HAL
open science

Ces étrangers qui deviennent entrepreneurs

Claire Zalc

To cite this version:

Claire Zalc. Ces étrangers qui deviennent entrepreneurs. Alain Chatriot Jean-Claude Daumas; Danielle Fraboulet; Hervé Joly (dir.). Dictionnaire historique des patrons français, Flammarion, 2010. hal-03418262

HAL Id: hal-03418262

https://hal.science/hal-03418262

Submitted on 22 Apr 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

voire de plusieurs de ces écoles (HEC et ENA), souvent sorties dans les grands corps (Cour des comptes pour Clara Gaymard, inspection des Finances pour Agnès Pannier-Runacher et Aline Sylla-Walbaum, les plus jeunes) : General Electric, Alcatel, Banque Lazard, Société générale, BNP Paribas, Fonds stratégique d'investissement, Unibail-Rodamco, ces femmes sont, on le voit, loin d'être cantonnées dans les secteurs déclarés « féminins » de la mode ou des médias. Polytechnicienne et membre du corps des Mines, Anne Lauvergeon symbolise, en 2010, ce type de trajectoire, quand Laurence Parisot, « patronne des patrons » depuis 2005, appartient à plusieurs de ces catégories : diplômée de l'IEP, elle entre en 1985 (elle a 26 ans) à l'institut de sondages Louis Harris, dont elle devient directrice l'année suivante ; en 1990, elle prend la direction de l'IFOP, dont elle détient une bonne partie du capital, héritière qu'elle est de deux générations d'entrepreneurs du bois et du meuble, le groupe Parisot.

On voit que si les patronnes ne sont, pour l'instant, pas encore les égales des grands patrons, on ne saurait ni forclore la place qu'elles tiennent depuis toujours au sein de l'économie, ni oublier qu'un carcan juridique organisé dans plusieurs domaines a tenté de les en tenir éloignées.

Annie FOUQUET, Jacqueline LAUFER et Sylvie SCHWEITZER

RENVOIS

Négociants en vin de Champagne, Gabrielle dite Coco Chanel, Anne Lauvergeon, Laurence Parisot, Annette Roux-Bénéteau, Dynasties patronales : l'art de durer, Le petit patronat.

Ces étrangers qui deviennent entrepreneurs

« Toute l'histoire économique montre que l'étranger fait partout son apparition comme commerçant, et le commerçant comme étranger », écrivait dès 1908 Georg Simmel. Outre les avantages liés à la posture extérieure de l'immigrant dans le développement des échanges, la notion même d'indépendance résonne d'une tonalité toute spéciale lorsqu'on étudie une population qui paraît, au prime abord, sans attaches, sans racines, et donc « naturellement » disposée à « entreprendre ». Dans un parallèle souvent fait entre

mobilité sociale et mobilité géographique, liberté de circulation rime souvent avec liberté d'entreprendre. L'hypothèse selon laquelle le « choix » de l'entreprise serait lié, chez les étrangers, à leur condition de migrant est renforcée par les discours des immigrants eux-mêmes, déclinés autour des « attraits » de l'indépendance et des espoirs de « se mettre à leur compte ».

Le Code du commerce de 1807 rend toute distinction nationale inopérante parmi les commerçants : les étrangers peuvent venir librement s'installer en France, monter ou acheter un commerce, un fonds artisanal, exploiter une industrie. Les années 1880-1919 voient la mise en place d'une série de restrictions à cette liberté d'établissement. Toutefois, s'inscrivant dans une logique de police, elles sont cantonnées à certains secteurs au poids économique peu significatif mais importants symboliquement, d'un point de vue « politique et moral » pour reprendre la terminologie de l'époque. Les interdictions professionnelles dressent en creux la liste des attributs du parfait criminel : le jeu (casinos), la drogue (pharmacies), la politique (presse). La loi du 16 juillet 1912 sur les nomades, légitimée par une logique du « maintien de l'ordre public », exclut les étrangers de la catégorie « forain » et réglemente, à partir du critère de nationalité, l'exercice d'un commerce ambulant. De même, la loi du 9 novembre 1915 qui réglemente l'ouverture de débits de boisson par des étrangers a un but politique : les débits de boisson sont les lieux privilégiés des réunions politiques, en particulier des militants pacifistes qui trouvent, dans les arrière-salles des bars et des cafés, la discrétion requise par leurs activités clandestines. Pourtant, la guerre de 1914-1918 constitue un moment de rupture dans les logiques d'identification : les commerçants étrangers ne sont plus directement associés à la figure du criminel, mais deviennent l'objet de revendications spécifiques autour du thème des « profiteurs de guerre ». Sur le Registre du commerce, mis en place en 1919, figure d'ailleurs la nationalité. Dans les années 1920, environ 15 % des créations d'entreprise à Paris sont le fait d'étrangers. De sexe masculin, dans leur grande majorité, ils sont originaires de plus de quarante nationalités différentes.

La nationalisation du monde de l'entreprise date des années 1930. À la faveur de la crise économique, les plaintes pour « protéger le commerce honnête » et dénoncer la pseudo-« concurrence déloyale des étrangers » se multiplient. L'affaire Stavisky joue en février 1934 un rôle de catalyseur. Le scandale financier lié aux agissements d'un juif d'origine russe, naturalisé français, déclenche les foudres xénophobes et antisémites des ligues et de la presse d'extrême droite. Le procès de « l'escroc-métèque » (Charles Maurras) devient rapidement celui de l'ensemble des milieux d'affaires étrangers. Les critiques dépassent les cercles politiques de l'extrême droite pour trouver

dans les institutions syndicales et consulaires un relais énergique. Chambres de commerce et chambres des métiers se mobilisent avec succès. Suite au décret-loi du 12 novembre 1938, il devient interdit à tout étranger d'exercer sur le territoire français une profession commerciale ou industrielle sans justifier de la possession d'une carte d'identité spéciale portant la mention *commerçant*. La demande s'effectue à la préfecture, puis elle est transmise à la chambre de commerce du département pour enquête et avis. L'heure de la liberté du commerce pour tous a sonné.

La fermeture du monde de l'entreprise aux étrangers, discours des temps de crise, resurgit dans les années 1970 mais avec une efficacité moindre. Bien que les avis défavorables se multiplient, 80 % des candidats obtiennent leur carte de commerçant étranger. La loi du 17 juillet 1984 met un terme à ces pratiques : la nouvelle carte de résident, valable dix ans, donne le droit d'exercer la profession de son choix, salariée ou indépendante. Dès cette date, le nombre d'entrepreneurs étrangers augmente : on recense 63 000 artisans, commerçants et chefs d'entreprise étrangers en 1982 ; 111 400 en 1999. C'est que l'indépendance devient un débouché, dans les contextes de crise, pour les exclus du marché du travail salarié.

On a tôt fait de voir dans l'entrepreneur étranger un emblème de réussite sociale. Figure d'une certaine élite, il témoignerait des potentialités d'intégration économique. L'image s'arrime à quelques cas de réussite spectaculaire, vite devenus exemplaires : ainsi des frères Pariente, tunisiens, qui font de Naf Naf, petite entreprise créée dans les années 1970, une marque de la mode internationalement connue. Pourtant l'accès à l'indépendance n'est pas nécessairement synonyme de promotion sociale pour les immigrants. Nombre de réfugiés politiques trouvent dans la boutique la seule issue possible pour subvenir rapidement à leurs besoins et assurer leur survie. Ainsi du sociologue allemand Norbert Elias qui, fuyant l'Allemagne nazie, ouvre à Paris en 1934 un commerce de jouets en bois ! Les entrepreneurs étrangers se différencient entre établis et pionniers. Les premiers bénéficient d'assises dues à une présence plus longue dans la société française. Ils en tirent parti pour privilégier des implantations économiques à la fois plus individuelles, plus prospères et pourtant plus risquées. Les seconds, arrivés il y a peu, cherchent dans l'entreprise un moyen rapide de se construire une situation. Leurs entreprises sont moins riches mais également moins risquées ; elles fonctionnent surtout grâce aux ressources d'un passé migratoire encore proche.

Autre mythe tenace : celui qui lie quasi mécaniquement origine nationale et secteur d'activité. Les stéréotypes autour de l'épicier arabe et du buraliste asiatique sont légion, comme naguère à propos du tailleur juif polonais et

du maçon italien. Mais le succès des entrepreneurs italiens du bâtiment dans l'entre-deux-guerres s'explique d'abord par la forte croissance du marché immobilier à l'époque, ainsi que par les caractéristiques du secteur du bâtiment : faible investissement de départ, en capital comme en machines, grande souplesse tant dans les rythmes que dans les structures de production, et enfin fort *turn-over*. Le secteur de la confection concentre également les étrangers nouvellement arrivés. Dans les entreprises du Sentier, à Paris, se succèdent immigrants d'Europe centrale et orientale, Turcs et Arméniens, juifs d'Afrique du Nord, Chinois, Pakistanais, etc. Les spécialisations professionnelles s'expliquent non par l'importation de traditions mais par la diffusion d'un type de travail, au sein d'une filière migratoire, ou encore par une logique d'accumulation professionnelle. Parmi les créateurs tunisiens d'entreprises du bâtiment dans les années 1970, 90 % sont d'anciens salariés du secteur.

Est-ce à dire que l'entrepreneur étranger fonde nécessairement son succès sur la ressource ethnique, exploitant ses compatriotes dans des entreprises qui sont des vitrines sociales des communautés ? Venue d'outre-Atlantique, la littérature sociologique sur l'entreprise ethnique décrit la mise en place d'un marché économique autonome et distinct, qui alimente les flux migratoires en facilitant l'emploi et la mobilité sociale des immigrants. Ces entreprises participent à la construction des communautés : elles rendent possible la mise en place de pratiques communes de consommation et d'approvisionnement et favorisent la sociabilité. Mais tout ne se résume pas à l'ethnicité. Les entrepreneurs étrangers puisent leurs ressources relationnelles et capitalistiques dans le couple, la fratrie, la communauté d'origine mais s'appuient aussi sur les réseaux noués en France, avec d'autres immigrés, voisins ou amis.

Dans l'entre-deux-guerres, les ateliers de Belleville bruissent de mille langues, associant Grecs, Turcs et juifs polonais dans un empire du cuir international, qui ne s'embarrasse pas de frontières communautaires. Le partage des espaces commerciaux et le travail en commun dans les entreprises des étrangers suscitent des solidarités. Mais ils provoquent aussi tensions et concurrences entre les immigrants, comme entre Français et étrangers. Certaines pratiques dénotent parfois une volonté d'échapper aux stigmates de l'origine sur la scène économique : Norbert Elias baptise son entreprise les « Ateliers Norbert », comme s'il cherchait à dissimuler son patronyme étranger, aux consonances juives. Il fait partie en cela des nombreux entrepreneurs qui ne mettent en avant ni leurs origines ni leur nationalité dans leur activité.

Claire ZALC