Zeitschrift: Tsantsa : Zeitschrift der Schweizerischen Ethnologischen Gesellschaft = revue de la Société suisse d'ethnologie = rivista della Società svizzera d'etnologia

Herausgeber: Schweizerische Ethnologische Gesellschaft

Band: 9 (2004)

Artikel: Citoyenneté politique, citoyenneté économique : entreprenariat immigré et politique d'intégration à Berlin

Autor: Pécoud, Antoine

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1007457

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 16.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Citoyenneté politique, citoyenneté économique

Entreprenariat immigré et politique d'intégration à Berlin

Antoine Pécoud

L'entreprenariat joue un rôle croissant au sein des populations immigrées dans les pays industrialisés. En Amérique du Nord comme en Europe occidentale, les minorités sont fortement représentées dans certains secteurs commerciaux: bien que souvent désavantagés en termes de capital financier ou de compétences, beaucoup d'immigrés sont parvenus à se mettre à leur compte, et les interactions entre entreprenariat, immigration et ethnicité ont fait l'objet de nombreuses analyses (Light et Gold 2000; Kloosterman et Rath 2003). Le rôle de l'entreprenariat dans les politiques dites d'intégration a cependant été peu étudié. Les commerçants immigrés sont pourtant de plus en plus pris en compte par les pouvoirs publics, et cette nouvelle orientation des politiques d'intégration soulève plusieurs questions fondamentales. Cet article analyse donc l'intérêt des décideurs politiques et économiques à l'égard de l'entreprenariat turc à Berlin, suggérant qu'il s'inscrit dans une approche des minorités qui souligne leur fonction économique et conduit à l'émergence d'une «citoyenneté économique».

L'entreprenariat turc à Berlin

Les premiers commerces turcs sont apparus dans les années 1960 et exploitaient la demande des migrants pour des produits issus de leur pays d'origine. Aujourd'hui, il existe environ 41'000 commerces tenus par des immigrés turcs ou par leurs descendants[1]. Les Turcs sont ainsi devenus la population d'origine immigrée la plus fortement représentée dans le secteur des petites entreprises en Allemagne. On peut observer plusieurs tendances qui affectent l'évolution récente de ce qu'on appelle souvent l'«économie turque» (*türkische Wirtschaft*).

La première tendance est un désenclavement de ces activités commerciales. Celles-ci étaient initialement de type communautaire: entrepreneurs, employés, clients, produits et fournisseurs étaient d'origine turque, et les commerces se situaient au cœur des quartiers immigrés. Magasins d'alimentation ou de vêtements,

[1] Ces statistiques proviennent du *Mikrozensus* de 2000 et se basent sur la nationalité du propriétaire du commerce. Les commerces tenus par des immigrés naturalisés ne sont donc pas pris en compte.

agences de voyages, services de traduction représentaient alors l'essentiel de ces activités commerciales. Aujourd'hui, la majorité des commerçants ont quitté la «niche», tant géographiquement que socialement: leur clientèle provient en grande majorité de l'extérieur de la population turque, et il en va de même pour une fraction importante de leurs fournisseurs et employés[2]. Si une grande partie des entrepreneurs sont présents dans les secteurs classiques des économies immigrées que sont les restaurants ou les petites épiceries, on assiste à une diversification des secteurs d'activités et à l'apparition de commerçants turcs dans des domaines aussi variés que la publicité, les médias, les salons de coiffure, les garages, le bâtiment et les services financiers. Il est donc difficile de tracer les contours de cette «économie turque» puisque la plupart des commerces se situent à cheval entre minorité et majorité, entre réseaux «ethniques» et insertion dans un milieu social plus large.

La seconde tendance est l'hétérogénéité des entrepreneurs. A leurs débuts, ceux-ci présentaient un profil plus ou moins identique: il s'agissait d'hommes plutôt jeunes qui ouvraient des commerces de taille modeste dans un petit nombre de secteurs (Blaschke et Ersöz 1986). Si ce tableau demeure en partie d'actualité, l'évolution récente a vu l'émergence de nouvelles catégories de commerçants. On peut notamment observer la proportion croissante de commerçantes. Celles-ci, de par leur différence de statut au sein de la population turque, ne ressemblent guère à leurs collègues masculins: Hillmann (1999) montre qu'elles n'ont en général pas accès aux ressources dites «ethniques» (c'est-à-dire au soutien d'autres membres de la minorité turque), et que leurs activités professionnelles ne diffèrent que peu de celles de leurs homologues non-turques. De même, certains entrepreneurs d'origine turque ont atteint un niveau de réussite élevé et leur succès leur a permis de se détacher des réseaux turcs qu'ils mobilisaient à leurs débuts.

Du fait de ces deux tendances, l'ensemble appelé «économie turque» a perdu beaucoup de sa cohérence. Les entrepreneurs issus de cette minorité ont de moins en moins de points communs et, en les plaçant dans une catégorie unique, on surestime l'importance de leur origine au détriment de leur diversité en termes de classe et de genre. Une partie importante d'entre eux ont perdu leur spécificité «turque» ou «ethnique», et on peut donc douter de l'existence même de cette «économie turque» (Pécoud 2003). Leurs activités commerciales se sont diversifiées: certains entrepreneurs demeurent fortement «ethniques», d'autres s'assimilent, et la majorité se situe quelque part entre ces deux extrêmes. Il convient alors de penser l'entreprenariat turc comme un continuum allant de commerces entièrement imbriqués dans cette minorité à d'autres qui s'en seraient totalement détachés et qui n'aurait de «turc» que l'origine (ou la nationalité) de leur propriétaire.

C'est dans ce contexte qu'émergent l'intérêt des décideurs allemands pour l'entreprenariat immigré et l'idée selon laquelle l'entreprenariat pourrait constituer une manière d'améliorer la situation des minorités. Si cette idée s'applique en principe à toutes les populations d'origine immigrée, elle trouve toute sa pertinence dans le cas de la plus importante et la plus désavantagée d'entre elles, la minorité turque. Arrivés en Allemagne plus ou moins en même temps que les Turcs, les Italiens et les Grecs ont également investi dans l'entreprenariat, mais ont connu une mobilité sociale plus importante. Celle-ci est en partie due, sur le plan administratif, à leur appartenance à l'Union européenne qui leur confère des droits plus étendus que ceux dont jouissent les Turcs et qui facilite leur insertion sur le marché du travail. C'est donc essentiellement à la population d'origine turque que s'adressent les politiques dites d'intégration.

Sur le plan économique, l'entreprenariat est supposé fournir des perspectives viables à des immigrés qui en manquent cruellement et servirait ainsi de remède au chômage et à la marginalisation professionnelle qui affectent les minorités. Sur le plan social, il donnerait aux populations immigrées une place reconnue au sein de

[2] Selon le *Zentrum für Türkeistudien* (2001), 89% des entrepreneurs turcs ont des clients non-turcs et 76,9% ont des fournisseurs allemands. Près d'un tiers (30,2%) des employés des entrepreneurs turcs ne sont pas d'origine turque.

la société allemande et favoriserait leur «intégration». Cette fonction sociale de l'entreprenariat passe notamment par la formation professionnelle. Celle-ci joue un rôle central sur le marché du travail allemand mais beaucoup de jeunes immigrés quittent très tôt le système éducatif sans obtenir de diplôme professionnel. Il s'agit donc également d'inciter les entrepreneurs à créer des places d'apprentissage, ce qu'ils n'ont guère fait jusqu'à présent en raison de leur ignorance du système et de ses complexités administratives.

La création d'entreprises par les immigrés devrait également améliorer leur image. Ceux-ci sont souvent soupçonnés de dépendre des aides sociales et de coûter cher à l'Etat: mettre en avant leur dynamisme commercial peut changer cette représentation et contribuer à établir de meilleures relations entre populations immigrées et «autochtones». La création de commerces et d'emplois devrait ainsi modifier la réputation de la population turque, perçue non plus comme composée uniquement de *Gastarbeiter* mal intégrés mais comme participant pleinement à la vie économique allemande. L'intérêt à l'égard de l'entreprenariat n'est donc pas qu'une question de perspectives professionnelles: il s'agit plus généralement de concevoir les activités commerciales comme un vecteur d'intégration des populations immigrées.

On assiste là à une rupture avec le passé: les activités commerciales des minorités ont longtemps été considérées comme une conséquence marginale des migrations de travail. La raison d'être des immigrés était de servir de main-d'œuvre aux entreprises allemandes, et non de devenir eux-mêmes employeurs. Cette conviction allait de pair avec un cadre légal peu favorable aux commerçants de nationalité étrangère. L'idée d'un soutien aux entrepreneurs permet donc de rompre avec cette situation et répond aux intérêts d'un ensemble hétéroclite d'acteurs sociaux, allant des associations d'entrepreneurs turcs aux responsables pour l'intégration du gouvernement berlinois en passant par les chambres du commerce et de l'industrie et le patronat. La popularité de l'entreprenariat s'explique par sa position au carrefour des motivations hétérogènes de ces différents acteurs sociaux. En particulier, les activités commerciales permettent de conjuguer – de manière peut-être superficielle – les intérêts «sociaux» liés aux questions d'intégration, de chômage et de cohésion sociale et les préoccupations «économiques» associées aux problèmes d'emploi, de formation et de création d'entreprises.

Cet intérêt a été rendu possible par l'existence d'une élite commerciale turque. Cette petite minorité, composée de PME employant quelques dizaines de personnes, a changé l'image de l'entreprenariat immigré, montrant que celui-ci pouvait être un vecteur de mobilité sociale et ne se résumait pas à des petites échoppes précaires. Cette «élite» s'est organisée, créant une association dont le but est d'aider les commerçants potentiels à se mettre à leur compte et d'inciter les pouvoirs publics à s'intéresser davantage à l'entreprenariat immigré. Bien que peu représentative, cette association est incontournable pour qui s'intéresse à l'entreprenariat immigré. Les décideurs économiques et politiques y ont trouvé un interlocuteur qui facilite leurs initiatives dans le domaine. De leur côté, les entrepreneurs turcs trouvent dans ce partenariat un accès privilégié à des réseaux d'influence berlinois.

L'intérêt pour l'entreprenariat immigré se manifeste de plusieurs manières. Des conférences sont organisées, réunissant des entrepreneurs immigrés et des représentants des milieux politiques et économiques berlinois. Les responsables des chambres de commerce et d'industrie de la ville, de même que les sections locales des partis politiques, recherchent des entrepreneurs turcs afin de développer leurs réseaux au sein de cette population et de se donner une image plus multiculturelle. Un petit nombre de centres d'information ont été créés dans les quartiers à forte population immigrée et ont pour but d'informer les entrepreneurs turcs sur les démarches à effectuer pour recruter et former des apprentis.

Ce faisceau d'intérêts pour l'entreprenariat n'est pas un cas isolé et s'inspire d'autres expériences menées ailleurs. En Allemagne, la Rhénanie du Nord-Westphalie a lancé les premières politiques destinées aux commerçants potentiels. La présence du *Zentrum für Türkeistudien* à Essen a joué un rôle important: cet influent *think tank* s'intéresse depuis longtemps à l'entreprenariat et a convaincu le gouvernement régional de financer des programmes encourageant les immigrés à se mettre à leur compte (Sen et Goldberg 1996: 81-98). En Europe, le soutien aux entrepreneurs immigrés connaît également une popularité croissante. Il se pratique depuis deux décennies en Angleterre (Ram 1998) et, plus récemment, en Ecosse, au Portugal, en Autriche ou aux Pays-Bas (Betz et Haberfellner 1999). Les entrepreneurs immigrés se retrouvent de plus en plus au centre de l'attention des pouvoirs publics: dans des sociétés confrontées à des problèmes d'emploi et de cohésion sociale, les activités commerciales apparaissent, à tort ou à raison, comme porteuses de solutions.

Entreprenariat, utilité économique et acceptation des immigrés

Cet intérêt pour l'entreprenariat immigré comme vecteur d'intégration témoigne d'une rupture avec les conceptions qui ont longtemps dominé, selon lesquelles les immigrés n'avaient pas vocation à devenir entrepreneurs. Il est possible d'aller plus loin et d'avancer que cet intérêt s'inscrit dans un processus plus fondamental d'acceptation des minorités. L'Allemagne a longtemps eu une attitude ambivalente à l'égard de ses immigrés. Malgré leur importance numérique et la durée de leur présence, ceux-ci ont longtemps été considérés comme extérieurs à la société allemande. Cette situation est cependant en train d'évoluer.

L'accès à la nationalité, modifié depuis janvier 2000, introduit par exemple le principe du droit du sol pour les enfants d'immigrés nés en Allemagne. L'accès des immigrés au passeport allemand est ainsi facilité, même si la double nationalité – initialement prévue dans le projet de loi – n'est toujours pas admise, illustrant la tendance persistante de la nation allemande à suivre le principe du droit du sang et à refuser d'incorporer des sujets «ethniquement» différents. De même, les municipalités de villes comme Francfort et Berlin ont créé des départements chargés des questions liées à la présence de minorités immigrées, reconnaissant ainsi que celles-ci sont désormais constitutives de la société allemande (Vertovec 1996). L'intérêt pour l'entreprenariat immigré procède de cette tendance: il est maintenant acquis que les populations issues de l'immigration sont durablement établies en Allemagne et qu'elles doivent y trouver leur place. Il convient donc de reconnaître leurs spécificités, à commencer par leur dynamisme commercial. Il y a ainsi un lien entre entreprenariat et une approche des minorités qu'on pourrait qualifier de multiculturelle: les activités commerciales permettent aux immigrés d'exprimer ce qui est perçu, à tort ou à raison, comme une de leurs caractéristiques et de trouver leur place au sein de la société allemande (Pécoud 2002).

L'intérêt pour l'entreprenariat souligne l'importance du facteur économique dans cette acceptation des minorités immigrées. Dans ce processus de légitimation de la présence des immigrés, un argument qui joue en faveur de ces derniers est leur dynamisme commercial. Les minorités sont d'autant plus volontiers admises qu'elles contribuent à l'économie allemande, et l'entreprenariat permet aux immigrés de devenir économiquement utiles et de justifier ainsi leur présence. Plusieurs autres indices attestent de cette légitimation économique de la présence des minorités.

Le poids économique de la population turque est un des principaux arguments du *Zentrum für Türkeistudien* (ZfT), pour lequel les activités commerciales constituent un des apports majeurs des Turcs à

l'Allemagne (Sen et Goldberg 1996). Dans la même logique, plusieurs études du ZfT sur les pratiques de consommation de la population turque s'attachent à montrer par exemple que les Turcs possèdent proportionnellement davantage de lecteurs vidéo, d'ordinateurs ou de voitures de luxe que l'ensemble de la population et que leurs dépenses en télécommunications sont supérieures à la moyenne (Sen 1994). Les Turcs investissent de plus en plus en Allemagne plutôt qu'en Turquie et ce potentiel a trouvé un écho important, incitant plusieurs entreprises à investir dans des campagnes de publicité en turc.

La lutte contre le racisme utilise également cet argument économique. Kastoryano (1996: 179-182) en fournit une illustration en relatant les réactions aux attaques d'extrême droite perpétrées contre des Turcs à Mölln et Sölingen en 1992-1993. La population turque et les associations qui la représentent exigèrent des mesures contre ce type de violence et usèrent à cette occasion d'arguments économiques: elles évoquèrent des menaces telles que le blocage des comptes bancaires possédés par les Turcs auprès des banques allemandes. L'argumentation soulignait que le poids économique des Turcs n'était pas négligeable et que l'Etat se devait de prendre des mesures pour protéger une population utile à la prospérité du pays. Symétriquement, du côté allemand, les milieux industriels et financiers furent parmi les plus concernés par ces événements: des entreprises telles que Siemens, Lufthansa ou BMW exprimèrent leur solidarité à l'égard des non-Allemands et leur attachement à la tolérance et à la diversité culturelle. Ces milieux sont en effet très concernés par la mauvaise image que de tels actes peuvent donner à l'Allemagne et qui pourrait décourager les investisseurs étrangers. On voit là se développer un raisonnement selon lequel le racisme doit être combattu car il est économiquement nuisible.

On retrouve également cette approche économique des immigrés dans la recherche scientifique. Il existe de nombreuses analyses de l'impact des minorités sur la croissance économique, le chômage, le logement, les retraites, les coûts du système de santé ou les assurances sociales. Commentant ces travaux, Spencer (1994) souligne cette singularité: si l'approche allemande des migrations n'est généralement pas considérée comme un exemple à suivre, ce pays est en avance sur les autres en ce qui concerne l'évaluation de l'impact économique des immigrés. A l'exception des Etats-Unis, aucun autre pays ne dispose d'autant de données en la matière.

Finalement, cette approche économique de l'immigration inspire les débats politiques. Depuis 2000, le gouvernement allemand est engagé dans l'élaboration d'une loi sur l'immigration, au cours de laquelle l'argument économique a joué un rôle central: le but de cette loi est de favoriser l'entrée en Allemagne d'immigrés «utiles» et de déterminer la taille et la nature des flux migratoires en fonction des besoins de l'économie. Cette loi constitue une innovation au niveau européen, puisque jusqu'à présent seuls les pays d'immigration classiques (comme le Canada ou l'Australie) ont mis en place ce type de politique. Durant les débats sur le sujet, le critère de l'utilité économique a été dominant, certains allant même jusqu'à souhaiter réduire le nombre d'étrangers «inutiles» (comme les réfugiés) au profit des immigrés «utiles».

L'entreprenariat ne constitue donc pas un cas isolé. L'intérêt des décideurs allemands à l'égard des activités commerciales des immigrés s'inscrit dans une approche globale des minorités, qui souligne leur utilité économique et voit dans cette utilité une source de légitimité à la présence durable des descendants de *Gastarbeiter*. Qu'il s'agisse de débats parlementaires, des pratiques de consommation des Turcs, de la recherche scientifique ou de la lutte contre le racisme, l'argument économique revient avec constance et témoigne du lien entre acceptation et utilité économique des immigrés.

Vers une citoyenneté économique

On voit là apparaître ce qu'on pourrait appeler une «citoyenneté économique»: la participation à la sphère économique de la société garantit l'appartenance des immigrés à la société allemande et leur contribution économique constitue une manière privilégiée de participer à la vie de cette société. La participation économique des minorités se voit ainsi conférer une signification qui va bien au-delà du rôle et de la fonction des populations immigrées dans l'économie allemande: elle est en effet amenée à justifier leur présence et leur appartenance à leurs pays d'adoption. La participation économique pourrait n'être qu'une évidence empirique: après tout, tous les individus et tous les groupes contribuent d'une manière ou d'une autre à l'économie au sein de laquelle ils évoluent. Mais dans le cas de la population d'origine turque en Allemagne, elle devient une raison d'être de leur présence, le socle sur lequel repose leur légitimité. Afin de mieux cerner la nature de cette citoyenneté économique et d'en comprendre les raisons, cette section propose quatre hypothèses.

La première touche à la définition de l'identité allemande et voit dans cette insistance sur l'économie une caractéristique de la société allemande contemporaine. Celle-ci, confrontée à une histoire problématique et à une identité politique incertaine (Forsyth 1989), aurait développé une identité économique, basée sur le *Wirtchsaftswunder* de l'après-guerre et sur les bonnes performances qui ont longtemps caractérisé son économie. L'ancienne responsable de l'*Ausländerbeauftragte* de la ville de Berlin affirme ainsi que l'identité allemande est économique et que la meilleure façon pour les immigrés de signifier leur appartenance à la société allemande est de contribuer à son économie (Kastoryano 1996). Cet argument assez sommaire est cependant en contradiction avec la définition classique de type «ethnique» de la nation allemande, qui se caractérise par l'importance de la «souche» (*Deutschstämmigkeit*) et qu'illustre la facilité avec laquelle les *Aussiedler* d'Europe de l'Est et de Russie sont naturalisés et s'installent en Allemagne. Quelle que soit l'importance accordée à la participation économique, celle-ci n'empêche pas les «autochtones» de faire partie intégrante de la nation et de jouir de droits plus étendus que les non-nationaux, qui en sont exclus.

La deuxième hypothèse est d'ordre anthropologique et invoque la nature interculturelle des échanges commerciaux. L'importance de l'économie dans les rapports entre une majorité et des minorités socioculturellement distinctes rappelle le rôle que joue le commerce dans les contacts interculturels. La littérature sur les «sociétés plurielles» a montré que, dans les sociétés segmentées, le marché fonctionne comme endroit «culturellement neutre» et sert de pont entre les différents groupes (Furnivall 1939; Geertz 1963). La contribution économique à la société allemande serait ainsi la seule valeur dépassant les clivages socioculturels et les activités commerciales deviendraient un terrain d'entente privilégié entre majorité et minorités. Cette comparaison entre les sociétés plurielles et la société allemande se heurte néanmoins à la complexité de cette dernière et sous-estime le rapprochement décrit plus haut entre majorité et minorités.

On peut ensuite – troisième hypothèse – voir dans l'émergence de cette citoyenneté économique un signe de l'échec de la citoyenneté politique classique. L'accès à la nationalité constitue traditionnellement la dernière étape de l'incorporation des minorités issues de l'immigration. Octroyer la citoyenneté aux immigrés ou à leurs descendants représente, pour les Etats, une manière de consacrer leur appartenance à la société d'accueil et de leur conférer les mêmes droits qu'aux nationaux. La naturalisation signifie alors la prédominance du politique sur l'économique: de travailleurs, les immigrés deviennent citoyens. Il apparaît cependant de plus en plus clairement que la citoyenneté politique ne résout pas tous les problèmes. Elle ne garantit notamment pas l'égalité entre

majorité et minorités: même citoyens, les immigrés peuvent souffrir de racisme ou de discrimination socio-économique. Elle ne garantit pas non plus le respect de l'éventuelle spécificité (culturelle ou religieuse par exemple) des minorités.

Cette relative incapacité de la citoyenneté politique à assurer la pleine incorporation des minorités a alimenté l'émergence de nouvelles formes de participation politique. Garbaye (2002) montre que, dans plusieurs villes européennes, ces populations participent à la vie publique par le biais d'associations qui leur permettent d'exercer une influence sur la vie politique locale. Ces associations sont actives dans des domaines tels que la lutte contre le chômage et l'exclusion ou l'aide à la scolarisation, et sont gérées par des immigrés pour des immigrés. Leur utilité sociale leur permet de jouir du soutien (logistique et financier) des pouvoirs publics et de s'insérer dans les réseaux politiques au niveau urbain. Ce type d'associations donne aux minorités une influence politique supérieure à celle que leur confère par exemple le droit de vote et fait émerger des manières de faire de la politique et de participer à la vie publique qui ne dépendent pas de la citoyenneté.

L'importance de la participation économique dans l'insertion de la minorité turque constitue de ce point de vue une manière de jouer un rôle social et politique tout en demeurant hors du domaine de la politique «officielle». L'association regroupant l'élite des entrepreneurs turcs correspond ainsi parfaitement au type décrit ci-dessus. Cette hypothèse se heurte cependant à la non-participation politique des immigrés en Allemagne. Il est difficile d'affirmer que la citoyenneté économique supplante une citoyenneté politique défaillante et inefficace: cette dernière n'a en effet jamais réellement constitué une option pour les minorités. Il n'en demeure cependant pas moins que, comme l'atteste la popularité de l'entreprenariat auprès des pouvoirs publics européens, ces voies alternatives de participation politique des minorités conviennent à des situations où la citoyenneté politique ne suffit pas à garantir la cohésion sociale et l'égalité des chances.

Il est finalement possible d'interpréter cette citoyenneté économique comme une citoyenneté de seconde classe: privés d'un accès aisé à la citoyenneté politique, seule garantie d'une pérennisation de leur vie en Allemagne, les immigrés se tournent vers les options qui leur restent. Ils utilisent leur rôle économique afin de légitimer leur présence et d'influencer la société dans laquelle ils vivent. Du côté des pouvoirs publics, l'insistance sur l'utilité économique des immigrés devient une raison pour finalement admettre la légitimité de la présence des «étrangers»: la reconnaissance de la dimension multiculturelle de la société allemande serait motivée par – et conditionnée à – une justification économique. Cette approche économique constituerait alors une forme de continuité avec le passé: des raisonnements économiques ont conduit à l'arrivée d'immigrés en Allemagne et motivent aujourd'hui l'acceptation de leur installation définitive.

L'attention portée à la participation économique des immigrés est à double tranchant. Elle est positive dans la mesure où elle rend justice au rôle économiquement indispensable des immigrés: ceux-ci sont souvent présentés comme une source de coûts et insister sur leurs contributions économiques ôte un argument aux discours anti-immigration. Souligner la nécessité de mieux incorporer professionnellement les immigrés est judicieux, car aucune incorporation des minorités ne peut se faire hors du marché du travail. Les initiatives destinées à lutter contre le racisme ou à améliorer l'acceptation des immigrés font souvent l'impasse sur les questions d'emploi et se limitent à des idéaux tels que la justice, la tolérance ou les bienfaits de la diversité culturelle (Baringhorst 2000). Il est donc salutaire de chercher des options susceptibles de fournir aux immigrés des perspectives professionnelles de qualité.

Cette insistance sur la participation économique des minorités comporte cependant plusieurs dangers. On a vu qu'il était envisageable que cette citoyenneté économique se substitue à une

citoyenneté politique classique. Or, quelles que soient les insuffisances de cette dernière en matière d'inclusion des populations issues de l'immigration, devenir des citoyens à part entière demeure le seul moyen de se voir garantir des droits fondamentaux, à commencer par celui de ne pas être soumis au risque de non-renouvellement d'un permis de séjour.

L'entreprenariat présente également un risque de ségrégation. Les recherches menées sur l'impact des activités commerciales en termes d'intégration sont ambivalentes: si celles-ci peuvent servir de vecteur d'ascension sociale, elles peuvent aussi confiner les immigrés dans des «niches» peu favorables au succès commercial et les couper ainsi d'un accès à de meilleures options professionnelles. Cette segmentation «ethnique» du marché du travail existe déjà et pourrait être renforcée par le recours accru à l'entreprenariat. Cette ghettoïsation professionnelle ne semble curieusement pas effrayer les pouvoirs publics, alors que ceux-ci sont très attentifs à la formation d'enclaves urbaines (Caglar 2001). Finalement, l'attention portée à la participation économique des immigrés ne doit pas faire oublier les problèmes de discrimination et de racisme sur le marché du travail (Räthzel 1999). L'insertion professionnelle des minorités via l'entreprenariat peut faciliter les rapports entre groupes et diminuer l'importance de ce facteur discriminant. Mais les activités commerciales ne constituent pas une réponse à tout: un changement de mentalité plus profond est nécessaire et requiert une action politique de plus grand envergure.

Bibliographie

BARINGHORST Sigrid
2000. «Symbolic politics of multiculturalism: how German cities campaign against racism», in: Sophie BODY-GENDROT et Marco MARTINIELLO, *Minorities in European Cities. The Dynamics of Social Integration and Social Exclusion at the Neighbourhood Level*, p. 162-175. Basingstoke: Macmillan.

BETZ Fritz et Regina HABERFELLNER (éds)
1999. *Geöffnet! Migrantinnen und Migranten als Unternehmer*. Wien: Zentrum für Soziale Innovation.

BLASCHKE Jochen et Ahmed ERSÖZ
1986. «The Turkish economy in West Berlin». *International Small Business Journal* (Cheshire) 4(3): 38-45.

CAGLAR Ayse
2001. «Constraining metaphors and the transnationalisation of spaces in Berlin». *Journal of Ethnic and Migration Studies* (Brighton) 27(4): 601-613.

FORSYTH Diana
1989. «German identity and the problem of history», in: Malcom CHAPMAN, Maryon MCDONALD et Elizabeth TONKIN, *History and Ethnicity*, p. 137-156. London: Routledge.

FURNIVALL John S.
1939. *Netherlands India. A Study of Plural Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.

GARBAYE Romain
2002. «Repenser l'intégration politique des immigrés en Europe: vers un nouvel agenda de recherche». Florence: EUI working paper 51.

GEERTZ Clifford
1963. *Peddlers and Princes. Social Change and Economic Modernisation in Two Indonesian Towns*. Chicago: The University of Chicago Press.

HILLMANN Felicitas
1999. «A look at the "hidden side": Turkish women in Berlin's ethnic labour market». *International Journal of Urban and Regional Research* (Oxford) 23(2): 267-282.

KASTORYANO Riva
1996. *La France, l'Allemagne et leurs immigrés: négocier l'identité*. Paris: Armand Colin.

KLOOSTERMAN Robert et Jan RATH (éds)
2003. *Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalisation*. Oxford: Berg.

LIGHT Ivan et Steven J. GOLD
2000. *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press.
PÉCOUD Antoine
2002. «"Weltoffenheit schafft Jobs": Turkish entrepreneurship and multiculturalism in Berlin». *International Journal of Urban and Regional Research* (Oxford) 26(3): 494-507.
2003. «Y a-t-il une économie turque à Berlin? Question d'identités dans une société multiculturelle». *Migrations Société* (Paris) 15(85): 99-110.
RAM Monder
1998. «Enterprise support and ethnic minority Firms». *Journal of Ethnic and Migration Studies* (Brighton) 24(1): 143-158.
RÄTHZEL Nora
1999. «Workers of migrant origin in Germany: forms of discrimination in the labour market and at the workplace», in: John WRENCH, Andrea REA et Nouria OUALI, *Migrants, Ethnic Minorities and the Labour Market*, p. 35-53. Basingstoke: Macmillan.
SEN Faruk
1994. «The economic, social and political impact of Turkish migration», in: Sarah SPENCER (éd.), *Immigration as an Economic Asset. The German Experience*, p. 93-106. Staffordshire, UK: Trentham Books.
SEN Faruk et Andreas GOLDBERG (éds)
1996. *Türken als Unternehmer. Eine Gesamtdarstellung und Ergebnisse neuerer Untersuchen*. Opladen: Leske + Budrich.
SPENCER Sarah (éd.)
1994. *Immigration as an Economic Asset. The German Experience*. Staffordshire, UK: Trentham Books.
VERTOVEC Steven
1996. «Berlin multikulti: Germany, "foreigners" and "world-openness"». *New Community* (Brighton) 22(3): 381-399.
ZENTRUM FÜR TÜRKEISTUDIEN
2001. *Die ökonomische Dimension der türkischen Selbständigen in Deutschland und in der Europäischen Union*. Essen: Zentrum für Türkeistudien.

Abstract

Political and economic citizenship: immigrant business and integration policy in Berlin

This paper investigates the connection between immigrant business activities and integration policies in Berlin. Focusing on the Turkish minority, it presents recent trends among German-Turkish business-owners and argues that entrepreneurship is increasingly viewed by policy-makers as a way of improving immigrants' socioeconomic situation. This interest in entrepreneurship arises within a broader process of acceptance of minority presence and highlights the importance of economic concerns in Germany's relationship to its immigrants. This economic approach to minorities is illustrated by several examples and is presented as a form of «economic citizenship», according to which immigrants' economic participation legitimates their presence. Four hypotheses are elaborated to address this process and the advantages and disadvantages of such an approach are examined.

Auteur

Antoine Pécoud est chercheur associé à l'unité de recherche Migrations et Société (URMIS), Université de Paris 7. Il est également consultant pour la section Migrations Internationales de l'UNESCO. Il est titulaire d'un doctorat en anthropologie sociale de l'Université d'Oxford consacré à l'entreprenariat au sein de la population d'origine turque à Berlin.
antoine.pecoud@unice.fr