

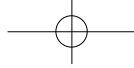
Mohamed Madoui

Entrepreneurs d'ici et de là-bas: les immigrants acteurs du développement local

Le fonctionnement des réseaux d'entrepreneurs maghrébins prouve que les échanges ne peuvent être seulement de nature économique et reposent aussi sur des solidarités ethniques fondées sur des liens familiaux et des interconnaissances communautaires, qui favorisent l'entraide et la réciprocité.

Cette question de l'apport ou de la contribution des entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine en France au développement et à la dynamisation économique de leur région d'origine n'a pas été directement liée à notre travail de recherche initial qui consistait à analyser les conditions socio-économiques d'émergence de l'entrepreneuriat migrant en France. Notre hypothèse de départ consistait à se demander si la création d'entreprise n'était finalement qu'un moyen de contourner le marché du travail à cause des difficultés d'insertion dues probablement à la discrimination et à la stigmatisation auxquelles sont confrontées les jeunes d'origine maghrébine dans leur vie sociale et professionnelle en France. Environ 15 000 entreprises sont créées chaque année par des personnes d'origine immigrée, ce qui représente environ 7 % des créations d'entreprises dans ce pays.

Au-delà du fait que la création d'entreprise est d'abord un moyen de créer son propre emploi et de s'affirmer comme un acteur économique



à part entière dans la société française, la question de la relation entre le pays d'installation et le pays d'origine ressortait très fortement dans les entretiens avec les entrepreneurs d'origine maghrébine. Qu'ils soient nés ou arrivés à l'âge adulte en France, ils considèrent comme un devoir d'aider les membres de leurs familles restés au pays à créer à leur tour des petites entreprises en leur apportant l'argent et les réseaux nécessaires. Sur les 25 entrepreneurs interrogés dans le cadre de notre enquête, 12 d'entre eux, soit près de la moitié de l'échantillon (6 algériens, 4 marocains et 2 tunisiens) ont créé dans leur village ou leur région d'origine une entreprise soit dans le même secteur que leur entreprise en France soit dans un autre secteur. Il est très difficile, à partir d'un petit échantillon comme celui sur lequel nous avons travaillé,

Il y a quelques années, en 1992 très exactement, la télévision algérienne diffusait un film documentaire intitulé « Patrons algériens en France » suivi quelques temps après d'un débat télévisé au cours duquel un certain nombre d'entrepreneurs algériens vivant et travaillant en France avaient pris l'engagement de créer les conditions de rapprochement entre les entrepreneurs algériens et leurs compatriotes installés partout en France. Cette idée a débouché en juin 1992 sur la naissance du « club 92 » qui rassemble 35 chefs d'entreprises opérant dans des secteurs économiques diversifiés (électronique, mécanique, confection, transports, conseil, tourisme, boucherie, restauration, agro-alimentaire, etc.). L'ambition de ce club est de constituer des structures économiques à dimension transnationale, en direction privilégiée du pays d'origine, un peu comme font les diaspora chinoises ou coréennes, qui génèrent des capitaux importants entre les différentes parties du monde et la Chine.

de tirer des conclusions rapides et toutes faites, néanmoins cette enquête nous amène à nous interroger sur le poids et l'impact réels (ou supposés) des entrepreneurs et plus largement des immigrés sur la création d'emploi et de l'activité indépendante au Maghreb¹. Pour l'heure, il est difficile de savoir dans quelle mesure les populations issues de l'immigration maghrébine, à l'instar de la diaspora chinoise ou coréenne, participent au processus de dynamisation économique et de développement de leur pays d'origine.

Dans une enquête que nous conduisons depuis ces deux dernières années sur la création d'entreprise en Algérie et tout particulièrement en Kabylie, nous avons constaté en effet, à partir de notre enquête qualitative avec les petits entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa, que de nombreux « émigrés », contrairement à l'idée que l'on se fait de cette population souvent décriée (trafic de devises, responsables de la cherté de la vie, frimeurs, etc.), investissent de plus en plus en Algérie via les membres de leur famille restés au pays. Souvent méconnus, voire ignorés, les liens qu'entretiennent les immigrés avec le pays d'origine sont multiples et porteurs de transformations sociales parfois significatives. Les



transferts de fonds opérés par les immigrés en direction de leurs familles restées au pays a donné lieu à de nombreuses études (Streiff-Fenat, 1996; Boubakri, 1999, etc.). Cet argent sert non seulement à satisfaire les besoins de consommation de la famille mais également à financer certaines initiatives et tout particulièrement la création d'entreprise en association avec les frères et/ou cousins au chômage ou travaillant de façon précaire.

Sur les 30 entrepreneurs que nous avons interrogés à Béjaïa, cinq d'entre eux ont connu, de par leurs trajectoires, une longue période d'immigration en France² où ils ont acquis une expérience professionnelle soit en qualité de commerçant soit en tant que salariés et ouvriers dans des usines françaises. Partis très jeunes, leur retour s'est fait au début des années 1980, période qui correspond aux lois d'ouverture économique de 1982 qui ont institué l'ouverture du capital aux entreprises privées. C'est dans le registre de l'« opportunité » que sont explicitées les raisons de rentrer en Algérie et de créer une entreprise : l'opportunité des nouvelles lois du secteur privé — ouverture et remise en cause de la gestion socialiste —, l'opportunité de rentrer dans un pays considéré alors par eux comme ayant des perspectives de réussite favorables (pays jeune, pays en expansion, moyens financiers humains et infrastructures).

Nous avons rencontré également le cas d'entrepreneurs plus jeunes ayant créé leur entreprise grâce en grande partie à l'aide financière du père, du frère ou de l'oncle installé depuis longtemps en France ou à l'étranger (États-Unis, Canada, etc.). Dans ce dernier cas, ce sont des jeunes ayant quitté l'Algérie au début des années quatre vingt pour poursuivre leurs études à l'étranger et qui y sont restés après l'obtention de leur diplôme. Devenus cadres, fonctionnaires et dans certains cas entrepreneurs, cette nouvelle génération d'immigrés encourage les membres de leur famille restés au pays (frères, sœurs, cousins,

²Dans cette région montagnaise et côtière connue pour l'exigüité de ses terres, le commerce et l'artisanat (bois, poterie, armurerie, bijouterie, orfèvrerie, fabrication de lainage, etc) ont fourni aux kabyles d'autres vocations économiques compensant ainsi la modestie des ressources agraires de la région. À cela s'ajoute une longue tradition de courtage, de colportage et de « négociant » qui fait des kabyles de redoutables commerçants dont les produits inondèrent l'ensemble des régions d'Algérie où ils ont tissé de nombreux réseaux en Algérie d'abord, en France ensuite. À côté de la tradition commerçante, les populations kabyles disposent également d'une longue tradition migrante, d'abord migration interne (dans les grandes villes d'Algérie) puis émigration en France essentiellement où les premières vagues d'émigration datent de la fin du XIX^e siècle puis plus massivement entre les deux guerres mondiales. Ce qui place la Kabylie comme la région d'Algérie la plus pourvoyeuse de bras et de force de travail à moindres frais pour les usines françaises.

etc.) à créer leur propre entreprise en leur y apportant l'essentiel du capital nécessaire. Cette situation est favorisée par ailleurs par le contexte de la dévaluation du dinar algérien et qui a donné lieu à un véritable marché parallèle de la devise (un euro vaut environ 115 dinars sur le marché parallèle contre 80 dinars au change officiel). Les « émigrés » comme on les appelle encore en Algérie profitent de ce marché noir pour faire des affaires et réinvestir cet argent dans la construction de maisons, villas, achat de terrains, ouverture de petits commerces ou aider les membres de leur famille à créer de petites entreprises qui offrent aux jeunes de la région, souvent sans emploi et sans qualification, des opportunités de travail même si l'emploi généré s'inscrit le plus souvent dans le registre de l'informel.

Des étudiants reconvertis en entrepreneurs

Nous inscrivons un certain nombre d'entrepreneurs faisant partie de notre échantillon dans cette catégorie qui concerne uniquement les jeunes issus de l'immigration maghrébine, arrivés en France il y a 10, 15 ou 20 ans pour faire des études supérieures. À l'issue de leur scolarité, ils décident de rester en France mais leur statut d'étudiant ne leur permet pas de résider de façon régulière et par conséquent ils n'ont aucune possibilité de trouver un emploi stable. Bien qu'ils aient un niveau de formation et de qualification élevés, ils sont très souvent sous employés et mal payés dans des secteurs d'activité souvent informels (restauration, hôtellerie, gardiennage, sécurité, livreurs, etc.). Ils sont ainsi prisonniers de leur statut « post-étudiant » dont ils veulent se débarrasser. Chacun essaye à sa façon de trouver des stratégies pour rester en France et deux solutions s'offrent généralement à eux : soit se marier comme le font certains avec une Française ou une maghrébine de nationalité française (cette stratégie peut aller jusqu'à alimenter des logiques de mariages blancs), soit créer une très petite entreprise. La principale motivation n'est donc pas la création de l'entreprise en elle-même mais bien la régularisation de leur situation en France. Ils accèdent de cette façon au statut d'artisan, commerçant, entrepreneur (ACE) qui leur permet d'acquérir dans un premier temps une carte de séjour d'une année qui se transformera trois ans plus tard en carte de résident de 10 ans si toutefois l'entreprise n'a pas disparu pendant cette période et a réellement fait ses preuves.

Ces entrepreneurs (leur âge moyen est de 38 ans), ayant déjà obtenu des diplômes universitaires dans leurs pays d'origine, sont venus en France dans le but de faire des études de troisième cycle. En arrivant, certains ont fait un DEA et abordé leur thèse de doctorat, d'autres ont refait leurs

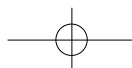


études à partir de la licence. Ces « jeunes » préparaient avec beaucoup d'ambition leur débarquement en France pour réussir leurs études. Ils ont fait preuve de grande persévérance face aux difficultés de s'inscrire dans une université: *« J'ai soutenu mon mémoire d'ingénieur en agroalimentaire en 1990. Une année après, j'ai débarqué en France. En étant là bas, j'ai envoyé un dossier à l'université pour un DESS en agroalimentaire, je n'étais pas retenu, d'autres universités ne m'ont même pas répondu. Je suis arrivé au mois d'août, c'était déjà trop tard pour l'inscription. J'ai déposé mon dossier dans une fac à Massy Palaiseau pour l'agroalimentaire, je n'étais pas retenu. Il fallait faire évidemment une inscription pour qu'on me fasse une carte de séjour. Le visa arrivant à quelques jours de l'expiration, ils m'ont branché sur une école d'anthropologie, j'ai fait finalement mon inscription, je suis allé par la suite au CNAM pour un stage où je suis accepté et je l'ai fait pendant une année, je vais de temps en temps, pas tous les jours, c'était une semaine par mois, je me présentais aussi à l'école d'anthropologie pour l'assiduité. En 1994, je me suis inscrit à Paris 8 en licence de science politique en deux ans parce que j'ai fait deux ans d'anthropologie; puis, en maîtrise jusqu'à 1997. »*

Ce sont là quelques facteurs encourageants pour amorcer le passage au monde de l'entreprise. Ce passage doit être effectué car ces étudiants se retrouvaient, après avoir lâché leurs études, face à un dilemme, se reconverter au monde de l'entreprise ou rentrer dans leurs pays d'origine:

« Le statut de l'étudiant n'étant pas éternel, un certain moment arrive, il fallait tirer la révérence; ou bien je rentre en Algérie ou bien je trouve un autre statut que celui d'étudiant pour pouvoir rester légalement. »

Donc pour ces étudiants la création de l'entreprise passe forcément par le changement de statut. *« Ne pas prendre le risque », « investir dans des secteurs qui sont à notre portée », « ne pas lâcher son travail avant d'être sûr que ça marche »* sont des propos tenus de manière récurrente par les entrepreneurs et qui dénotent une certaine réticence, une certaine perplexité. Cet état d'esprit avec lequel s'engagent les vieux étudiants dans la création d'entreprise fait que la reconversion se fait progressivement et après avoir préparé le terrain. C'est ce que nous explique cette femme: *« En arrivant en France, j'ai fait une formation styliste modéliste. Après la formation, j'avais commencé à travailler dans un cadre culturel; je faisais des défilés dans le centre culturel algérien, le premier défilé était en 1994. Par la suite, j'ai été sollicitée par des écoles professionnelles pour encadrer des élèves et à partir de là j'ai vu que la demande était très importante. C'est dans le cadre de ces activités que j'ai réussi à faire une petite étude de marché. Bien que je sois sollicitée par pas mal de gens, je ne pouvais pas à l'époque parce que j'enseignais, j'étais fonctionnaire, je n'ai pas le droit, mais ça m'a permis de connaître un peu ma clientèle que je peux toucher. Alors je me*



suis installée tout doucement chez moi, autorisée par la direction des HLM, j'avais un grand appartement, donc je travaillais chez moi jusqu'au jour où j'ai eu ce local. »

De ces entrepreneurs, nous avons rencontré ceux qui ont préféré créer leur entreprise dans les secteurs de leur vocation. Ils associent par là-même la création de l'entreprise à une passion, à une vocation. « *Cette activité, je l'ai apprise de ma mère, mais je crois que c'est ma vocation.* » « *C'est un métier d'art que j'aime beaucoup et qui reflète la culture de l'Algérie* », disait-elle, cette femme entrepreneuse, créatrice d'une petite entreprise de couture employant trois ou quatre personnes de la famille.

Dans cette aventure que constitue la création d'entreprise, certains entrepreneurs cherchent tout de même « joindre l'utile à l'agréable » comme ils disent en tentant d'investir dans des secteurs où « ils se sentent le mieux ». C'est ce que l'un des entrepreneurs rencontrés sous-tend en disant : « *Je me suis posé la question : dans quel domaine je me sentirai le mieux, j'aurais pu aller à l'ANPE me proposer des reclassements, ils m'ont proposé des trucs d'informatique, moi je suis très allergique à ça* ». Ancien animateur d'une radio communautaire à Marseille, il s'est retrouvé finalement à l'aise dans la vente des instruments de musique venant du Maghreb où il fait travailler de nombreux artisans algérois. Cependant, il insiste sur le fait qu'il ne fait pas que vendre, mais il contribue à la promotion et au développement de sa culture d'origine qu'il revendique « *haut et fort* », lui qui est devenu français, marié à une française. À vrai dire cette référence, que font ces entrepreneurs à la culture et à l'art, leur donne l'impression de garder un pied, si nous pouvons nous exprimer ainsi, dans leur domaine initial, de résister à l'achèvement de la reconversion. En effet, un entrepreneur explicite cette résistance en disant : « *Je ne suis pas tellement à l'aise dans ce que je fais, maintenant que je suis marié à une française et que j'obtiendrai ma nationalité française dans quelques temps, il n'est pas exclu que je fasse une formation pour exercer une fonction qui correspond à mon niveau.* »

L'entreprise, expression de la solidarité familiale ou mode de promotion sociale ?

Après les premières années de vie de leur petites entreprises, ces entrepreneurs se sont donnés pour objectif d'aider les membres de leur famille restés en Algérie, au Maroc ou en Tunisie à créer à leur tour leur petite entreprise ou tout simplement investir dans les domaines du tourisme, du commerce ou de la construction qui génèrent bien entendu de l'emploi et qui évitent dans certains cas l'exode rural dans les grandes villes pour des jeunes en quête désespérée d'un emploi.

Nous ne disposons pas de chiffres sur la part des investissements de la communauté algérienne en France mais notre enquête de terrain montre en tout cas que l'argent des immigrés sert aussi à créer des emplois et à aider au développement des zones rurales comme dans le cas de la Kabylie où nous avons pu vérifier notre hypothèse. Quels sont les secteurs économiques investis par les immigrés et dans quelle proportion ?

Nous pouvons citer de nombreuses entreprises: C'est le cas notamment d'un jeune algérien travaillant aux États-Unis dans le secteur de l'informatique et qui a apporté non seulement l'idée mais aussi l'argent indispensable à la création d'une entreprise en marbrerie que dirigent en Algérie depuis 1995 son jeune frère et sa sœur, tous deux dotés d'un niveau de qualification élevé. Cette entreprise emploie aujourd'hui près de 20 personnes. Un autre, vivant à Marseille et ayant créé son entreprise dans le secteur du bâtiment il y a maintenant près de dix ans, a aidé financièrement son frère aîné resté au pays à se lancer dans la création d'entreprise après de longues années de chômage et de petits boulots. Habitant un village à une trentaine de kilomètres de Béjaïa et compte tenu des problèmes de transport auxquels sont confrontés les habitants des villages avoisinants dont la plupart travaillent dans les entreprises situées à Béjaïa, il a songé à exploiter ce créneau en achetant un minibus pour relier le douar d'Ifnayan à Béjaïa. Trois ans ont suffi à cette petite entreprise familiale pour se développer et s'agrandir en exploitant d'autres lignes de transport en commun notamment Béjaïa/Alger via Bouira et Béjaïa/Alger via Tizi Ouzou. Certains ont réussi comme cet entrepreneur marocain, patron d'une boucherie hallal à Saint Denis, à acheter un hôtel restaurant dans sa ville natale Agadir où il emploie une dizaine de personnes provenant du réseau familial. L'entreprise vit essentiellement de l'activité touristique. D'autres tout simplement achètent des terrains et construisent des maisons sur place ce qui génère des activités et des emplois pour les populations rurales. Ceci est vrai pour les entrepreneurs d'origine algérienne mais aussi marocaines ou tunisiennes. Les régions de Béjaïa en Algérie, de Souss au Maroc ou de Sfax et Ghomrassen en Tunisie font aujourd'hui partie des quelques régions maghrébines où l'on crée le plus de TPE/PME et qui connaissent un dynamisme économique remarquable. Outre les facteurs de tradition commerciale de ces régions, la tradition migrante et l'apport du capital migrant (humain, financier, savoir faire, etc.) sont des facteurs qui contribuent sans à doute à cette dynamique singulière.

Un intérêt accru pour le secteur des services

À la différence des premières générations de commerçants maghrébins qu'incarne la figure « du petit boutiquier », les entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine se sont orientés ces dix dernières années vers le secteur des services pour créer leur entreprise. 98 entreprises sur les 219 que compte notre échantillon³, soit 45 %, sont constituées de petites et moyennes entreprises opérant dans le secteur tertiaire dont une grande partie est créée durant la dernière décennie. Contrairement aux activités commerciales et/ou artisanales, de plus en plus de personnes s'engagent dans des activités diversifiées de service qui n'ont rien à envier à celles dirigées par leurs homologues français. Ces petites entreprises, on les trouve aussi bien dans la réalisation de logiciels informatiques, les agences de voyages, de conseil en publicité et/ou en systèmes informatiques, qu'en comptabilité, secrétariat et/ou traduction, interprétariat. Ce sont des activités qui nécessitent un niveau de

³ À partir des fichiers de la chambre de commerce et d'industrie de Paris, nous avons réussi à répertorier 219 petites entreprises sur un total de 2 000 entreprises établies en Ile-de-France soit près de 11 %, appartenant aux populations issues de l'immigration maghrébine. Sur la base d'une exploitation des noms et prénoms à consonance maghrébine, nous avons constaté que les artisans, commerçants et entrepreneurs (ACE) issus de cette immigration investissent de plus en plus dans des secteurs économiques nouveaux. Ces activités, on les recense aussi bien dans le secteur des services que dans celui de la petite production (transport, couture, sécurité, publicité, informatique, conseil aux entreprises, agences de voyage/tourisme, informatique, fabrication de vêtement/textile, cabinets d'ingénierie et d'études techniques, cabinets de conseil et/ou d'avocats, etc).

formation élevé, le plus souvent des ingénieurs ou des diplômés universitaires de type Bac + 5 ou ingéniorat.

Il faut souligner aussi l'essor des activités de sécurité et de gardiennage qui sont localisées dans des zones urbaines sensibles pour lesquelles il existe une forte demande de sous-traitance de la part des grandes surfaces ou des services publics. Le secteur des transports connaît lui aussi un essor important puisque nous avons recensé 52 entreprises sur les 219 entreprises localisées en Île de France, soit 24 % de l'ensemble des entreprises enregistrées. Il s'agit aussi bien du transport de proximité, essentiellement des très petites entreprises individuelles concentrées dans le secteur de transport et de livraison de marchandises diverses. D'autres entreprises relèvent du transport (international) de voyageurs particulièrement entre la France et le Maroc. Une forte présence d'une communauté marocaine en France et la cherté des transports aériens ont permis à quelques entrepreneurs d'investir ce domaine en proposant aux familles modestes désirant passer leurs

vacances au pays de voyager par car à des prix défiant toute concurrence. De nombreuses entreprises sont installées en Île de France et dans les grandes villes françaises et assurent le transport de personnes entre les différentes villes françaises et marocaines. Ces entreprises commencent depuis peu à s'intéresser aux ressortissants algériens en proposant une destination vers les villes algériennes frontalières du Maroc (Oran, Tlemcen). À côté du transport, nous avons relevé aussi l'existence de petites entreprises dans les domaines d'enquêtes et de sécurité, 13 au total soit 6 % de l'ensemble de notre échantillon. La création d'entreprise dans le secteur des services est un phénomène nouveau et nos chiffres témoignent qu'une dynamique est désormais enclenchée qui va sans doute connaître dans les années à venir une véritable percée à la fois quantitative et qualitative de l'activité entrepreneuriale de la communauté maghrébine. Et il faut dire que cette avancée n'est qu'à ses débuts.

Organisation économique et réseaux ethniques

L'analyse des réseaux montre que ceux-ci se fondent souvent sur des communautés ethniques : aveyronnaises pour les brasseries parisiennes décrites par M. Ferrary (1999) ; juive pour les diamantaires décrits par Coleman (1988), arabe pour les marchands du souk marocain analysé par Geertz (1979) et chinoise dans le cas analysé par M. Granovetter (1985). Notre enquête sur les entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine semble confirmer l'idée selon laquelle les réseaux se constituent sur des bases ethniques. Le fait d'appartenir à une communauté avec laquelle on a le sentiment de partager des manières d'être, d'agir de penser et de sentir communes renforce sans doute le sentiment de confiance et de solidarité communautaire. Ceci est d'autant vrai quand on est confronté à des difficultés d'insertion professionnelle du fait de la saturation du marché du travail ou de la discrimination à l'embauche. Cependant l'amorce d'une dynamique d'échange suppose un intérêt à échanger avec les autres et n'implique pas forcément d'appartenir à un réseau ethnique car le plus important pour s'insérer dans un réseau est d'apporter une ressource à échanger qui intéresse les membres composant le réseau. L'apport là aussi de la sociologie économique est d'un grand secours puisqu'il ne suffit pas seulement d'affirmer que tous les échanges ne peuvent pas être ramenés à des échanges économiques mais c'est parce qu'il y a des échanges non économiques que les échanges économiques sont possibles (Ferrary, 2001).

Donner, recevoir, rendre : une pratique courante dans les réseaux d'entrepreneurs d'origine maghrébine

L'exemple des réseaux des entrepreneurs d'origine maghrébine en France montre que la nature des biens échangés n'obéit pas uniquement à la théorie marchande de l'échange mais relève aussi de l'échange par le don/contre don. Pour schématiser, disons que toute initiation d'échange suppose que l'on ait une ressource à donner que l'autre veut non seulement obtenir mais pour laquelle il est prêt à donner quelque chose en retour. Si l'on regarde les réseaux sociaux de ces entrepreneurs, on s'aperçoit qu'ils se composent d'autres membres de la communauté maghrébine qui occupent des métiers divers et variés : des commerçants et des grossistes (produits alimentaires, boucherie, confection, etc.), des avocats issus de la communauté et qui font des affaires avec ces entrepreneurs, des membres d'associations impliquées dans le secteur, des artisans, des intermédiaires eux-mêmes commerçants ou parfois salariés mais qui jouissent d'une réputation d'hommes honnêtes et qui servent de médiateurs dans des opérations commerciales entre entrepreneurs et clients notamment quand il s'agit d'échanges transfrontaliers (France-Maghrab et vice versa), etc. Cette communauté constitue un véritable réseau social où tous les membres se connaissent, ont connu souvent les mêmes trajectoires migratoires et ont fréquenté les mêmes écoles voire les mêmes espaces de socialisation (école, quartiers, région du pays d'origine). Loin de constituer une communauté homogène, chaque groupe ethnique privilégie des échanges en interne pour les raisons de confiance et de proximité. Il est rare de voir un Kabyle (algérien) se mélanger aux Soussi marocains ou aux Tunisiens de Sfax ou même aux autres Algériens non Kabyles. L'inverse est aussi vrai. À l'intérieur de ces réseaux, chacun des membres détient des informations sur le reste des membres du réseau et certains moments comme les fêtes ou les événements religieux (Ramadhan, fête de l'Aïd, animation et fêtes associatives, etc.) sont l'occasion de se retrouver, d'échanger des informations et de faire des affaires. Ces rassemblements ne sont pas motivés a priori par des considérations matérielles ou économiques mais visent en réalité la construction et le renforcement de liens sociaux forts ou faibles de nature non économique, et cela même si, en réalité, on y vient aussi pour « faire des affaires », essayer de trouver du travail, obtenir des informations sur tel ou tel secteur d'activité, chercher des conseils pour créer son entreprise ou des clients potentiels pour les commerçants et les chefs d'entreprise, etc.

Il n'est pas rare par exemple d'observer des avocats issus de l'immigration maghrébine conseiller les entrepreneurs sur des questions relatives

aux aspects juridiques, fiscaux et financiers de l'entreprise. En retour, les entrepreneurs font de la publicité gratuite au sein des réseaux au profit des cabinets d'avocats qui les ont aidés. Un avocat interrogé dans le cadre de l'enquête a confié qu'il a vu la clientèle de son cabinet tripler depuis qu'il travaille avec les entrepreneurs issus de la même communauté. En échange des services rendus, les entrepreneurs font circuler le nom de l'avocat et celui de son cabinet parmi leurs connaissances, non seulement en France mais aussi en Algérie.

Confiance, réputation et honneur comme modes de régulation des réseaux ethniques

Dans ses travaux, Mark Granovetter a souvent expliqué que le manque de confiance est un ingrédient qui favorise la trahison, l'opportunisme et le désordre. Il nourrit tout simplement les comportements déviants. Dans la mesure où l'incertitude qui pèse sur les biens échangés peut remettre en cause l'efficacité des régulations marchandes [Thévenot, 1989] et que le contrat ne suffit pas — comme Émile Durkheim l'a bien vu le premier — pour remédier à ce type de défaillance, force est de prendre en compte d'autres mécanismes de régulation que celui de la main invisible. C'est pourquoi les notions de réputation et de confiance (au sens que lui donne Kenneth Arrow [1974], c'est-à-dire un « lubrifiant des rapports sociaux ») peuvent être utilement mobilisées ici pour comprendre le mode d'usage du capital social. Notre hypothèse est que les acteurs cherchent à socialiser ou si l'on préfère à encadrer la relation d'échange économique dans un réseau de relations interpersonnelles basé sur la réputation et la confiance, et cela de manière à limiter toute forme d'opportunisme ou d'incertitude sur le marché. Le degré d'interconnaissance (que l'on peut mesurer à l'aide de la densité et de la durée des relations interindividuelles) entre les contractants rend l'échange plus fiable dans la mesure où chacun des contractants peut anticiper que l'autre agira honnêtement, et inversement [Ferrary, 2001].

Dans les réseaux sociaux maghrébins, l'entrepreneur, le commerçant, le grossiste, le client, l'avocat, le militant associatif ou l'intermédiaire qui ne rend pas le don ou qui agit malhonnêtement est exposé à l'opprobre communautaire et est vite exclu du réseau. L'information circule rapidement. Aussi le fait de ne pas rendre un don ou d'adopter un comportement opportuniste expose son auteur à un risque majeur, celui de perdre la confiance que lui accordait la communauté. Pour lui comme pour ses proches, l'exclusion du réseau d'échanges est une conséquence probable. Les acteurs intègrent vite cette règle du jeu et se servent donc de la confiance comme un atout au service d'une « forme d'organisation

sociale », au sens que lui donne Lucien Karpik [1989], qui favorise des échanges qui ne seraient pas autrement possibles dans le cadre de marchés formellement organisés. Pour être plus explicite encore, il faut préciser que la réputation et la confiance ne s'achètent pas et ne se vendent pas. Ce sont des biens non commercialisables dont l'acquisition passe par d'autres épreuves que celles du monde marchand de la théorie néo-classique. C'est du donnant-donnant m'a expliqué un entrepreneur d'origine algérienne pour qui toute transaction doit obéir à ce principe même si les choses se présentent beaucoup plus sous forme de codes, de non dits et d'implicites. La personne qui n'est pas capable de donner ou en mesure de rendre le don est définitivement mise à l'écart du réseau.

Entre ici et là-bas, des rapports empreints d'entraide et de solidarité

Dans le cas des entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine, le recours aux relations personnelles est favorisé par la tradition culturelle qui encourage et impose la solidarité et l'entraide. Celui qui a réussi doit se servir de sa propre réussite pour aider les autres, à commencer par les membres de sa famille. Chaque individu qui se respecte se sent responsable de plusieurs parents plus ou moins proches. Ainsi que le remarque P. Bourdieu dans *Travail et travailleurs en Algérie*, le népotisme est ici une vertu. Quand on a une entreprise, on se doit de donner du travail aux membres proches de la famille, du village ou de la région d'origine. Aussi peut-on dire que ce ne sont pas à proprement parler les entreprises qui recrutent. L'embauche est réalisée de manière spontanée d'abord dans l'environnement familial et parfois dans le réseau communautaire où tout le monde connaît tout le monde. La confiance et la réputation sont ici indispensables pour se faire une place dans ces réseaux ethniques. Autrement dit, on attache moins d'importance aux compétences des individus qu'à leur comportement et leur façon d'être. Il ne faut pas s'étonner dans ces conditions que près de 90 % des enquêtés aient pour compagnon de travail des parents ou des membres de leur groupe d'origine, village ou région.

Il existe tout un réseau de petits groupes nés de l'entraide et de la cooptation, qui, au sein d'un monde de travail générateur de diverses formes d'injustices (chômage, discrimination à l'embauche, importance du diplôme mais aussi du capital social pour trouver un emploi, etc.), présentent des relations sociales caractéristiques d'un système de solidarité ethnique fondé sur des liens de parenté et d'interconnaissances communautaires. L'obtention d'un emploi dépend moins des savoirs et savoirs-faires spécifiques que d'un ensemble de qualités de statut dont

le réseau des relations familiales ou amicales est un élément capital. Ici, et contrairement à la thèse de la force des liens faibles de M. Granovetter, les liens forts jouent un rôle central dans l'accès à l'emploi. Dans un contexte de crise économique et d'exclusion sociale et ethnique, la famille et plus largement la communauté, sont les derniers espaces où l'individu vient non seulement se ressourcer mais également trouver les soutiens matériels nécessaires (mobilisation de l'épargne familiale, emprunt sans intérêt...).

La création de l'entreprise est de ce fait une affaire familiale. Elle est l'occasion de mobiliser et de mesurer le degré de solidarité des frères et sœurs. C'est ce que j'ai pu constater lors de mes entretiens. Très souvent, à côté du porteur de projet, le fils, le frère ou le cousin figure comme associé. En contrepartie, l'entrepreneur espère pouvoir offrir un emploi à ses proches au chômage ou en situation précaire. Le capital social est ainsi mobilisé et mis à l'épreuve, surtout dans les moments difficiles, lorsqu'il s'agit par exemple de constituer un capital financier de départ ou de faire face à des problèmes de trésorerie. L'emprunt intra-communautaire est le recours auquel pensent généralement les entrepreneurs rencontrés, et cela bien avant les démarches auprès d'une banque, entité jugée froide et interpersonnelle. Mobiliser son capital social, et non un établissement de crédit, évite les procédures. Il n'y a ni signature, ni présence de tierces personnes, ni intervention du notaire. Tout se fait de manière implicite et sur la base de la parole donnée et de l'honneur du groupe. La contrepartie est un renforcement du capital symbolique du créancier et un rattachement plus ferme encore du débiteur au réseau des commerçants et entrepreneurs. Le débiteur n'hésite d'ailleurs pas, dès que l'occasion se présente, à manifester sa reconnaissance envers son créancier et lui fait savoir qu'il est à sa disposition pour lui rendre service.

Avec les relations de parenté ou d'origine, des réseaux d'interconnaissance se maintiennent aujourd'hui au sein des quartiers des grands centres urbains. Ils jouent un rôle important dans la transmission des informations concernant les entreprises qui embauchent, les personnes qui recherchent un emploi, les réseaux où trouver des emprunts sans intérêts, les clients potentiels, etc. Partager, donner du travail, rendre un service, aider les siens et échanger des informations sur une base informelle (parole donnée, confiance, réputation) sont des pratiques courantes dans ces réseaux qui, au-delà de la recherche du gain, permettent le renforcement du lien social, l'acquisition d'un véritable statut social et la préservation de la cohésion communautaire.

Il est intéressant de souligner ici le rôle que jouent les associations d'immigrés en France qui se préoccupent essentiellement du développement de leur village ou de leur région d'origine au moyen de financements de nombreux projets. À l'instar des ressortissants de la région du fleuve Sénégal (maliens, mauritaniens, sénégalais) étudiés et analysés par Quiminal (1991), Yatèra (1996) et Daum (1998), de nombreux autres groupes issus de l'immigration maghrébine commencent à prendre des initiatives de ce type pour venir en aide aux habitants de leur village ou de leur régions en leur apportant les financements nécessaires (construction de routes, de mosquées, électrification de certains villages, remettre en état certaines fontaines comme c'est le cas en Kabylie, financer des initiatives culturelles, bibliothèques, etc.). Ces projets contribuent non seulement à créer de l'emploi pour certaines catégories de population (jeunes, femmes au foyer), mais ils créent aussi du lien social et cultivent un certain esprit d'entreprise et de responsabilité qui sont au cœur des transformations sociales. Sur un plan purement symbolique, les entrepreneurs d'origine maghrébine en France ont tendance à compenser leur « disqualification sociale » et leur sous-visibilité dans la société française par une survisibilité dans leur pays d'origine en mobilisant leur épargne pour créer des petites entreprises, construire des grandes maisons (symbole de prestige et de réussite du projet migratoire) ou contribuer financièrement aux besoins de leur communauté villageoise.

Conclusion

Alors que la création de l'entreprise en France est d'abord un moyen de contourner un marché du travail difficilement accessible et discriminant pour les Maghrébins, l'investissement dans le pays d'origine est vécu comme un moyen d'aider la famille d'abord et d'entretenir des liens privilégiés avec le pays d'origine ensuite. De ce fait, un nouvel espace est né, comprenant tout à la fois pays d'origine et pays de résidence, pays de transit devenus à leur tour terres d'installations et partenaires commerciaux. Les émigrés sont en même temps immigrés et migrants, sédentaires et nomades, d'ici et de là bas. Le potentiel migratoire reste important et les liens avec le pays d'origine sont aussi forts que la création ou l'aide à la création d'entreprise le manifestent. Cette aide ou cette implication dans le développement local de leur pays d'origine obéit à une organisation par réseaux formels ou informels. L'analyse du fonctionnement de ces réseaux montre que l'échange par le don s'avère être une pratique d'échange courante entre des acteurs juridiquement indépendants mais socialement et économiquement



interdépendants. L'encastrement social et ethnique de l'activité économique rend nécessaire la socialisation des biens échangés et de l'échange en général entre des acteurs appartenant à la même communauté, ayant été socialisés dans les mêmes lieux et confrontés aux mêmes difficultés d'insertion et de travail. Le don/contre don est ici une véritable balance où sont comptabilisées toutes les actions bonnes ou mauvaises, matérielles ou symboliques; toute dérive opportuniste ou égoïste mettant en cause la confiance est vite sanctionnée par le réseau. L'exclusion et la mise à l'écart du réseau et plus largement de la communauté est le lot commun de tous ceux qui transgressent les règles du jeu et les lois implicites du groupe.

