



Fatima Mernissi

Sindibad ou cow boy

Deux visions
du monde
opposées



Fatima Mernissi

Sindibad ou cow boy?

Deux visions de monde opposées

Fatima, c'est comme cela que j'aime l'appeler, a essayé sur tous les salons littéraires du monde.

Ses livres étaient des événements libraires au Maroc et à l'étranger.

Lors de ces interventions, Fatima n'est pas femme à emprunter les sentiers battus. C'est une pionnière. Une aventurière dans l'âme. Elle aime défraîchir les sentiers jonchés ou en tracer de nouveaux là où nombreux n'osent pas.

Elle, elle peut le faire.

Elle ose.

C'est son sceau.

Ce moment de grosses turbulences, des nombreuses questions me tarabiscotaient. Tournai en boucle dans ma tête à en avoir le tournis. Je ne m'empressais pas de trouver des réponses. J'avais plaisir à me laisser submerger par mes questionnements.

Au milieu de ce tumulte, je me suis rappelée une réflexion qu'avait faite Fatima Mernissi sur la mondialisation.

Une rapide recherche dans mes archives m'a permis de trouver des informations qui nourrissent des éléments de réponses à mes questions.

1. Cela a démarré en Asturie

Fatima a remporté de nombreux prix et récompenses* saluant son talent, ses créations, son courage et la pertinence de ses recherches. Le mercredi 7 mai 2003, Fatima a été distinguée par le prix espagnol Prince des Asturies des Lettres.

Comme le veut la coutume, Fatima devait faire une élocution devant l'assemblée. Au lieu de sortir ses notes, Fatima s'est dirigé, m'a raconté mon ami Mouhcine Ayouch, vers le podium avec deux photos. Une d'un cow boy, l'autre d'un poème d'Ibn Arabi*.

Avec des deux photos opposées sur tous les plans, Fatima a



réussi à broder une très belle fable moderne sur la mondialisation et sur ses travers et limites.

C'était en 2003!!!

Avec ces deux photos, elle a tenu en haleine son auditoire avec un discours fluide, intelligemment construit et, je le souligne, dérangeant.

À la fin de son discours, Fatima a offert ses deux photos au Prince Filipe d'Espagne.

2. Cela a continué à Francfort

A l'occasion du salon international du livre de Francfort, Allemagne, Fatima a réédité le même exploit en octobre 2004.

Deuxième balle de match.

La fable moderne séduit, interpelle et mé-
duse l'assistance.

Prix remportés

Durant sa riche carrière de sociologue, Fatima a remporté d'importants prix saluant son talent et son oeuvre:

En 2003, prix espagnol Prince d'Asturias

En 2004, prix Erasmus en reconnaissance pour son travail socioculturel impact since the award was dedicated to «Religion and Modernity».

En 2017, Middle East Studies Association a créé le prix Fatima Mernissi Book Award en son honneur pour récompenser les études sur les femmes et le genre.



Escale linguistique

Avant d'aller plus loin, je propose une petite séance définition de deux termes qui seront utilisés dans ce qui suit. À savoir mondialisation et village mondial.

Mondialisation: Elle signifie l'ouverture des économies, la fin des barrières tarifaires et, donc, libre circulation des biens et des personnes. Cette ouverture signifie, aussi, que nos économies sont de plus en plus interdépendantes.

Village planétaire: Il signifie que tous les humains sont devenus interdépendants et proches. Les médias et Internet ont, largement, contribué à l'émergence et à la promotion de ce concept.

Ce détour linguistique est nécessaire pour raccorder nos cordes avant de plonger dans la lecture critique de la mondialisation au prisme de la fable moderne de Sindibad et du cow boy.

3. Rêve d'une communauté

La mondialisation était le sujet d'actualité qui avait accompagné l'avènement du XXI^{ème} siècle.

Au moment où nous vivions les dernières années du XX^{ème} siècle, où nous, tous, étions excités par l'idée du village mondial. Un village sans frontières où les gens peuvent se déplacer LIBREMENT et où ils peuvent commercer EN TOUTE LIBERTÉ.

On était intrigués par les futures autoroutes de l'information*. L'inquiétude du «bug* de l'an 2000» commençait à poindre.

Le stress, fidèle compagnon des phases de transition, faisait son oeuvre. Un monde rêvé libre et libéré nous tenait en haleine.

4. Que dit la fable de Fatima?

Pour son allocution à Asturias et pour son intervention au salon du livre à Francfort, Fatima a choisi un thème à la hauteur de ses engagements et de ses préoccupations: «*La mondialisation: qui l'emportera Sindibad, le marin, ou cow boy, le tireur d'élite?*»

Un pied de nez dans une globosphère où les débats autour de ce sujet ennui plus qu'ils n'éclaircissent. Où des sachants serinent, comme des ventriloques, l'assistance avec les mêmes discours. Où les académiciens sermonnent. Servent les mêmes arguments. Exposent les mêmes avantages.

Où l'assistance est lassée par les pseudo-querelles entre éditocrates. Des vaudevilles médiatiques, où les concernés, nous, étions ballotés entre des discours emphatiques.

La mondialisation était un sujet d'actualité très important. Certes. Mais, l'effort

de réflexion sur le sujet était hypothéqué par l'inertie des orateurs qui s'approprient le discours et la faculté de réfléchir. Les débats étaient creux. Ne titillent plus l'intelligence. Ne suscitent plus réactions. Et encore moins de questionnement.

Les débats étaient plats et insipides. Pour s'en convaincre, une petite ballade sur Google suffit. On y découvre un seul et unique discours formaté et, savamment, emballé pour chaque auditoire. Chaque cible, dit-on en marketing.

Il y a dix-sept ans, Fatima tirait la sonnette d'alarme. Interpelait. Confrontait. Posait des questions. Invitait à en discuter.

Nous challengeait: Quelle mondialisation voulons-nous?

5. Nouveau paradigme Une autre lecture

Au milieu de ce fatras, Fatima arrive telle une colombe. Elle en impose avec un nouvel angle de lecture de la mondialisation. Jamais tenté. Sa stature de sociologue connue et reconnue lui donne la légitimité pour élaborer cette lecture et, surtout, pour poser de nouveaux paradigmes.

Fatima a ce pouvoir que donne le regard méta. A la fois, dedans et dehors. In et out.

Elle est membre de ce village. Mais, elle avait gardé la faculté de porter un regard méta sur ce qui s'y passe.

Cette faculté de remarquer des faits anodins en apparence et sans lien entre eux, comme les chaînes satellitaires, tcharmyl*, les ouvrières du quartier Aïn Sebaa et bien d'autres, de les mettre en lumière, pour ne pas dire en scène, et de les intégrer dans une vue globale. Pour en faire les pièces manquantes du puzzle. De la global picture.

Dans ces faits anodins et sans lien apparent,

elle y voit les prémices d'une évolution future. Elle examine leur signification et leur profondeur. Elle questionne leur soubassement. Et brode avec une nouvelle grille de lecture.

Fatima a cette capacité à percevoir le beau là où les autres sont attirés par les strass. Elle a cette sensibilité de sentir les premiers souffles, là où les autres dénoncent l'inertie. De faire pivoter les regards pour que nous puissions «voir dans nos angles morts». Ceux que l'on rechigne à voir. Que l'on s'évertue à oublier.

C'est cela le courage. Le vrai.

Ce courage qui permet d'élargir notre champ de vision étriqué et d'accueillir celui de l'autre. C'est à ce prix que nous pourrions nous inscrire dans une co-création continue. Que nous pourrions faire un changement paradigmatique.

6. Elle a réussi à les embarquer

Que ce soit à Asturias ou à Francfort, son auditoire était médusé et buvait ses mots pour comprendre comment ce marin fictif de Bagdad du XI^{ème} siècle, un des héros du conte des «Mille et une nuits», et ce tireur d'élite qui avait écumé, pendant trois siècles, sur le far west dans le Nouveau Monde, pourraient expliquer les effets et les conséquences de la mondialisation actuelle.

Ramener Sindibad dix siècles après et le mettre en face du cow boy, vieux de trois siècles, dans une discussion sur la mondialisation au XXI^{ème} siècle était très audacieux et surprenant. Une véritable prouesse intellectuelle, qui n'a de pareille, à ma connaissance.

Seul bémol: Cet angle de lecture pertinent, innovant et audacieux n'a, toutefois, pas trouvé de place dans les media occidentaux.



Un silence assourdissant. Fracassant. Qui, pour moi, est l'expression de la gêne qu'elle a suscitée dans les têtes bien pensantes dans les salles de rédaction et dans celles des éditocrates.

Est-ce le déni de ce qui adviendra? Est-ce la peur de changement?

Toujours est-il, ceux et celles, qui connaissent Fatima, savent qu'elle ne court pas après les couvertures médiatiques. Mais tout de même.

Donc, ceux et celles qui la connaissent n'en sont pas surpris. Fatima a la capacité, que dis-je?, l'intelligence d'ouvrir des voies de réflexion prometteuses là où cette réflexion commence à s'essouffler ou n'existe même pas.

Fatima dérange.

Son audace est, j'aime à le répéter, le témoin de sa vaste culture générale, de son intelligence, de son humanité, de son capital connaissances, de la magie qu'elle sait donner aux mots et de sa grande capacité de discernement.

Cet angle de lecture de la mondialisation est aussi un acte téméraire. Son courage intellectuel est puisé dans ses racines

marocaines et dans son ouverture d'esprit. Rien ne peut décourager cette citoyenne du monde, dont les ouvrages ont été traduits dans une vingtaine de langues, dont des dialectes de l'Inde (voir page 20 - 21).

Cette réflexion est, aussi, le cri de cœur d'une femme fondamentalement humaniste, profondément marocaine et extraordinairement en avance sur son temps.

7. Un discours vrai et authentique

Quand Fatima commence une présentation, on lui fait confiance, dès les premiers instants. Elle sait trouver les mots qui font tilt. Sait convaincre. Sait susciter des questions. Sait rassurer par ses réponses. Et sait autoriser son auditoire à s'interroger. Elle sait, aussi, dire *«je ne sais pas. Mais, réfléchissons ensemble»*.

Lors de ses deux présentations, elle a réussi à embarquer l'assistance avec elle dans un voyage unique à bord d'un aéronef carburant à l'audace pour rencontrer Sindibad et le cow boy. Dans un voyage imprévisible entre deux univers en compagnie de deux symboles de l'Est et de l'Ouest, diamétrale-

ment opposés.

Fatima a su subjuguier l'assistance par la sagacité de ses propos et la logique de sa démarche. Les passagers n'étaient pas incommodés par les incessants va-et-vients entre les deux univers, Sindibad et cow boy. Fatima puise, dans les deux univers, le sens de chaque mondialisation et en abreuve son auditoire.

Elle a réussi ces voyages sans «effets spéciaux», ni surenchères, ni fioritures, ni ressentiment, mais dans le respect, qu'on lui connaît, pour son auditoire à qui elle laisse la liberté de choisir.

Or, ses talents de conteuse et la pertinence de ses propos laissent peu de gens indifférents. Comme Shérazade, Fatima perle son récit d'histoires et de ses observations. Une fable haut en couleurs, témoignant de son courage, de sa curiosité toujours insatiable et de sa capacité à contextualiser les événements.

8. Evènements marquant

J'expose, brièvement, dans cette partie deux événements marquants dans la construction de la mondialisation actuelle: la signature de l'accord de l'OMC à Marrakech et la chute du mur de Berlin.

8.1. D'abord, Marrakech

Le 15 avril 1994, les représentants de 120 pays ont signé, à Marrakech, Maroc, ce qui a été décrit, à l'époque, comme le "plus grand accord commercial de l'histoire".

De cet accord a découlé la création, le 1^{er} janvier 1995, de l'OMC¹, Organisation Mondiale du Commerce, le gendarme, chargé de veiller sur la libéralisation du commerce des marchandises et des services, la protection des droits de propriété intellectuelle et le

règlement des différends commerciaux.

Cet accord est le fruit des négociations du Cycle d'Uruguay menées de 1986 à 1994. Il a abouti à la signature de plus de 60 accords et décisions, totalisant 550 pages.

Bonne lecture.

L'OMC compte, aujourd'hui, 164 pays membres représentant 98% du commerce mondial.

8.2. Il y a, aussi, Berlin

La nuit du 9 novembre 1989, le monde entier avait assisté, euphorique et médusé, à la chute du mur de Berlin*, qui avait, pendant 30 longues années, séparé l'Allemagne en RFA et RDA*. Ce fut une nuit de réconciliation, de retrouvaille et de victoire. Une nuit inoubliable!

Tout un symbole!!!

Cette chute est la conséquence naturelle des réformes menées par l'ex-président soviétique, Mikhaïl Gorbatchev, au nom de la pérétsroïka et de la glanost*.

La chute de ce mur avait, énormément, servi la propagande pro-mondialisation. Cet événement sonnait, certes, le glas de la scission de l'Allemagne. De la fin d'une frontière. Et d'un monde bipolaire. Mais, nombreux ont cru qu'il augurait, également, le début d'une nouvelle ère.

Rapidement, les raccourcis ont fait le reste. La chute du mur de Berlin a été récupérée par les promoteurs de la mondialisation

** Ce mur était aussi appelé «Mur de la honte» pour les Allemands de l'Ouest et «Mur de protection anti-fasciste» pour les Allemands de l'Est.*

RDA: République démocratique d'Allemagne - Allemagne de l'Est

RFA: République fédérale d'Allemagne - Allemagne de l'Ouest

Glanost et Pérétsroïka: littéralement transparence et restructuration économique

PAUSE:

MEXIQUE : UN PAYS COLONISÉ PAR « COCA-COLA »

Le Mexique est le 1^{er} pays consommateur de Coca-Cola dans le monde et représente à lui seul 40% des ventes de la marque en Amérique du Sud.

En 1994, la signature de l'ALENA, le traité de libre-échange entre le Canada, les États-Unis et le Mexique, offre une occasion à la multinationale Coca-Cola de s'implanter sur le continent Sud-Américain. Depuis, son importance ne cesse de croître sur le territoire mexicain, entraînant de lourdes conséquences pour la population: diabète, obésité, hypertension. La production de cette boisson sucrée pétillante, très gourmande en eau, contribue à assécher les nappes phréatiques.



Au Mexique, le coca est devenue une boisson sacrée

Au village de San Juan Chamula, les habitants considèrent la boisson comme sacrée. Elle permettrait d'exorciser les démons intérieurs, en rotant. Elle est consommée durant toutes cérémonies de guérison, de baptême, de naissance, de mariage.

Le fait qu'elle pétille, la sensation de coup de fouet après l'avoir bue les a amenés à considérer qu'elle les rend plus fort.

Stratégie menée par Coca pour s'imposer au Chiapas

C'est l'un des états les plus pauvres au Sud du Mexique. Coca-Cola y est moins cher. La firme a colonisé la région en installant à San Cristobal une de ses plus grandes usines et en créant des zones de distribution qui dessert les régions les plus reculées.

Des grands problèmes de santé

Au Mexique 70% de la population est en surpoids.

D'après certaines estimations, la prochaine génération mourrait avant 30 ans à cause de la consommation de Coca-Cola, car les taux de diabète, d'hypertension et le nombre de maladies cardiaques augmentent. Les enfants sont biberonnés au Coca, avant même d'avoir des dents.

Sources asséchées

Les politiques publiques pour assainir les réseaux d'eau sont totalement inexistantes, ce qui se traduit par une absence d'eau potable

dans les régions reculées. Au Chiapas, il y a une réserve aquifère au pied du volcan Huitepec mais l'usine Coca-Cola s'y est installée pour puiser le plus possible, elle est en effet très gourmande : pour 1L de Coca, il faut 6L d'eau. Ils ont reçu l'autorisation de la Commission Nationale de l'Eau pour pomper 500 millions de litres d'eau par an !

Cela assèche les villages alentour, ceux raccordés au réseau n'ont plus rien au robinet et ceux habitués à vivre de l'eau des puits les voient se vider de plus en plus.

D'après:

<https://www.publicsenat.fr/article/societe/mexique-un-pays-colonise-par-coca-cola-75712>

et associée à la disparition des frontières pour développer le commerce mondial. Les images de joie et de bonheur des Allemands qui peuvent, enfin, traverser ce corridor, qui les avait séparés, ont marqué l'imaginaire de millions de personnes qui avaient cru en les promesses d'une mondialisation bienfaitrice.

Le mur de Berlin a disparu*. Mais, le mur de l'appât, lui, reste immuable et indécrutable, plus fort, plus arrogant que jamais.

Jusqu'à quand?

9. Mondialisation, parlons-en

Après une courte période d'euphorie après l'entrée en vigueur de l'OMC, le retour à la réalité a été dure. Le miroir aux alouettes a cédé la place à un tohu-bohu de désillusions. Au portrait de Dorian Gray.

Ces désillusions laissent amer.

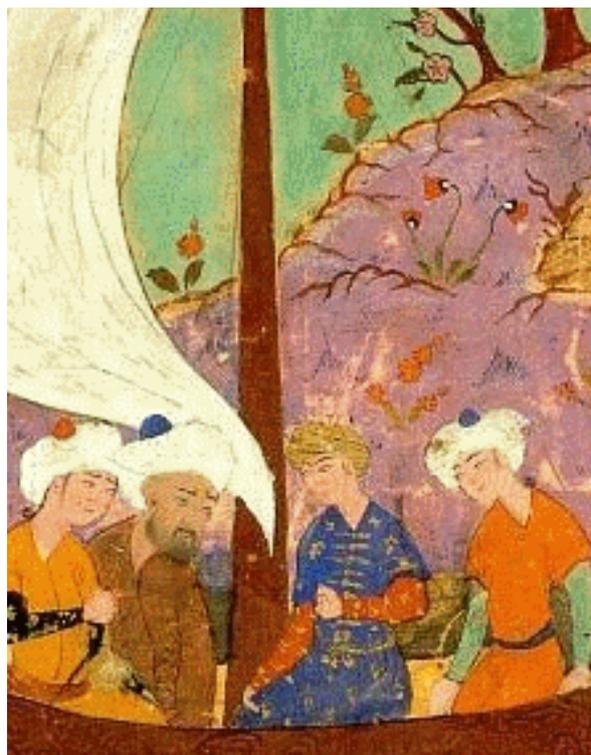
1^{ère} désillusion : Tout n'est pas «mondialisable»

La mondialisation s'avère sélective! Il est passé où, alors, le village mondial tant chanté par les promoteurs de la mondialisation?

Tout le monde n'a pas sa place au banquet de la mondialisation.

Quand j'ai été étudiante en sciences économiques, à l'université Hassan II au début des années 80, j'avais rejeté, en bloc, la théorie de Malthus (voir annexe*) stipulant que certaines personnes «n'ont pas de couvert sur le banquet de la nature».

Cet évènement avait galvanisé l'imaginaire collectif mondial. Certaines personnes, n'ayant pas pu assister à la chute, avaient acheté, aux enchères, des morceaux de pierres de ce mur. Et tout récemment, encore des morceaux de pierre ont été vendus sur ebay.



Quand on me sort cela vingt ans après, ma révolusion est, toujours, intacte, mais doublée par ma colère de s'être, encore une fois, laissé prendre les pieds au piège.

Pourtant, des études, dont on parle trop peu, établissent que Mère Terre peut nourrir la population mondiale, à une seule et unique condition: changer de paradigme. Passer de «faire du business avec l'agriculture» à «faire de l'agriculture pour nourrir la population mondiale».

Le premier vise à obtenir le maximum de profit. Le second à assurer la nourriture pour tous les êtres humains. Je souligne: on peut gagner de l'argent avec ce deuxième paradigme. Mais, la vision l'accompagnant change complètement: ce n'est pas le gain qui prime, c'est le droit à l'alimentation qui prime.

2^{ème} désillusion : Mondialisation aliénée

La mondialisation accorde des faveurs supplémentaires aux riches et néglige, quand elle n'appauvrit pas davantage les pauvres. Aux premiers, la mondialisation est atten-

tive et clémente. Aux seconds, elle est dédaigneuse et oublieuse.

Aux premiers, elle s'occupe d'eux et anticipe leurs attentes. Aux seconds, elle leur fait la sourde oreille ou offre, dans le meilleur des cas, des ersatz (Lire «Le Niger, malade de son uranium»).

3^{ème} désillusion : Relations déséquilibrées

La mondialisation est bienveillante envers ceux qui en ont. Et parcimonieuse vis-à-vis de ceux qui n'en ont pas.

Drôle de mondialisation!

Les accords de libre-échange, ALE, produits séduisants de la mondialisation, conclus par les grandes puissances (Union Européenne et Etats-Unis) avec des pays de l'autre monde, ne sont pas équitables.

Or, dans un village règnent la concorde et la sécurité.

La concorde suppose l'union des volontés et le dialogue entre les parties prenantes. Le dialogue suppose la parité pour préserver l'entente cordiale. Or, cela n'a jamais été le cas, lors des négociations des ALE.

Ces ALE étaient, surtout, des diktats. Ainsi va le mondialisation.

Que peut-on espérer d'une négociation entre un gagnant, de facto, et un perdant, de facto? Entre un Occident arrogant et l'autre monde à genoux?

Pour faire bonne figure, nos pays de l'autre monde font, après la signature de ces accords, des discours emphatiques rappelant leur micro-victoires. Ca sauve l'honneur.

Tout compte fait, rien n'a changé, finalement. Pire, la mondialisation a fait sauter les derniers verrous qui protégeaient les économies faibles. Elle a fragilisé des économies déjà en difficulté.

PAUSE:

LE NIGER, MALADE DE SON URANIUM

« 30% de l'uranium extrait par Areva provient du Niger. Mais à quel prix? »

Lauréat du prix international Nuclear Free Future Award 2017, Almoustapha Alhacen mène un combat depuis 2002 pour la reconnaissance des conséquences environnementales et sanitaires de l'exploitation des mines d'Arlit.

Fondateur et président de l'ONG Aghir In'man, il reproche à Areva, qui exploite ces mines depuis les années 70 dans le Nord du pays, le manque de transparence sur l'impact de leurs activités sur les populations locales. Il dénonce le nombre de maladies qui touchent les habitants du Nord et les animaux.

Après quarante ans d'extraction, Arlit ressemble à des ruines où il y a des millions de résidus exposés à l'air libre,

à moins de 5 kilomètres de la ville à vol d'oiseau. « Nous avons hérité de la pollution durable et cette pollution, malheureusement, elle est là. »

Exposition « permanente » à la radioactivité

Depuis 2010, Areva a mis en place des mesures cosmétiques: observatoires de la santé et dispensaire.

Mais l'inquiétude demeure dans cette ville de 140'000 habitants où les populations sont « exposées de manière chronique depuis l'enfance », affirme Bruno Chareyron, directeur de la Commission pour la recherche et l'information indépendante sur la radioactivité, Criirad.

L'organisme indépendant a conduit une mission sur place en 2003 et continue depuis la surveillance.

Ses conclusions: exposition permanente de la population à la radioactivité

par les poussières radioactives, par le gaz radon, par des textiles contaminés en vente sur les marchés, par les matériaux radioactifs dans les rues. Certaines maisons sont construites avec des matériaux radioactifs.

Certes, les quantités de radioactivité mesurées par la Criirad sont qualifiées de « très faibles doses », mais l'exposition permanente risque de faire apparaître un certain nombre de pathologies diverses.

Pour l'heure, « c'est silence totale sur la radioactivité », déplore le président d'Aghirin'Man qui continue son combat de sensibilisation.

D'après:

https://www.francetvinfo.fr/sante/environnement-et-sante/exploitation-de-luranium-au-niger-nous-avons-herite-de-la-pollution-durable_2378413.html

La mondialisation est, résumons-nous, un doux euphémisme pour continuer à prendre, à s'accaparer, à posséder «*gratuitement, puisque les droits de douane ont disparu*» au détriment de l'autre qui continue à perdre et à s'appauvrir.

10. Mondialisation à sens unique

Contrairement aux discours annonciateurs, la mondialisation a une préférence géographique avérée et prouvée. Sa boussole pivote, favorablement, vers une seule direction: celle de l'Occident opulent.

Si les flux de personnes (business) et de marchandises (produits et services) sont plus faciles «*du Nord vers Sud*», ceux du «*Sud vers le Nord*» pour le travail, le commerce, les études, l'immigration ou, même parfois, le tourisme sont; soit carrément bloqués, soit difficilement accessibles.

Les chantres du «*village mondial*» ont su rendre belle une promesse qui s'est révélée, par la suite, être un leurre, où l'«*autre monde*» s'y est pris les pieds.

En 2015, Oxfam^{*} avait réalisé une étude dont le titre résume, à lui seul, la situation actuelle: «*Insatiable richesse: toujours plus pour ceux qui ont déjà tout*». Cette étude conclut cette horrible réalité: le patrimoine cumulé des 1% des plus riches du monde dépasse, largement, celui des 99% restants.

Cette étude établit, donc, que les richesses dans le monde se concentrent, de plus en plus, entre les mains d'une micro-élite fortunée, qui par les mouvements de ses placements financiers a droit de vie ou de mort sur la population mondiale. (lire «*Les*

* -Oxfam International est une confédération composée de vingt organisations indépendantes de même sensibilité qui luttent «*contre les injustices et la pauvreté* ».

PAUSE:

LES ALIMENTS FONT L'OBJET DE LA SPÉCULATION

◀ Au lendemain de la crise financière de 2007, les cours des aliments et des céréales ont flambé de 50% à 87%. Avec tous les conséquences que l'on peut imaginer.

Que s'est-il passé?

Cela nous renvoie aux fondamentaux de l'économie de marché: jeu d'équilibre entre l'offre et la demande:

► Changement climatique (sécheresse et inondation) qui a causé des pertes de cultures.

► Conversion des cultures vers l'agro-carburant.

► Hausse de la demande: Amélioration du niveau de vie d'une grande partie de la population mondiale (Inde et Chine) qui pouvait accéder à deux repas par jour.

► Vétusté des investissements.

► Hausse des cours du pétrole.

Spéculation financière

C'est la principale raison de cette flambée avec l'arrivée sur les marchés agricoles de nouveaux investisseurs: banques, fonds de placement, caisses de retraites, hedge funds, fonds indiciels, investisseurs institutionnels.

Ces acteurs voient dans le blé, le soja, le maïs ou le riz de simples actifs financiers, et ne se préoccupent guère des biens physiques des populations.

Pourquoi ce succès?

Les investisseurs financiers ont accouru sur ce marché, parce d'autres déclinent: Internet, Bourse et immobilier.

Chaque fois qu'une bulle éclate, les grands investisseurs institutionnels migrent vers un autre marché considéré plus stable que le précédent.

Les matières premières agricoles sont devenues des valeurs re-

fuges, comme l'or. Le blé ou le soja sont financièrement plus intéressants que le pétrole.

Les placements sur les marchés agricoles permettent aux spéculateurs de diversifier leur portefeuille, et de se prémunir contre d'éventuelles crises sur les autres marchés. Car l'idée circule, dans le monde de la finance, que «*les cours des matières premières augmentent quand celui des actions chutent, et inversement*», explique l'ONG Foodwatch dans son rapport «*Les spéculateurs de la faim*».

L'intervention massive d'investisseurs financiers capables d'accaparer une part importante d'un produit agricole peut déstabiliser des marchés.

D'après https://www.lemonde.fr/economie/article/2012/09/13/les-speculateurs-financiers-coupables-de-la-flambee-des-prix-des-aliments_1757951_3234.html



aliments font l'objet de la spéculation»).

La richesse de cette élite, poursuite Oxfam, a augmenté de 44%. Au moment où le patrimoine des pauvres a baissé de 46%.

Après le pétrole, le gaz, le nucléaire, l'armement et l'aérien et l'aérospatiale, ses secteurs de prédilection, cette micro-élite vise de nouveaux secteurs à fort potentiel de croissance: finance, assurance, agriculture, santé et pharmaceutique.

Mondialisation, mon œil!

Le riche est devenu plus riche et le pauvre, plus pauvre. Si on savait!!!

11. Fini les idolâtries

La promesse de suppression des frontières douanières et commerciales promise par la mondialisation pour faciliter la circulation des flux nous a fait croire, nous l'«autre

monde», que nous pourrions, nous aussi, exporter, facilement et librement.

Les slogans de la mondialisation en avaient fait rêver plus d'un. J'en étais une. Je travaillais, à l'époque, dans l'industrie du textile et de l'habillement. La fin des quotas que nous subissions et qui limitaient nos exportations vers l'Union Européenne était, pour moi, une opportunité, dont nous ne pouvions même pas rêver.

Je haranguais les industriels pour qu'ils se préparent afin d'être au starting block, au moment du top départ.

Mais, subrepticement et sournoisement, l'Occident a érigé d'autres barrières, celles-là non-tarifaires.

Cette entourloupe insidieuse a pour objectif d'empêcher et d'entraver les flux du Sud vers le Nord. Depuis 2000, l'Occident a créé un arsenal impressionnant de barrières non-tarifaires, dont l'accumulation fait des opérations d'exportation du Sud vers le Nord une véritable course d'obstacles, élevés chaque année un chouïa plus haut.

Les entreprises exportatrices n'ont de choix que de s'y confirmer. Certaines y ont trouvé sens. De fait, elles ont développé une réelle élasticité pour s'adapter aux nouveaux référentiels. D'autres ont abandonné.

A ce petit jeu «je-te-tiens-par-la-barbichette», l'Occident opulent a eu raison de nombreuses entreprises de l'autre monde.

Finalement, ce n'était pas une mondialisation. C'était une nouvelle forme d'invasion. Un nouvel ordre économique, qui ne dit pas son nom, pour ouvrir nos marchés pour que l'Occident puisse écouler ses produits sans droits et taxes. Mais, pour exporter nos produits, il faut payer pour avoir le sésame (référentiel) et, aussi, «montrer pâtes blanches». L'OMC y veille par les rappels à l'ordre et les sanctions.

Pris au piège, nos pays ne peuvent plus faire marche arrière.



12. Le business des références

Il y a de l'oseille derrière les référentiels.

Pour exporter, les entreprises de l'autre monde doivent se conformer, constamment, aux nouvelles barrières non-tarifaires.

Et ce n'est pas tout! Ce sont des entreprises occidentales qui ont l'«insigne honneur» d'accompagner les entreprises de l'«autre monde» pour qu'elles prouvent qu'elles sont dignes de ce «sésame».

Contrairement à Ali Baba, un autre acolyte de Sindibad, le sésame moderne a deux caractéristiques: il faut le réinitialiser périodiquement et il faut le mettre à jour (pour rester dans l'air du temps).

Le sésame n'est pas acquis à vie ● Le sésame doit être constamment mis à jour (même si le contenu n'a pas changé), car il est donné pour une durée bien déterminée. Si l'entreprise ne renouvelle pas sa certification, Clic clac kodak, les portes du marché tant convoité se referment.

Le sésame est changeant ● A période régulière, le contenu du sésame, entendez le référentiel, change, afin de «l'adapter aux

nouvelles exigences du marché occidental», nous explique-t-on. Chaque famille de références a fixé la durabilité de son sésame. Par exemple, la famille des ISO exige le renouvellement tous les cinq ans.

Encore une autre surprise! Ce n'est pas fini.

Le business de cet arsenal de référentiels forme un secteur d'activité juteux. Ce business est géré par des entreprises occidentales qui tirent les ficelles et les profits qui vont avec.

Comble de paradoxe pour nos entreprises! Elles ont perdu leur marché naturel, où elles sont «sauvagement» concurrencées par les entreprises occidentales. En plus pour accéder aux marchés d'export, elles doivent investir dans la conformité aux référentiels, qui coûtent pépites.

13. Alors, Sindibad ou cow boy?

Pour Fatima, nous vivons, actuellement, une mondialisation tirée par la quête d'argent, obsédée par l'accumulation de richesses et accrochée à la conquête de nouveaux marchés. De nouveaux territoires. Cette mondialisation agressive intéressée, uniquement, par le pèze, la domination et l'enrichissement porte, en elle, ses propres limites.

A cette mondialisation, Fatima oppose une autre plus humaine. Elle est l'expression de notre humanité profonde, de notre capacité à nous soucier les uns des autres et de notre désir d'équité et de bienveillance. De notre besoin le plus profond de nous prendre en main et d'être en relation avec l'autre.

Pour Fatima, l'actuelle mondialisation à la hussarde est celle du cow boy. La mondialisation à laquelle elle aspire est celle de Sindibad.

La mondialisation du cow boy est une course effrénée pilotée par des entreprises multinationales et transfrontalières, obsédées par la recherche de grain et échappant, continuellement, à leurs obligations et au partage égalitaire.

Nous nous rappelons, encore, du bras de fer qui avait opposé les Gafa* à l'Union Européenne. Les quatre multinationales avaient réussi par un jeu d'entreprises écran, et de la plus grande légalité, à ne pas payer d'impôts en UE (lire «Amazon défie la Commission Européenne»).

La mondialisation de Sindibad, elle, est un voyage universel incessant pour la quête de connaissances. Sindibad voyage continuellement et fraternellement. Quand il arrive à destination, il a hâte de découvrir le pays, de parler aux habitants, d'apprendre leur langue et d'apprendre de leurs sages. De découvrir leurs habitudes et coutumes. Achète et vend. Il se fait des amis, noue des contacts et gardes de fidèles alliés dans les pays traversés.

L'aspiration ultime du cow boy est de protéger le territoire qu'il a occupé et clôturé. Une fois, sa forteresse érigée, le cow boy en sort pour aller dominer une autre tentative.

Sindibad n'a pas de maison. Il est chez lui partout où il passe. Quand il arrive dans une nouvelle contrée, il se rend au souk, pour découvrir le pays et le peuple. Va à l'université pour apprendre. Se mêle aux habitants. Se soucie peu de chercher un toit. Il est la bienvenue partout où va. Parfois, Sindibad est hébergé par un mendiant ou une veuve. Parfois, par un sultan ou son vizir. Il est à l'aise sur une natte de jute ou dans un lit baldaquin.

Sindibad honore ses hôtes, les aide, accepte leur aide.

Durant ses périples, Sindibad n'oublie, ja-

* - Gafa : Google, Amazon, Facebook et Apple

PAUSE:

AMAZONE DÉFIE LA COMMISSION EUROPÉENNE

La CE a sorti une ordonnance à l'encontre d'Amazon, l'accusant d'avoir usé d'un accord fiscal déloyal avec le Luxembourg pour échapper au paiement de ses impôts.

En effet, l'organe de surveillance de la concurrence de l'Union européenne, UE, a déclaré que le Luxembourg avait autorisé le géant du commerce en ligne à transférer une partie importante de ses bénéfices depuis une filiale vers une société holding sans payer d'impôt.

Dans les faits, la filiale Amazon EU a effectivement versé la redevance qu'elle percevait sur certains droits de propriété à Amazon Holding Technologies. Or, cette dernière, selon l'UE, n'emploie personne, ne possède aucun bureau et n'exerce aucune activité commerciale. L'UE est convaincue qu'Amazon a

profité d'un avantage indu puisque trois quarts des activités du géant de l'e-commerce n'étaient pas taxés.

Dans sa décision de 2017, la CE a ordonné à Amazon de payer de 250 millions d'euros, qui correspondent à des arriérés d'impôts au Luxembourg couvrant la période de mai 2006 à juin 2017.

Amazon réfute les accusations

Dans son dossier au tribunal, il affirme que l'UE n'avance que des spéculations et que ces dernières sont truffées d'erreurs juridiques et factuelles.

Par exemple, il accuse les autorités de contrôle de l'Union de discrimination, car basée des directives de l'OCDE datant de 2017 pour remettre en question l'accord fiscal entre Amazon et le Luxembourg conclu en 2003.

Amazon vise

l'annulation de l'ordonnance fiscale

En d'autres termes, pour Amazon, l'UE n'a pas de preuves et que, de toute façon, le délai de prescription de 10 ans avait déjà expiré. En outre, l'entreprise précise que la décision de l'Union violait également les principes de sécurité juridique par son cadre de référence défectueux.

Reuters rapporte qu'Amazon présentera ses arguments à la deuxième plus haute cour d'Europe le jeudi 5 mars 2020 avec l'objectif d'obtenir l'annulation de l'ordonnance fiscale.

Affaire à suivre.

D'après

<https://www.fredzone.org/accord-fiscal-amazon-refuse-de-payer-les-250-millions-deuros-de-taxes-que-lui-reclame-la-commission-europeenne-328>

mais, la finalité de son voyage: apprendre, découvrir et transmettre. Les titres ne l'impressionnent pas. Il portera, en souvenir, de ses voyages ce qu'il a appris de ses hôtes.

Si Sindibad est l'éternel voyageur. Le cow boy est l'éternel propriétaire.

Sindibad possède les moyens pour voyager, le cow boy voyage pour posséder.

Le cow boy voyage avec un objectif bien déterminé. Ses voyages sont linéaires. Sindibad voyage pour découvrir ce que son chemin lui permettra de découvrir. Son voyage est circulaire qui se poursuit sans destination précise et à l'infini, à l'image du mouvement de l'univers. Un proverbe libyen dit «à tout voyage que l'on entreprend, on devient un peu plus intelligent».

La philosophie de Sindibad transcende la géographie. Dans ses voyages, Sindibad ne conte pas les contrées, mais les personnes rencontrées. La philosophie du cow boy est ancrée à sa géographie. A son territoire conquis.

14. Pourquoi voyager est important

Lors de ses périples, Sindibad a rencontré des sages qui lui ont expliqué le secret des voyages. L'un lui parle des bénéfices du voyage en citant imam Al Chafii*, VIII^{ème} siècle. Pour ce grand penseur musulman, le voyage est important et nécessaire pour les bénéfices qu'il apporte pour le voyageur. Il résume, ainsi, ses apports. «Il y a cinq bénéfices: le soulagement de l'adversité, le gain de subsistance, la science, le comportement et la noble compagnie».

* - Abu Abdullah Muhammad bin Idris al Chafi' (767, Gaza, Palestine - 820, Égypte), ou imam Al-Chafii, fut un juriste et ouléma, fondateur de l'école (mad'hab) de droit musulman (fiqh) chaféite. Il est descendant de la dynastie des hachémides de la tribu des Qouraych.

Abu Tammam (788-845), poète musulman converti connu pour son anthologie de la poésie arabe.

Un autre sage lui rappelle l'enseignement du grand poète syrien du IX^{ème} siècle Abou Tammam*: «Exile-toi afin de te renouveler».

15. L'autre est une ressource

Le village suppose la concorde et la fraternité entre les membres de la communauté. Or, dans la mondialisation du cow boy règne la logique du «OU». «Avec moi ou contre moi». Une logique qui veut un monde sans aspérités. Qui gomme les différences, quelles qu'elles soient, pour entrer dans un moule.

Dans sa lecture de la mondialisation, Fatima fait référence à «Al Jahid*», grand penseur et écrivain musulman à tendance scientifique de Bassorah du IX^{ème} siècle, centre scientifique au Sud de l'Irak. Cet homme de lettre expliquait au calife abbasside, Al Mamoune, que «la littérature est l'esprit de l'autre ajouté à votre esprit». Les Amazighs disent «qui voyage ajoute à sa vie».

Al Jahid considère l'«étranger» non seulement comme une source de connaissances, mais aussi le moyen pour amender sa propre culture. Ses propres connaissances. Pour les Amazighs, qui voyage s'enrichit par ce que l'autre peut lui apporter.

Cette vision de l'autre est en totale rupture avec la xénophobie ambiante et le racisme exacerbé par les mouvements nationalistes qui pullulent en Occident et par les mouvements intégristes qui se développent dans les pays musulmans. Xénophobie, nationalisme et intégrisme sont les relents de la mondialisation du cow boy.

Sur ce sujet, Edgar Morin, intellectuel et

* Al Jahid est un écrivain, encyclopédiste et polygraphe arabe mutazilite, né vers 776 à Bassorah, ville où il est mort en décembre 867.

ancien résistant français, explique qu'«on n'a pas encore trouvé le sens de notre communauté humaine de destin. Tant qu'on ne l'a pas, on ne pourra pas avancer?».

Ce blocage crée des brèches par où s'immiscent des fauteurs de troubles où l'étranger devient la cause et l'explication de tous les maux. Incapable de porter une vision de société, ils exploitent les peurs en désignant un coupable «par défaut».

Aux yeux du cow boy, «l'étranger» est une source de menace et de suspicion. Aux yeux de Sindibad, l'étranger est une continuation de ses connaissances et est compagnon de route pour connaître l'autre et, surtout, pour mieux se connaître.

Les soufis disent que l'«étranger» fait par-

Les Sindibad des temps modernes

Pour Fatima, les media et les réseaux sociaux sont les Sindibad des temps modernes. Ils permettent à des personnes de tous lieux et de toutes les conditions sociales de voyager et de découvrir le monde à partir de chez eux.

A ce titre, elle raconte l'histoire de ces femmes au foyer analphabètes qu'elle avait rencontrées dans des villages reculés du Rif, au Nord du Maroc. Ces femmes, qui n'ont jamais quitté leur village, connaissent le nom des animateurs, des acteurs, des penseurs d'autres pays grâce à des émissions diffusées sur des chaînes de télévision.

Pour elle, les présentateurs des émissions, les reporters du terrain, les producteurs de documentaires ou même les créateurs d'émissions touristiques sont des nuances diverses et riches de Sindibad.

tie de son moi incomplet. Donc, l'«étranger» est une partie de soi qui doit être recherchée et trouvée afin de se réaliser. De se renouveler. Pour se réconcilier avec soi.

Pour l'un, l'étranger est un moyen d'appropriation et un bouc émissaire. Pour l'autre, le moyen pour grandir et faire grandir l'univers.

Dans la mondialisation du cow boy, l'autre n'a de valeur que par ce qu'il permet de gagner. Il est un moyen d'enrichissement. Une plus value.

Dans la mondialisation de Sindibad, l'autre est, par évidence, une valeur sûre pour ce qu'il permet d'apprendre et de co-construire ensemble. Il est le compagnon de route. «Quand on marche seul on va vite, mais quand on marche à deux on va plus loin» dit-on.

Selon un proverbe libyen, «au premier voyage on découvre, au second on s'enrichit».

La chevauchée du cow boy se termine par l'extermination de l'autre (Amérindien, Hiroshima) ou par sa défaite (Vietnam) ou par sa domination (Irak). Le voyage de Sindibad ne se termine jamais. Mystérieux et accessible. Réalisable et rêvé. Réel et à reconstruire. Permanent et circulaire.

Au fil de ses conquêtes, le cow boy augmente son butin. Au fil de ses voyages, Sindibad renforce un dessein commun co-construit avec l'autre.

Le premier est, essentiellement, conquérant et dominateur, uniquement, motivé par l'hégémonie, la domination et le profit. Le second est, foncièrement, communicateur et connecteur, assoiffé de connaissances, de littérature et d'exploration.

Etant dans une relation de dominant/dominé, la culture de l'autre est considérée, de

facto, inférieure. L'ex-président américain Obama avait, durant ses voyages officiels, tenu à montrer sa déférence pour la culture des autres nations.

Cette prise de position n'avait jamais fait l'unanimité dans l'establishment américain (lire «[Quand Obama s'incline...](#)»).

Dans ses péripéties, Sindibad devient le VRP de la culture de l'autre auprès d'autres cultures. Au fil de ses voyages, il «ajoute à sa vie».

16. Point de déterminisme

Au moment, où on s'y attend le moins, Fatima met un point de vigilance, inattendu par ceux et celles qui ne la connaissent pas: refuser la lecture binaire de sa vision de la mondialisation.

Dans l'Orient, qui a vu naître Sindibad, il y avait et il y a des cow boy qui envahissent les autres, poussés par l'avidité, l'accumulation de richesses et la domination de territoires étrangers. Comme il y a, en Occident, des Sindibad qui mènent des luttes acharnées contre les cow boy, contre leur hégémonie et qui oeuvrent pour rétablir la justice et l'équité dans ce monde.

Dans sa lecture, Fatima ne met pas en opposition un «*Orient innocent et pur*» contre un «*Occident méchant et malveillant*». Elle invite à extraire ces deux symboles aux frontières géographiques, aux appartenances religieuses et aux théories simplistes.

Au trust des cow boy, Fatima appelle à une ligue universelle des Sindibad d'Orient et d'Occident pour qu'ils puissent échanger, communiquer et co-construire, ensemble, une nouvelle vision de la mondialisation. Pour combattre l'hégémonie du cow boy. Une ligue portée par des valeurs humaines universelles auxquelles aspirent l'être humain et par des expériences d'accumulation

PAUSE:

QUAND OBAMA S'INCLINE...

Lors de son voyage au Japon, l'ex-président Obama s'était incliné devant l'Empereur du Japon, Akihito.

En 1994, Bill Clinton avait lui aussi été critiqué pour les mêmes raisons mais pour une très légère inclinaison.

En Arabie Saoudite, Obama salue le roi avec une inclinaison.

Quand le président d'un pays s'incline, est-ce le président ou le pays qui s'incline ? Tout dépend du contexte culturel.

Le poids de cultures

L'aspect culturel est important. Mais tout dépend de savoir lequel des contextes culturels prime. Du point de vue des Etats-Unis: seul compte le point de vue des Etats-Unis. C'est faire aveu de faiblesse et de soumission que d'abandonner les réflexes

culturels américains: en l'occurrence ici, le salut debout, les yeux dans les yeux, accompagné d'une ferme poignée de main.

Ouverture à l'autre

Un des messages de ces images d'Obama ostensiblement incliné est que, désormais, les Etats-Unis s'efforceront de respecter les cultures locales.

Les dirigeants américains sont conscients de leur ignorance de la culture japonaise et de la nécessité d'en saisir les ressorts afin d'éviter les différents culturels. Avant la fin de la guerre, ils ont chargé la meilleure anthropologue du pays, Ruth Benedict, de rédiger une étude sur la culture japonaise. Elle a écrit un livre, «*Le Chrysanthème et le sabre*», alors qu'elle n'a jamais mis les pieds au Japon.

Elle a étudié les Japonais comme s'il s'agissait d'extraterrestres d'une lointaine planète.

Hillary Clinton, lors de sa prise de fonction, avait explicitement annoncé que la priorité de l'administration Obama était désormais le smart power.

D'après: <https://gestion-des-risques-interculturels.com/analyses/influence/quand-obama-sincline/>

de savoirs et de co-construction d'un avenir commun.

Elle ne veut pas que sa lecture de la mondialisation soit enfermée dans le piège des préjugés. Sindibad et le cow boy sont intemporels. Ils n'appartiennent à aucun espace, aucune culture, à aucune époque et aucune géographie.

17. Donc, cœur ou raison?

Finalement, cette analogie entre Sindibad et le cow boy renvoie à notre éternel dilemme interne. A notre quête de sagesse et à notre vénalité. A notre combat entre le bien et le mal. Entre le cœur et la raison.

Si nous laissons notre cupidité, notre amour du lucre, notre soif de domination et notre individualisme nous dicter ce que nous devons faire, nous allons tout droit vers des catastrophes comme celle que nous vivons actuellement.

Edgar Morin l'explique bien le règne de la cupidité. Pour lui, «la pensée politique s'est,

Voyages à travers l'histoire

Le trésor du voyage est la connaissance. L'histoire de l'humanité compte de nombreux Sindibad qui ont consacré leur vie à la quête du savoir. Un dicton populaire marocain incite au voyage et en fait le moyen le plus sûr pour grandir et gagner en maturité et en connaissances de l'autre. «Celui qui n'a pas voyagé, ne connaîtra pas l'autre»

اللي ما جال ما عرف بحق الرجال

Des livres pour bagages. Le grand empereur Moghol Humayun, second empereur de l'Inde (Kaboul, 17 mars 1508 - Delhi, 27 janvier 1556), était un érudit respecté. Il avait l'habitude d'emporter ses livres avec lui partout où il voyageait, même en période de guerre. Car, pour les Moghols, leurs livres

sont le trésor le plus précieux que l'on doit emporter avec soi, durant un voyage.

Quêtes multiples. Au XII^{ème} siècle, l'Anglais, Adelard de Bath est connu pour avoir introduit le système numérique arabe en Occident. De ses nombreux voyages au Moyen-Orient, il avait ramené en Europe ses connaissances acquises en astronomie et en géométrie. Il est connu comme le pionnier de l'intellect et de la science combinant les connaissances grecques, hindoues et arabes.

Le Sindibad marocain. Au sommet de la longue liste de voyageurs passionnés par l'autre, le Tangérois Ibn Batouta trône (né à Tanger en 1304 et mort à Marrakech en 1368). Attanji avait parcouru 120'000 kilomètres.

Un périple qui l'avait mené de la Libye à la Chine, de la Mecque au Mali, de l'Anatolie à l'Andalousie et des Maldives au Bengale. Ses mémoires ont été compilés par le poète Ibn Juzayy Alkalbi sous le titre «Tuhfat an-Nudrifi Gharib al-Amsar wa Ajiib al-Asfar / «chef-d'œuvre pour ceux qui contemplant les splendeurs des villes et les merveilles des voyages»), communément appelé «Voyages / Rihla».

La Méditerranée. L'Andalous Ibn Jubair⁴ avait effectué trois pèlerinages vers la Mecque, durant lesquels il avait découvert tous les pays du pourtour méditerranéen. Il avait décrit ses voyages dans son ouvrage «Relations aux voyages».

PAUSE:

L'ARNAQUE AUX AIDES HUMANITAIRES

Le 7 décembre 1988, l'Arménie a été secouée par un séisme de 6,9 sur l'échelle de Richter.

L'Arménie a reçu 5'000 tonnes de médicaments et de fournitures médicales représentant une valeur de 55 millions de dollars américains envoyés par des laboratoires pharmaceutiques.

Ces quantités dépassaient largement les besoins. On serait tenté d'applaudir. Mais, il a fallu six mois à cinquante personnes pour dresser un inventaire précis des médicaments reçus. Les résultats étaient ahurissants:

8% étaient périmés
4% détruits par le gel
Sur les 88% restants, seuls 30% étaient facilement identifiables car non étiquetés et 42% adaptés à la situation.

Une grande partie de ces médicaments étaient des anti-palludiques. Les laboratoires pharmaceutiques ont préféré les envoyer en Arménie pour économiser les frais d'incinération. Ils ont, également, gagné au passage, une exonération fiscale, car action de bienfaisance.

L'Arménie a mis cinq ans pour se débarrasser de ce stock de médicaments, dans la plus grande indifférence des laboratoires qui s'en sont débarrassés durant cette catastrophe humanitaire.

En Ex-Yougoslavie, entre 1992 et 1996, 17'000 tonnes de médicaments inadaptés ont été reçus. Le coût de leur élimination a été estimé à 34 millions de dollars américains.

Sur l'ensemble des médicaments reçus par le bureau de l'OMS à Zagreb en 1994, 15% étaient périmés et 30% inutiles. Fin 1995, 340 tonnes de médicaments périmés étaient stockées à Mostar.

L'administrateur européen de Mostar en a informé l'UE pour faire cesser ces envois. Les laboratoires pharmaceutiques se débarassaient, ainsi, de leurs stocks de médicaments non-adaptés au nom des aides humanitaires, laissant la facture aux pays ravagés.

L'OMS a fait une enquête sur les dons de médicaments reçus par l'Albanie en mai 1999 pendant l'afflux de réfugiés kosovars. 50% des médicaments envoyés étaient inadaptés ou inutilisables et devaient être détruits. 65% avaient un problème de date de péremption (non mentionnée ou échue moins d'un an après le don) et 32% ne portaient que le nom de marque, inconnu des professionnels de santé albanais.

https://remed.org/wp-content/uploads/2016/11/these_MNU_Baaklini_2009.pdf

progressivement, réduite à l'économie. Et l'économie s'est, progressivement, réduite à une pensée dite néo-libérale qui pense que le profit, le marché et la richesse vont ruisseler naturellement, s'il y a un développement de la croissance.» Une vision mécaniste et simpliste qui a exclu de son équation la complexité de l'être humain et celle d'interactions.

Cupidité dénoncée également par Joseph E. Stiglitz*, économiste américain et prix Nobel, dans son best-seller «Le triomphe de la cupidité» publié en 2010.

Si nous laissons notre curiosité, notre quête du savoir et nos idéaux nous dicter ce que nous devons faire, notre imagination et les savoirs acquis risquent de nous couper de la réalité.

L'histoire moderne regorge d'exemples où des Sindibad seuls aux commandes avaient échoué dans leur entreprise. L'époque de la bulle Internet* est un bel exemple pour illustrer mes propos. De nombreuses startups avaient fait des découvertes très importantes. Mais, leur découverte n'ont jamais été traduite en connaissances. Nombreuses ont dû déposer les clés. (Lire «Les Sindibad en entreprise»).

18. Difficile de choisir

La mondialisation de Sindibad est séduisante. Mais, ce n'est point une utopie.

Personnellement, je pense: nul besoin de choisir. Les deux visions du monde se com-

Joseph E. Stiglitz, né le 9 février 1943 à Gary Indiana, est un économiste américain, lauréat du prix Nobel d'économie avec George Akerlof et Michael Spence en 2001.

Le «Triomphe de la cupidité / Freefall: America, Free Markets, and the Sinking of the World Economy», paru en 2010, effectue une analyse de la crise économique depuis l'éclatement de la bulle des subprimes en 2008 aux États-Unis. Il y propose des réponses alternatives à la crise et des solutions durables pour assainir le capitalisme financier.

plètent. Nous devons en tant que «*personne autonome*» savoir conjuguer avec les deux. Le dosage est, certes, difficile. Mais pas impossible.

Ce dosage exige de nous, tous, de réapprendre à se faire confiance et à faire confiance à l'autre.

Ce dosage nous permettra de composer l'élixir d'un nouveau paradigme du vivre ensemble. Ce sera notre défi, à nous, pour cet après-confinement.

Nezha Hami-Eddine Fchaïri
Lectrice curieuse

Les Sindibad en entreprise

Au début des années 2000, Internet avait ouvert des possibilités inimaginables. Internet a transformé le visage du monde. Il a rapproché les distances et favorisé les contacts.

Dès le balbutiement d'Internet, des jeunes y avaient flairé du business. Le potentiel de développement était gigantesque.

Ils ont créé des entreprises à tour de bras qui surfent sur la Toile. Mais, ces entreprises disparaissaient aussi rapidement qu'elle naissaient. C'étaient, réellement, des bulles qui éclatent rapidement. Pshitt. C'était l'époque de la bulle Internet.

Les geeks Sindibad étaient heureux de découvrir, d'apprendre, d'innover et de mettre en relation. De connecter le village mondial.

Mais, en dépit de leur brillantes idées, la majorité de ces entreprises ont dû mettre les clés sous le paillason, bien avant leur deuxième année.

La cause? La maîtrise des nouvelles possibilités offertes par la Toile n'était pas suffisant pour durer.

Certains de ces geeks, dont la moyenne d'âge ne dépassait pas 25 ans, avaient eu la brillante idée de recruter des quadras et des quinquas à qui ils ont confié les aspects administratif, logistique, suivi commercial et financier.

Ces entreprises qui ont réussi à faire travailler en bonne intelligence les deux générations ont pu assurer leur pérennité.



Fatema Mernissi
Islam
et démocratie

Espaces libres

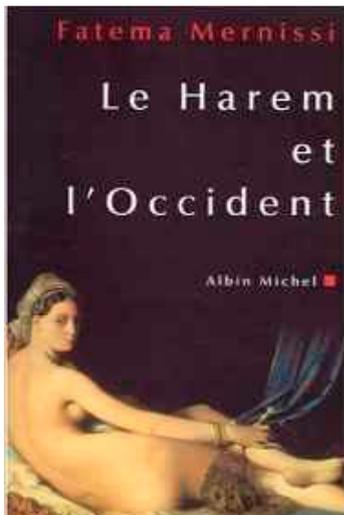
Albin Michel

Fatema Mernissi

*L'amour
dans les pays
musulmans*

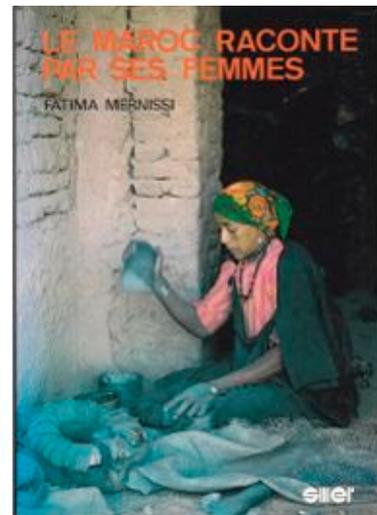


Albin Michel



Fatima Mernissi

Nissae Ala
Ajnihati
al-Hulmt



Fatima
MERNISSI

Sultanes
oubliées

Femmes chefs d'État
en Islam



Albin Michel

fatima
MERNISSI

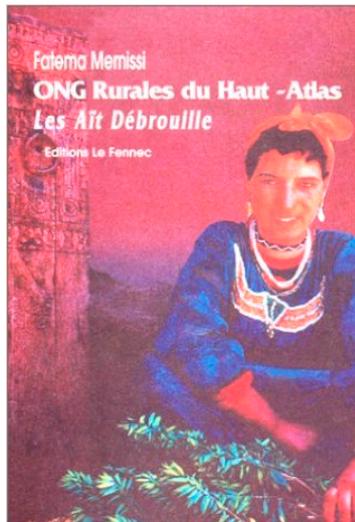
CHAHRAZAD
n'est pas
marocaine



Éditions Le fenêtré

Fatima Mernissi

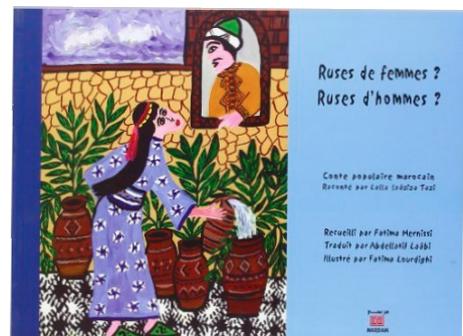
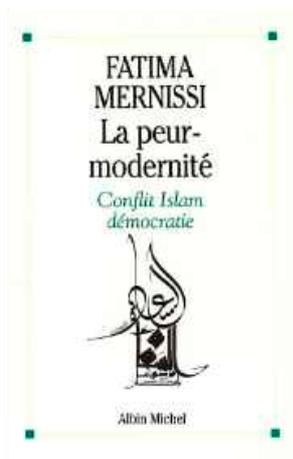
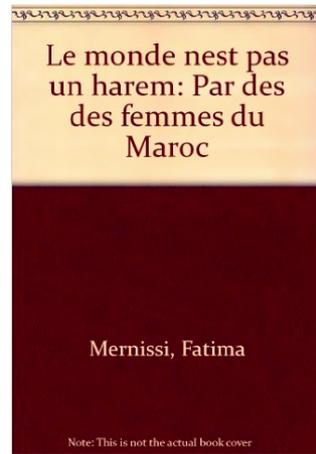
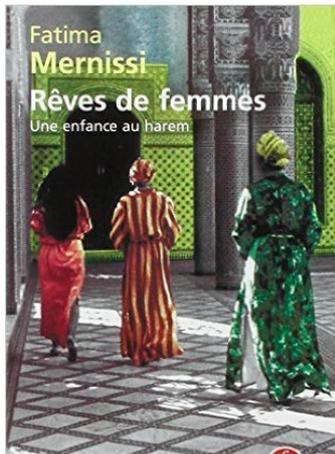
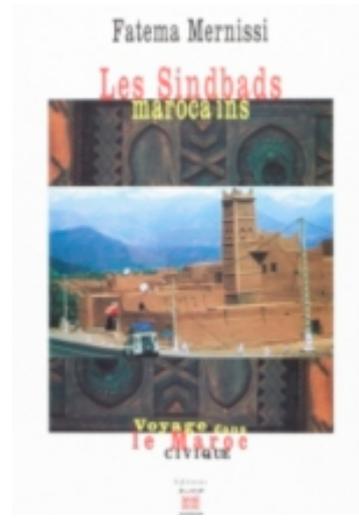
Al Jins Ka
Handasa
Ijtima'iya



Fatima Mernissi

Êtes-vous vacciné
contre le harem ?

Une Marocaine se moque de
la modernité des Occiden-
taux.



Mes rencontres avec Fatima



De gauche à droite:
Nezha Hami-Eddine
Ines Mazili
Fatima Mernissi
Asmaa Lamrabet
Naima Bourarach

Fatima, c'est ainsi que j'aime l'appeler. En plus d'être une écrivaine mondialement connue. Une de ces lumières qui continuera à briller tant que la Terre tourne. Une immortelle. Fatima m'est familière. J'ai «grandi avec elle, en quelques sortes». Je l'ai rencontrée la première fois, quand j'ai été étudiante et correctrice à la revue Lamalif. Je ne la connaissais pas auparavant. Je l'ai découverte en pistant les coquilles dans les articles imprimés sur les bromures.

Quand l'occasion m'a été donnée de la rencontrer pour la première fois, je lui avais déclaré, avec la naïveté et la fraîcheur de mes 19 ans, que «j'aime bien ce qu'elle écrit». Elle m'avait beaucoup remercié. Et m'avait dit qu'elle aimerait en discuter avec moi.

Au fil des corrections, j'ai commencé à la connaître, mais sans jamais prendre conscience de sa vraie stature. J'avais le privilège de découvrir, en primeur, ses articles avec les lecteurs de Lamalif.

Des années après, grâce au Siel (car il n'était pas facile de trouver des ouvrages des auteurs marocains), j'ai découvert ses ouvrages. J'en ai lu certains. Et toute ma vie, je l'ai pistée: articles, livres, interviews. Je ne ratais rien d'elle.

Je l'admirais. Et j'admire toujours son travail.

En 2012, nos chemins se sont croisés, quand j'avais lancé l'expo-photo «Femmes en action». Elle avait acheté une vingtaine du numéro du magazine «Femme actuelle» qui avait fait la couverture de cet événement. Elle les avait distribués à des femmes pour leur montrer «la splendeur et la grandeur de la femme marocaine».

En 2014, après son décès, mes amis Houriya Chérif Houat et Mouhcine Ayouche m'avaient invité à une halqa organisée en sa mémoire. Ines, ma fille, âgée de 14 ans, m'avait accompagné et avait, le temps d'une après-midi, découvert une femme exceptionnelle. Lors de cette rencontre, et sans aucune préparation préalable, j'ai témoigné de ce qu'elle représente pour moi. J'ai raconté mon histoire avec elle. Et que, depuis 1993, je revendique haut et fort que «je suis Schérazade*».

*: ancien magazine marocain, disparu en 1989