

Immigratie irrigeert de economie van haar roots

De droom om terug te keren naar hun thuisland nadat ze in Europa hun brood hebben verdiend, heeft immigranten lang gemotiveerd om in hun land te investeren: eerst in onroerend goed (een huis bouwen), vooral in hun regio van herkomst, en vervolgens in kleine, meestal familiale bedrijven.

Het duurde echter tot de jaren 1990 voordat er een echte structuur werd opgezet om 'actieve' investeringen in het land te ondersteunen, vooral dankzij het groeiende toerisme. Tegenwoordig openen steeds meer Marokkanen een rekening bij een lokale bank.

De zomerse terugkeer betekent ook een commerciële meevaller (verhuur, geschenken, eten, diverse apparatuur) en de organisatie van bruiloften, die nu steeds vaker in de zomer worden gevierd... omdat ze grotendeels worden gefinancierd door de 'neven' uit Europa.

Herinneringen aan zomerse transhumance...

Met de auto, een busje, een touringcar, of het vliegtuig reizen zo'n twee miljoen Marokkanen die in het buitenland wonen tijdens de zomervakantie naar het land. Als familiebezoek, maar ook steeds meer als strandtoerisme, hebben deze seizoensreizen ook een belangrijke economische en politieke impact, waar Marokko reikhalzend naar uitkijkt. Deze menselijke transhumance wordt nog steeds gesymboliseerd door de bekende beelden van overvolle auto's en bestelwagens en eindeloze rijen in havengebieden. Al lijken de 'kathedraalauto's' met de opkomst van het goedkope luchtvervoer en een sociale evolutie die meer gericht is op ontspanning, te verdwijnen.

Toch blijft dit mythologische ritueel, rijk aan clichés, een collectieve beweging die de identiteit van de Marokkaanse diaspora doet herleven en voor de oudere generatie de mythe van de terugkeer in stand houdt. De familieverslagen van deze reizen maken integraal deel uit van de migratiesaga: de keuze van de meegebrachte geschenken, de picknicks langs de snelweg, de doorsteek van Spanje en de gevaren, de boot en de Marokkaanse weg die het einde van de reis inluidt...

.....