Cet exotisme que découvrit Delacroix en 1832 en accompagnant le Comte de Mornay ³ dans une mission auprès du Sultan du Maroc, ce même exotisme dont Baudelaire était totalement imprégné et qui fit que la passion pour le pays du soleil couchant avait gagné la Sage Europe.

Marrakech est cet ailleurs qui marque la rupture avec le désert par ses oasis verts, son ciel bleu et ses sommets enneigés, comme le décrit Michel Franck « *C'est aussi un ailleurs qui peut naître du choc visuel éprouvé en face des sites, des paysages ou plus largement face à des univers diversement en rupture avec les références esthétiques qui définissent la vision du monde, cet ailleurs que l'on rencontre et qui ouvre sur une expérience extatique du grec "ekstatikos: qui est hors de soi"*⁴.

¹ Ibid.

² Lipovetsky, Gilles, Op. Cit, p. 96.

³ Alvarez, José, Op.Cit p. 7.

⁴ Franck, Michel, 2005, Désirs d'Ailleurs: Essai d'anthropologie des voyages, Laval Presses Université.

Le luxe: entre être et paraître.

La définition du luxe est très subjective. Le Robert¹ historique rappelle que le terme latin "Luxus" a d'abord signifié: " *le fait de pousser avec excès*", on parle ainsi de "Luxuria" ou forêt luxuriante, c'est-à-dire l'excès, le clinquant, le rare, l'extrême. D'ailleurs, pour Cicéron² le luxe est associé aux fastes, à l'excès et à la débauche. Il y a aussi le terme "*lux*" ou lumière, le luxe pourrait ainsi dire rayonnement, goût, éclairage, élégance. Le luxe est différence. C'est aussi une véritable industrie, faisant appel à la création et au génie. Le luxe est un acte patrimonial que l'interchangeabilité, la banalisation et la consommation détruisent. Le luxe est plutôt signe qu'objet, il se manifeste dans tout ce qui est rare, tout ce qui n'est ni commun ni courant.

Le luxe peut être du "*sur soi*" comme il peut être du "*chez soi*". Le luxe peut également être une marque d'identité, le luxe devient dans ce cas l'attribut du rang, un désir de distinction, d'appartenance à un rang social élevé. André Daguin³ propose une toute autre définition du luxe: " *le luxe ne se définirait-il pas en négatif? Le luxe ne serait-il pas absence plutôt qu'accumulation?*"

En effet, les définitions foisonnent, et cette subjectivité est à l'origine de controverse entre les uns et les autres. Entre l'Orient et l'Occident, le luxe est sûrement pensé différemment.

Le luxe dans la pensée occidentale

Le luxe a eu à travers l'histoire ses partisans et ses détracteurs. Entre condamnation et éloge, on note ascétisme et frugalité des uns et aspiration à la démesure et au raffinement des autres.

¹ Le Robert Historique

² Castarède, Jean, 2003, Le luxe, Paris, PUF, p.7.

³ Daguin, André, 1995, Tourisme de luxe in Cahiers Espaces, n° 40, Les Matelles, Editions Espaces, p.13.

Si Rousseau condamne le luxe et la prédilection pour le raffinement, pour Voltaire: " *le luxe, ce superflu est chose très nécessaire* " et le commerçant, pourvoyeur de luxe et d'abondance, est pensé comme le nouveau " *chevalier des temps modernes*"¹ qui vulgarise les aspirations cosmopolitiques.

Au-delà de la magnificence et du paraître, il y a l'être et le bien-être. Selon Lipovetsky: « *Il y a une conception hédoniste qui prône comme valeur absolue le bien-être est encore de notre temps*² ». L'art de vivre qui accompagne le luxe n'est plus une convention de classe, il est théâtre pour mieux goûter les plaisirs des sens, et mieux sensualiser le rapport aux choses.

Le luxe, disait un bénédictin, est la seule chose indispensable à la vie: les formes qu'il peut prendre sont diverses et inattendues. Le luxe peut s'étendre de l'ostentatoire à l'émotionnel. Tout s'oppose et tout peut concourir au luxe.

T. Veblen³ fut l'un des premiers auteurs à s'intéresser à l'évolution du loisir. Son ouvrage sur la classe de loisir, écrit en 1889, est un classique dans la discipline, c'est d'ailleurs le premier travail théorique consacré exclusivement au loisir.

T. Veblen constate que le loisir n'est plus un état dépendant de la naissance, la caste oisive des aristocrates a vécu et se retrouve remplacée par une autre catégorie sociale, la classe bourgeoise du 19^{ème} siècle. Ces nouveaux maîtres malgré leur idéologie qui fait du travail la valeur centrale du nouveau système social, ne rêvent que d'une chose: imiter les anciens aristocrates. C'est à travers le loisir qu'ils pensent y parvenir, en donnant

¹ Savary, Jaques, 1675, Le parfait négociant, Paris, Louis Bellaine, 324p.

² Lipovetsky, Gilles, 2003, Le Luxe éternel: De l'âge du sacré au temps des marques, Paris, Gallimard,

³ Veblen, Thorstein, 1970, Théorie de la classe de loisir, Paris, Gallimard.

les gages de leur nouveau statut. Le loisir, c'est d'abord une consommation de temps ; les bourgeois s'affichent en toute occasion pour démontrer leur inactivité dans une sorte de dépense ostentatoire et de gaspillage de temps. Ils s'adonnent à une consommation effrénée d'objets de luxe ou d'objets inutiles, qui ne valent que par le prix qu'ils ont été payés. Le bourgeois ne consomme pas pour lui-même mais pour montrer aux yeux de tous ce que son nouveau statut lui permet d'obtenir. Le loisir et la consommation ostentatoire deviennent un symbole de classe, un signe de distinction sociale.

D'ailleurs, selon Pierre Bourdieu¹, les styles de vie étaient orchestrés par l'opposition des "*Goût de luxe*" en vigueur dans les classes riches et des "*goûts de nécessité*" caractéristiques des classes populaires. Aux unes le raffinement et la distance aux simples plaisirs des sens, les emblèmes électifs, les gratuités et les "*manières*", transfigurant les contraintes objectives en préférences et conduisant à choisir systématiquement le pratique, le simple, le nécessaire.

Veblen parle aussi des manières qui sont en partie le raffinement du geste, et en partie, la survivance, symbolique et stylisée, d'anciens actes de domination, de service personnel ou de contact personnel. En partie, elles expriment en symbole un rapport de rang à rang, par une pantomime d'autorité et de soumission.

Avoir de nombreuses femmes est la preuve incontestable de la richesse de même que les esclaves qui servent la personne de leur maître. La raison d'être des esclaves et des serviteurs est de témoigner que leur maître peut payer. Le besoin d'un loisir par procuration, c'est-à-dire d'une consommation visible de services, voilà ce qui pousse les bourgeois à s'entourer de domestiques. Faire ressortir sa consommation d'articles de valeur, c'est un atout d'honorabilité pour l'homme de loisir. A mesure que

¹ Bourdieu, Pierre, 1979, la distinction, Paris, Ed. de Minuit, pp. 198-230.

la richesse s'accumule dans les mains du riche, il ne suffira plus de ses seuls efforts pour étaler son opulence. Il lui faut aussi offrir des cadeaux précieux, donner à grands frais festins et divertissements, des divertissements somptueux, tels le potlatch ou le bal, sont particulièrement appropriés à ce dessin. Afin d'en imposer aux observateurs de passage et de préserver sous leurs regards la satisfaction que l'on a de soi, il faudrait tracer la signature de sa puissance pécuniaire en grosses lettres, assez grosses pour qu'on pût les lire en courant. On comprend donc la tendance à valoriser la consommation plutôt que le loisir. Il se peut qu'un stimulant plus immédiat et plus contraignant pousse l'individu à se faire une réputation d'oisif: obligations sociales, arts, golfs etc. Il arrive souvent qu'un élément du train de vie commence par n'être qu'argent jeté par la fenêtre, et finisse par se percevoir comme nécessité vitale exemple: tapis, argenterie, service d'un maître d'hôtel.

La plus ordinaire des dépenses repose sur une coutume: elle ressortit au gaspillage pour autant que cette coutume remonte à la manie de rabaisser autrui par comparaison pécuniaire. Le luxe est véritablement l'apanage de la supériorité¹. Il faut au luxe une cour. Dans ce sens, Max Weber et Norbert Elias² ont souligné que dans les sociétés aristocratiques, le luxe n'est pas quelque chose de superflu, il est une nécessité absolue de représentation découlant de l'ordre social inégalitaire. A partir de la fin du Moyen Age et de la Renaissance, enfermée dans le cercle de la cour, la noblesse se transforme en classe de représentation et de jeu. Promotion du paraître qu'illustreront la vie du courtisan mais aussi des styles de luxe plus décoratifs, plus ludiques, empreints de superfluité. La noblesse traditionnelle se trouve concurrencée sur le plan des signes de richesse, par les grands bourgeois anoblis.

¹ Castarède, Jean. 1992, Le luxe, Paris, PUF, p. 11.

² Lipovetsky, Gilles, Op. Cit.

Le luxe a toujours été un appel à la considération, c'est le roi qui lance la mode. Le snobisme, le désir de briller, la recherche de la distinction sociale par les signes démonstratifs, tout cela persiste malgré l'émergence et le développement de la culture démocratique et marchande. La passion du luxe n'est pas exclusivement alimentée par le désir d'être admiré, de susciter l'envie, d'être reconnu par l'autre, elle est aussi sous-tendue par le désir de s'admirer soi-même, de jouir de soi-même et d'une image élitiste. On frôle une dimension de type narcissique qui est devenue dominante. La réduction du poids du jugement de l'autre qui accompagne le néo-narcissisme contemporain ne signifie pas celle de l'importance du rapport de soi-même aux autres. Les motivations élitistes demeurent mais elles sont moins fondées sur les visées d'honorabilité et d'ostentation sociale que sur le sentiment de la distance, de la jouissance, de la différence procurée par les consommations rares et l'écart qu'elles creusent avec le commun. Les sentiments élitistes, l'exigence de se comparer avantageusement aux autres n'ont rien de nouveau, mais ils se recomposent aujourd'hui à partir de la logique même du néo-individualisme, plus pour soi qu'en de l'estime de l'autre. C'est pourquoi on peut dire que le luxe est différence. L'artifice, la parure et les signes visibles n'ont pas disparu mais de nouvelles orientations sont apparues qui témoignent du recul des symboles honorifiques au profit d'attentes centrées sur le vécu immédiat, la santé, le corps, le mieux-être subjectif. Désormais, il ne s'agit plus seulement d'"épater la galerie" mais aussi de vivre des "expériences" inédites, de se faire plaisir, d'accéder à des moments privilégiés. Aux compétitions statutaires succède une consommation distanciée, ludique, sans défi ni réel enjeu symbolique.

« Le luxe n'est pleinement lui-même que lorsqu'il parvient à s'élever au rang de légende, lorsqu'il réussit à constituer en mythe "intemporel" les objets périssables de la consommation et du fait de son rapport à la continuité et au "hors temps", le luxe d'aujourd'hui n'est pas sans analogie

avec la pensée mythique immémoriale»¹. Aux Etats-Unis, un pays pourtant édifié à partir d'une éthique laborieuse et puritaine, on est arrivé à intégrer ainsi la consommation des produits de luxe comme une composante essentielle de la validation du projet social. C'est aussi une poursuite, une recherche de quelque chose.

"Notre pays a été fondé par des gens à la recherche de quelque chose de mieux. Pour cela ils traversèrent un océan. Puis ils voulaient encore quelque chose de mieux et allèrent vers l'Ouest. Qu'on l'appelle plaisir ou qu'on le définisse en terme de luxe, nous serons toujours à la recherche de quelque chose de mieux dans la vie, le prochain filon."² Le luxe, toujours, est représenté par la culture comme un des principaux témoins du processus de civilisation, que ce soit pour montrer l'état d'accomplissement de l'époque ou pour fustiger sa décadence³. La manière historique de manipulation des signes du luxe est évidemment leur accumulation, le luxe étant ici représenté dans sa fonction originelle d'éblouissement. Dans *The Great Gatsby*, Le Héros de Scott Fitzgerald, n'a de cesse d'accumuler autour de lui tous les signes du luxe à la poursuite d'une logique ostentatoire que l'Amérique d'aujourd'hui véhicule toujours largement. Gatsby bâtit autour de lui un luxe extravagant seulement destiné, non pas à en jouir mais à certifier à ses propres yeux comme à ceux d'autrui l'appartenance à un monde. Gatsby est une fête de signes de luxe qui ne sont rien que des signes.

C'est un monde qui n'a d'autres sens que d'être une image. L'Amérique étant le pays de la richesse et parfois de la démesure des

¹ Lipovetsky, Gilles, Op .Cit, p.94.

² Biemesderfer, Susan C, 2002, "Whatever Makes Us Happy", the Washington Post. Washington 10 juillet 1998, in la revue française du marketing, n° 187/2, Paris, Adetem, p. 50.

³ Remaury, Bruno, 2002, Luxe et identité culturelle américaine, in la revue française du marketing, n° 187 /2, Paris, Adetem, p. 51.

signes, quoi d'étonnant dans ces conditions que les différentes dimensions de l'imaginaire du luxe n'y soient pas représentées à leur paroxysme.

On ne peut rien comprendre au comportement luxueux, si l'on ne sait pas qu'il est d'abord une tentative de fuite du quotidien, un essai de sublimer son existence par des voluptés raffinées, par des plaisirs construits, une volonté délibérée de dépasser les conventions et les barrières que la société impose à l'homme.¹

Le luxe dans la pensée orientale

Nous abordons ici le luxe dans la pensée orientale ou arabo-musulmane. Le luxe est considéré comme authentifiant le destin du raffiné. La notion de luxe est une constante de l'ethnographie des voyageurs, des polygraphes et des historiens. Car un groupe social qui reçoit l'étranger veut surtout l'impressionner par le cumul de richesses, le confort matériel et le luxe avant de l'introduire dans des strates plus subtiles. D'entrée de jeux, curieux et voyeurs sont placés devant *"la préciosité des usages, la finesse de la vaisselle, l'aménagement des salons, la beauté des frises, l'alignement des roseraies, l'équilibre des colonnettes dans le patio, le fini de l'ameublement, la splendeur des tissus et jusqu'à la qualité des tables qu'on dresse pour honorer tel ou tel visiteur"*².

Selon Ibn Khaldoun: « *Le pouvoir royal apparaît avec despotisme et sa culture sédentaire portée vers le raffinement. Ses dignitaires adoptent des habitudes de "sophistications". Noyés dans le bien-être et le luxe, leurs habitudes et leurs besoins se diversifient* »³.

Il faut rappeler que l'ostentation et le plaisir d'exhiber ses *"bonnes manières"* aux autres sont souvent plus déterminants que l'ascèse préalable

¹ Colonna d'Istria, Robert, 2006, L'art du luxe. Ed. Transbordeurs, p.19.

² Chebel, Malek. Le traité du raffinement. Op. Cit

³ Ibn Khaldoun, 1997, Discours sur l'histoire universelle, Paris, Ed. Sindibad Actes Sud, 1132 p.

qui les génère. Une telle conduite existe partout, dans la mesure où la complaisance narcissique du pseudo raffiné se limite souvent au simple " *m'as-tu vu* " qu'imposent les mondanités du moment. La distinction était un atout et un signe de reconnaissance. Elle renvoyait aussi bien à la richesse matérielle qu'à la manière d'en user. La discrétion relevait elle-même d'un comportement seigneurial. On peut dire en effet, avec Cicéron, que " *ce n'est pas par ses revenus qu'il faut estimer la fortune de quelqu'un, mais par ses habitudes et son genre de vie*"¹

Le raffinement est un cumul équilibré entre deux forces actives, l'aisance matérielle d'une part, la politique de bien-être pratiquée par tel ou tel protagoniste d'autre part. Le raffinement se présente dès l'abord comme un *codex humanae* complexe dans lequel se complaisent des élites aussitôt imitées par de pauvres êtres fascinés par leur allant et leur naturel. Le raffinement est l'intelligence d'une époque, son emblème. C'est une polyphonie des sens dont l'équilibre est porté à son plus haut point.

Dans son vocabulaire d'esthétique, au mot " *raffinement/raffiné*", Etienne Souriau donne la définition suivante: " *au sens figuré, seul utilisé par l'esthétique, on qualifie de raffiné ce qui, dans une œuvre d'art, est soigné, délicat, élégant et jouant sur des nuances subtilisées*"² On peut introduire une nuance importante: le raffinement ne peut se voir ramené au luxe, encore moins à la richesse, à laquelle il s'oppose presque aussi véhémentement que le sucre au sel. Le premier est une disposition mentale qui peut se passer de tous les signes d'ostentation, un combat intérieur livré à ses propres passions; la seconde vise à se fondre dans la démonstration et le lucre. Richesse sans raffinement serait comme un dictionnaire de langue entre les mains d'un analphabète.

¹ Cicéron, 2002, *Les Paradoxes des Stoïciens*, VI, Paris, Les Belles Lettres.

² Souriau, Etienne, 2010, *Vocabulaire d'esthétique*, Paris, PUF.

Aux yeux de générations entières d'hommes et de femmes plus ou moins nantis oisifs et cultivés, le raffinement a été une mystique sociale élaborée, un code d'honneur et une clef d'entrée dans un univers surchargé de signes.

Le luxe est associé au rêve, et à l'imagination ; c'est une schizophrénie ambiante entre l'être et l'avoir. La définition du luxe peut être autre qu'économique ou matérielle, elle peut avoir trait à l'exception, à la discrétion, au savoir-faire, à l'immatériel.

Luxe et patrimoine

Quand on associe la notion de prestige souvent à un lieu, c'est qu'au-delà du luxe, on s'appuie davantage sur une histoire. D'ailleurs, la culture du luxe rappelle le passé et impose la continuité faisant de l'histoire un capital, et un atout pour l'image. Le patrimoine dans le luxe renvoie à un contenu "sensible" qui se situe du côté de la mémoire collective et évolue dans l'imaginaire de chacun, sans ne jamais appartenir à personne. Le patrimoine tire sa richesse de sa relation privilégiée au temps. C'est là qu'il puise sa valeur ajoutée: plus le temps passe, plus elle est grande. Le patrimoine ne doit pas être regardé comme un vestige, mais comme une donnée profondément vivante du seul fait qu'elle est transmissible. Le patrimoine est porteur d'un sens qui tire sa permanence de ce qu'il est transmissible.

Enfin, l'univers du luxe s'articule autour de deux axes: la tradition et l'imaginaire. La tradition, en ce qu'elle est porteuse d'un héritage de méthodes, de savoir-faire et de bon goût. L'imaginaire est la part de rêve contenue dans ce que le luxe a d'inaccessible ou d'impossible, qui fait vagabonder les esprits et excite l'imagination.

Le luxe à Marrakech: ses formes et ses états

A Marrakech, le luxe est présent, passé et futur. On peut parler d'un luxe protéiforme, un luxe qui peut être simple, sans paillette, simplement l'expression d'une sensation de bien-être dans un univers authentique et réel, l'association du rêve et du réel, de l'authentique et de l'imaginaire. Marrakech offre ce luxe dans la mesure où elle procure du temps pour soi, un confort plus ouaté et une certaine qualité du quotidien. Cette qualité de vie qui fut une évidence pour une classe privilégiée, il y a quelques décennies, est aujourd'hui un luxe parce qu'elle est rare, et inversement proportionnelle à la réussite sociale. Les nouveaux désirs sont centrés sur soi, le luxe est un moment plus qu'une possession. Or Marrakech n'exclut pas ce côté ostentation et montre qui caractérise le luxe. Les riads, symbole du faste de l'empire, témoins d'un passé empreint d'abondance et de raffinement, accueille ceux qui sont à la quête d'un luxe authentique. Dans ces riads, on peut s'offrir une vie de seigneur car le luxe d'abord est un état d'esprit et c'est l'imaginaire qui règne autour qu'il faut prendre en considération. Toutefois, l'aspect réel, matériel du luxe est présent à Marrakech. La beauté des riads, des jardins, des intérieurs, n'est autre que le fruit du génie et de la création, deux composantes essentielles du luxe. L'art de vivre raffiné à l'intérieur des riads fait le bonheur de ceux qui sont à la recherche d'un luxe discret aussi bien que ceux qui riches, oisifs et qui même blasés, n'ont pas d'autre occupation que de courir à la piste d'un luxe à paillettes, à la Great Gatsby. Pour les uns et les autres, la cité impériale est un cadre parfait. Mais c'est aussi un Orient imaginaire qui séduit tous ceux qui en rêvent. D'ailleurs, Marrakech a toujours suscité la curiosité et même une certaine passion chez tous ceux que l'Orient fascine.

Le mouvement orientaliste: un certain regard de l'occident

Paré des vives couleurs de l'exotisme, lieu de mystères impénétrables, l'Orient fascine et trouble l'Europe depuis longtemps. L'orientalisme dans

les œuvres d'art, de poésie, de littérature et de récits de voyage, véhicule cet imaginaire dans lequel l'Occident est plongé depuis plus de quatre siècles.

En 1829, Victor Hugo note dans la préface des Orientales que *"l'Orient est devenu une préoccupation générale"*¹. Bien avant, en 1811, Chateaubriand publie *« l'itinéraire de Paris à Jérusalem »* dans lequel il décrit tout son voyage en Terre sainte. Ainsi, l'orientalisme ne désigne pas un style mais un climat qui apparaît au 17^{ème} siècle et se développe dans la peinture française aux 18^{ème} et 19^{ème} siècles. Le célèbre *"mamamouchi"* du Bourgeois Gentilhomme de Molière lance la mode des turqueries. Après viennent la sultanes et les mouffis de convention qu'on voit tant au théâtre que dans la peinture galante de l'époque du règne de Louis XV.

Ce mouvement connaît une évolution importante au 19^{ème} siècle. Ce sont les événements politiques et les transformations économiques qui entraîneront un nouveau regard sur l'Orient. Cet Orient qui au départ séduisit Napoléon et rêvant de rééditer les exploits d'Alexandre le grand, mène sa campagne d'Egypte et débarque à Aboukir le 1^{er} Juillet 1798. Une aile savante rassemblant savante et artiste faisait partie du convoi. L'occupation française en Egypte inspire des œuvres célèbres comme *"Bonaparte visitant les pestiférés de Jaffa"* d'Antoine –Jean Gros (1804, musée du Louvre).

Après, il y a la guerre de libération de la Grèce. Entre 1821 et 1830, cette lutte inspire et émeut les artistes libéraux. Le poète anglais Lord Byron y trouva la mort en symbole du héros romantique d'une guerre à laquelle fait explicitement référence l'une des plus célèbres œuvres de Delacroix, *Scènes de massacres de Scio* (1824, Musée du Louvre).

Enfin, en 1830, les français mènent leur conquête en Algérie à partir de 1830. L'établissement progressif de colons français renforce l'intérêt et

¹ Hugo, Victor, 1829, *Les Orientales*, Paris, Charles Gosselin et Hector Bossange.

la curiosité des "*français de la métropole*" pour les paysages et les coutumes de l'Algérie. Certains artistes comme Guillaumet y ont séjourné à plusieurs reprises.

Après le déclin de l'empire ottoman, une part de ses élites a lancé une campagne de modernisation de leurs pays. Mustapha Kemal; Mehemet Ali, tous s'attachent au monde extérieur.

Les récits épiques, les succès des œuvres relatant les hauts faits des armées en Orient, le mystère qui entoure ces peuples aiguissent la soif d'aventure et l'envie de voyager. Alors, le voyage d'Orient devient un must, un voyage initiatique autant qu'une espèce de "*titre de noblesse*".

L'Orient rêvé des romantiques et l'Orient réel des réalistes.

L'Orient séduit les artistes et les écrivains romantiques satisfait leur désir de renouveler leurs modèles et leurs sources d'inspiration. Cet Orient imaginaire a une puissance de dépaysement, une richesse de figures dont ils puisent des thèmes nouveaux. Ils y trouvent aussi l'occasion de peindre avec des couleurs plus vives et plus éclatantes, des effets de lumière plus intenses.

L'Orient des artistes est un Orient imaginaire. Véritable précurseur de l'orientalisme, d'Antoine –Jean Gros n'ayant jamais été en Egypte, offre une première vision de l'Orient aux futurs orientalistes à travers ses œuvres exécutées sur les indications de témoins oculaires. Descamps peint avant son séjour au Proche-Orient (1828–1829) des villes et bâtiments imaginaires, ainsi des personnages turcs.

Delacroix, parti en 1832, traverse le Maghreb où il dessine de très nombreux croquis et aquarelles et élabore quelques-unes de ses toiles les plus célèbres, comme les Femmes d'Alger dans leur appartement (1834, Musée du Louvre). La noblesse d'allure des Arabes lui fait penser qu'ils sortent vivants de l'histoire ancienne.

Chassériau, après un court séjour en Algérie en 1846, s'inspire de manière très libre comme dans le cas de ses nus féminins, qui évoquent un Orient imaginaire et sensuel tout en s'inspirant de modèles parisiens.

Souvent les peintres orientalistes collectionnent armes, tapis et autres objets rares et insolites. Mais ces accessoires sont utilisés au gré de leur fantaisie imaginative.

Or certains artistes confrontés avec l'Orient s'intéressent plus volontiers à sa réalité. Ce sont les artistes du courant réaliste Certains artistes accompagnent même des missions scientifiques, avec le souci de contribuer à fixer la mémoire de cet Orient qui se transforme au contact des Européens. Frappés par l'immensité du désert, des artistes comme Fromentin, Guillaumet ou Tournemine cherchent à rendre compte de la sensation d'infini qui s'en dégage.

Orient: cliché et imaginaire

Selon Edward Saïd¹: « *Pour les poètes, l'Orient était une province personnelle, un domaine où laisser courir leur imaginaire, où projeter leur intériorité. Il était "la forme la plus élevée du romantisme" selon la formule de l'Allemand Friedrich Schlegel* ».

Edward Saïd cite une lettre envoyée en 1843 par Gérard de Nerval (qui écrivit *un voyage en Orient*) à Théophile Gautier: " *Moi, j'ai déjà perdu, royaume à royaume, et province à province, la plus belle moitié de l'univers, et bientôt je ne vais plus savoir où réfugier mes rêves, mais c'est l'Egypte que je regrette le plus d'avoir chassée de mon imagination, pour la loger tristement dans mes souvenirs*"².

L'analyse que fait Edward Said de l'Orientalisme montre bien: « *à quel point l'Orient est, en effet, une création active de l'Occident* »³. Il rappelle

¹ Said, Edward, 1994, L'orientalisme: l'Orient crée par l'Occident, Paris, Seuil.

² Idem

³ Idem.

que l'espace objectif est moins important que la signification dans on le charge. C'est dit-il, ce que montrait Gaston Bachelard dans la poétique de l'espace.

A travers toutes ces œuvres sur l'Orient sans oublier la traduction de certains récits orientaux tel le récit des Mille et une nuit traduit en 1717 par Antoine Galland, on constate que l'espace oriental occupe une place dans l'imaginaire occidental. La culture occidentale, malgré tous les moyens de communication et de voyages, livre à l'Européen une image de l'Orient, une image qu'il continue de vouloir toujours lointaine et mystérieuse.

Que le Maroc soit en Occident, c'est là une vérité géographique. Certes, mais sans intérêt pour le voyageur pressé qui s'apprête à recevoir le monde qui s'offre à lui avec la tentation de plonger dans le mystère.

De fait, le Maroc, qui a nourri depuis longtemps une littérature orientaliste, appartient à l'Orient, même " *L'Espagne, dira Victor Hugo, c'est encore l'Orient* ». Pour le poète, le rêve ne s'embarrasse jamais des réalités immédiates, c'est ainsi que Hugo continuera: « *L'Espagne est à demi-africaine, l'Afrique est à demi-asiatique* »¹. Il y a toujours une représentation imaginaire de l'Autre à travers l'œuvre des artistes, des écrivains et des poètes. D'ailleurs, elle ne concerne pas seulement le Maroc. Oscar Wilde écrit précisément à ce propos: "*l'extraordinaire changement survenu dans le climat de Londres est dû entièrement aux impressionnistes. A présent, les gens voient des brouillards non parce qu'il y en a mais parce que des poètes et des peintres leur ont enseigné la mystérieuse beauté de ses effets*".²

Enfin, à partir de 1830, l'Orient n'est plus province de rêve. Un orientalisme beaucoup plus foisonnant et divers va chercher ses thèmes

¹ Hugo, Victor, les orientales, Op.cit.

² Wilde, Oscar, 1986, Intentions, « Fin de siècle », 10/18, Paris, pp55-56.

dans " l'aventure coloniale". Orientalisme plus friands d'espaces lointains, il donnera libre cours à un style surtout exotique. Et l'Afrique du Nord deviendra, en quelque sorte, le héros même: les déserts, les oasis, les plaines arides, les crépuscules haut en couleur, les soleils implacables, les médinas, les riads, autant de personnage qui nourriront toute une pléthore d'auteurs dont les plus connus restent Maupassant, Alexandre Dumas, Pierre Loti, Montherlant, les frères Tharaud.

Les frères Tharaud, Camille Mauclair ont transmis dans leur récits sur Marrakech, l'image d'un Orient fabuleux, produit d'un imaginaire occidental.

Les peintres A. Mammeri, Mathilde Arbey et Jacques Majorelle ont immortalisé cet Orient imaginaire construit à partir d'images inspirées de la cité impériale sur des toiles témoignant jusqu'à présent du rôle de l'imaginaire dans la construction de l'image.

Conclusion: L'image comme construction de l'imaginaire

Les sciences humaines ont montré le caractère universel de l'imaginaire, elles ont mis en évidence ses fonctions psychologiques et sociales. Les rêveries, les fictions, les mythologies sociales, les utopies, toutes font partie de l'imaginaire et servent parfois à faire des projets ou tiennent lieu de référent culturel à une collectivité; ou parfois même contribuent à cimenter la société ou à la faire changer.

Selon Amirou: « *L'imaginaire, notion relativement floue, est d'abord une "évocation", il n'est pas une connaissance. Ce n'est pas le monde des idées, de l'abstraction, bien qu'il fasse partie du monde des représentations mais celui des images, des symboles et des figures. L'imaginaire fait partie de la traduction non reproductrice, non simplement transposée en image de l'esprit mais créatrice poétique au sens étymologique. Pour évoquer un lieu imaginaire, il faut avoir recours à la littérature ou à l'art. Mais s'il n'occupe qu'une fraction du territoire de la représentation, l'imaginaire le déborde. La fantaisie, au sens fort du mot, entraîne l'imaginaire au-delà de l'intellectuelle*

représentation. Le symbolique est quant à lui, présent lorsqu'il y a renvoi de l'objet considéré à un système de valeurs sous-jacents, historique ou idéal¹ ».

Gilbert Durand², parle d'un parcours anthropologique, un échange continu au niveau de l'imaginaire entre les sensations subjectives propres à chacun et les réalités objectives issues du milieu cosmique et social. Ainsi, toute image a deux pôles: un pôle strictement biologique et anthropologique et un pôle incarné dans une culture, une langue, une civilisation. L'imaginaire serait le trajet anthropologique par lequel le va et vient entre ces deux pôles s'effectue. Il qualifie aussi l'imaginaire de "musée" où se conservent toutes les images provenant du souvenir, du réel, de l'imaginaire ou du rêve.

BIBLIOGRAPHIE:

- Abitbol, Michel, 2009, Histoire du Maroc, Paris, Perrin.
- Alvarez, José, 2003, l'art de vivre à Marrakech, Paris, Flammarion.
- Amirou, Rachid, 1995, Imaginaire touristique et sociabilité du voyage, Paris, PUF.
- Biemesderfer, Susan C, 2002, "Whatever Makes Us Happy", the Washington Post. Washington 10 juillet 1998, in la revue française du marketing, n° 187/2, Paris, Adetem.
- Bourdieu, Pierre, 1979, la distinction, Paris, Ed. de Minuit.
- Castarède, Jean, 1992, Le luxe, Paris, PUF.
- Chebel, Malek, 1999, Traité du raffinement, Paris, Payot.

¹ Amirou, Rachid, 1995, Imaginaire touristique et sociabilité du voyage, Paris, PUF, p31-32.

² Durand, Gilbert, 1963, Les Structures anthropologiques de l'imaginaire: introduction à l'archétypologie générale, Paris, PUF.

- Cicéron, 2002, Les Paradoxes des Stoïciens, VI, Paris, Les Belles Lettres.
- Clot, André, 1986, Haroun Al –Rachid et le temps des milles et une nuit, Paris, Fayard.
- Colonna d'Istria, Robert, 2006, L'art du luxe. Ed. Transbordeurs.
- Daguin, André, 1995, Tourisme de luxe in Cahiers Espaces, n° 40, Les Matelles, Editions Espaces.
- Durand, Gilbert, 1963, Les Structures anthropologiques de l'imaginaire: introduction à l'archétypologie générale, Paris, PUF.
- Espaces de rêve Maroc, 2011, Paris, Gründ.
- Ghanem Benkirane, Narjess, 1996, Marrakech, Demeures et jardins secrets, Paris, ACR Edition.
- Hugo, Victor, 1829, Les Orientales, Paris, Charles Gosselin et Hector Bossange.
- Ibn Khaldoun, 1997, Discours sur l'histoire universelle, Paris, Ed. Sindibad Actes Sud.
- La Martinière, Henri de, 1918, Souvenirs du Maroc, voyages et missions, 1882–1918, Paris, Plon.
- Lipovetsky, Gilles, 2003, Le luxe éternel: de l'âge du sacré au temps des marques, Paris, Gallimard.
- Lugan, Bernard, 2000, Histoire du Maroc: des origines à nos jours. Paris, Ed. Perrin. Critérion.
- Mauclair, Camille, 1933, Marrakech. Trente planches en couleur d'après les tableaux de Mathilde Arbey, Paris, Henri Laurens.
- Paccard, André, 1987, Mamounia. Marrakech. Maroc, Paris, Ed. Atelier.

- Remaury, Bruno, 2002, Luxe et identité culturelle américaine, in la revue française du marketing, n° 187 /2, Paris, Adetem.
- Said, Edward, 1994, L'orientalisme: l'Orient crée par l'Occident, Paris, Seuil.
- Savary, Jaques, 1675, Le parfait négociant, Paris, Louis Bellaine.
- Souriau, Etienne, 2010, Vocabulaire d'esthétique, Paris, PUF.
- Tharaud, JJ, 1996, Marrakech ou les Seigneurs de l'Atlas, Extraits du livre «Maroc, les villes impériales», Paris, Ed. Omnibus.
- Veblen, Thorstein, 1970, Théorie de la classe de loisir, Paris, Gallimard.
- Wilde, Oscar, 1986, Intentions, « Fin de siècle », 10/18, Paris.