

Thierry Pairault, « Des immigrants entrepreneurs ou entreprenants ? La petite entreprise chinoise en France », *Espace-Population-Sociétés*, 1996, n° 2-3, p. 431-438.

DES IMMIGRANTS ENTREPRENEURS OU ENTREPRENANTS ?
LA PETITE ENTREPRISE CHINOISE EN FRANCE

Thierry PAIRAULT
Directeur de recherche (CNRS)

Cette communication a pour objet d'exposer partiellement les conclusions d'une recherche conçue afin d'examiner une interrogation : existe-t-il une éthique chinoise qui expliquerait un « esprit chinois du capitalisme »¹ ? Ou, pour poser la question en termes plus modestes en même temps qu'opérationnels, dans quelle mesure le dynamisme constaté parmi les communautés chinoises expatriées – tant à Taiwan, qu'en Asie du Sud-Est, qu'à Paris... – est-il le fruit d'une culture ou des circonstances ? Au cours de ce bref exposé, je circonscrirais mon propos à évaluer l'ampleur du phénomène entrepreneurial dans la communauté chinoise française ainsi qu'à en préciser les motivations.

La population active « chinoise » ou d'origine chinoise

Selon les résultats du sondage au quart effectué sur le recensement de 1990, on peut évaluer la population active² d'origine chinoise à environ 48,5 % de la population chinoise de France, soit quatre points de pourcentage de plus que la moyenne française, particularité qui résulte des différences de structures démographiques. De même, le taux de chômage dans la population chinoise (20,1 %) est très supérieur à la moyenne française en 1990 (11,0 %). Chinois ayant une nationalité chinoise (continentale ou formosane) et Chinois de l'ex-Indochine expérimentent des situations assez différentes, les premiers ont un taux de chômage de 12,8 % contre 21,4 % pour les seconds ; toutefois cette inégalité face au travail affecte de façon encore plus inégalitaire quand le sexe des individus est pris en considération : la différence dans le chômage entre les hommes des deux catégories est relativement minime, en revanche elle est considérablement plus importante chez les femmes originaires de l'ex-Indochine que chez celles ayant un passeport chinois. Âge, taux de masculinité, statuts et motifs de résidence très différents, tous contribuent à ce que ces deux communautés aient souvent des comportements antinomiques.

La catégorie socioprofessionnelle à laquelle les actifs chinois appartiennent en plus grand nombre est celle des ouvriers – qualifiés ou non – (57,0 %) suivie loin derrière par celle des employés administratifs ou commerciaux (19,3 %). Par comparaison avec la structure française moyenne, on pourra noter de grandes divergences. La première grande différence est à l'évidence l'importance des demandeurs d'emploi qui sont, ici, non pas des chômeurs inscrits, mais des personnes n'ayant jamais travaillé et recherchant un emploi³ ; la situation réelle pourrait être moins grave qu'elle n'apparaît à travers les chiffres du tableau 1. Le recensement étant établi sur la base de déclarations volontaires rien ne garantit l'exactitude des témoignages de personnes qui peuvent fort bien ne pas avoir appréhendé certaines subtilités de la statistique administrative et qui par ailleurs peuvent éventuellement travailler « au noir » tant par choix que par désir de percevoir des indemnités pour chômage que par simple méconnaissance de la réglementation.

<<< TABLEAU 1 >>>

La seconde grande particularité est l'importance du nombre des ouvriers qui est comparativement plus élevé (87 %) que celui ressortant de la structure française moyenne. Corrélativement, les autres catégories socioprofessionnelles ont un poids inférieur à celui qu'elles ont dans la structure nationale moyenne, y compris celle des employés du commerce et des services marchands ainsi que **celle des petits artisans, commerçants et chefs d'entreprise** qui est de cinq points inférieure à la moyenne nationale française. Les Chinois ne seraient donc pas « tous des commerçants » ni, *a fortiori*, tous les réfugiés ne seraient pas ces « riches commerçants de Cholon » imaginés par des rumeurs populaires fréquemment malveillantes. Selon une enquête récente, seuls 5 % des réfugiés auraient été commerçants avant de s'enfuir⁴.

La structure de la répartition par catégories socioprofessionnelles peut aussi être le fruit d'autres facteurs : d'une part, le niveau moyen d'instruction n'est pas très élevé, d'autre part, la connaissance de la langue française est souvent des plus réduite – cet état de fait qui se vérifie chez les Chinois originaires de l'ex-Indochine est encore plus patent chez les émigrés « Wenzhou ». Aussi, de nombreux

chinois immigrés en France doivent compter sur leurs relations intra-communautaires pour trouver un travail quel qu'il soit ; en d'autres termes, cela signifie être employé par un autre Chinois ou sous les ordres d'un autre Chinois pour le compte d'une tierce personne. Toutefois, ce confinement communautaire est vécu comme une étape obligée durant laquelle on accumule du savoir-faire, de l'expérience, des relations et du capital, soit tous les ingrédients propres à acquérir son indépendance.

Le fait que dans leur grande majorité ces Chinois soient des réfugiés (au sens littéral du terme et non obligatoirement au sens juridique) explique dans une large mesure que peu nombreux soient ceux ayant pu accéder à la plupart des professions exigeant non seulement un minimum de connaissances linguistiques mais encore le plus souvent des diplômes reconnus (enseignement, santé, fonction publique, professions libérales...). De même, il n'est pas étonnant de ne pas les voir plus nombreux dans le secteur agricole, outre la crise propre à l'agriculture française, leur méconnaissance de ce secteur limite leurs tentatives à l'élevage des « bonsai », voire à la culture d'alliacés comme le *jiucaï*... La répartition des Chinois selon les différents secteurs de l'activité économique offre une autre illustration des mêmes phénomènes (cf. tableau 2).

<<< TABLEAU 2 >>>

Puisque les Chinois sont majoritairement ouvriers ou employés, il en découle que ce sont les secteurs des industries des biens intermédiaires, des biens d'équipement, des biens de consommation ainsi que le secteur des services marchands qui absorbent une part prépondérante de leur force de travail : les quatre secteurs occupent ensemble 69,5 %, le secteur des services (dont la restauration) représentant à lui seul 30,0 %. Le commerce, derrière les services et les biens de consommation, arrive à la troisième place avec 14,2 % des emplois, juste devant l'industrie des biens d'équipements (12,3 %).

En ce qui concerne la structure par sexe, la différence la plus importante est marquée par le taux d'emplois féminins dans le secteur des biens de consommation (33,9 % des emplois féminins) ; ce chiffre est cinq fois plus élevé que la moyenne nationale de 6,2 %. L'explication de ce phénomène réside peut-être dans le fait que de nombreuses Chinoises, principalement celles originaires de l'ex-Indochine, cousent des vêtements à domicile, d'autres, principalement des « Wenzhou », travaillent dans des ateliers de maroquinerie. D'autres distorsions entre la structure française moyenne et la structure chinoise apparaissent, ainsi le secteur des activités financières et celui des services non marchands emploient très peu de Chinois relativement à la moyenne nationale et ce vraisemblablement pour des questions de compétences linguistiques.

Les parents d'élèves de l'École chinoise de Paris

L'École chinoise de Paris a été créée il y a plus de vingt ans (en février 1974) ; c'est à l'heure actuelle l'école chinoise de la capitale ayant la plus longue histoire. À l'origine, elle était installée dans des locaux sis au numéro du 82 boulevard Masséna – dans l'une des tours où commencèrent à se réfugier la diaspora chinoise constituée pour une grande partie de Chinois Chaozhou. Depuis 1988, cette école a déménagé dans des locaux prêtés par le Centre culturel chinois (78, rue Dunois, dans le 13^e arrondissement) ; elle accueille chaque année 400 enfants environ auxquels est prodigué un enseignement gratuit du chinois. Le dépouillement des dossiers d'inscription que j'ai entrepris à la mi-septembre 1993 ne porte que sur les 300 premiers dossiers dûment remplis à cette date⁵.

L'âge moyen des élèves est de 14 ans ; 53,0 % d'entre eux sont nés en France. Ces trois cents élèves représentent 212 foyers. Dans les trois quarts des cas (74,2 %) le chef de famille est originaire du Guangdong : 65,9 % sont originaires de Chaozhou et 34,1 % sont cantonnais. Bien que les Chaozhou constituent l'ethnie chinoise la plus importante en France (un peu moins de 45 % de la communauté), leur sur-représentation ici résulte de l'emplacement de cette école qui recrute essentiellement ses élèves dans le 13^e arrondissement et le Val de Marne où l'on trouve les plus fortes concentrations de Chaozhou.

Le taux de chômage suggéré par les réponses est bien trop faible pour exprimer la réalité, il faut comprendre que les professions indiquées peuvent être celles exercées lors du dernier emploi occupé. De même l'expression « femme au foyer », est souvent une figure de style devant être interprétée tantôt comme « femme à la recherche d'un emploi », ou tantôt comme « femme travaillant chez elle au noir ».

La détermination exacte des professions peut elle aussi être sujette à caution. Les expressions « commerçant » et « commerce » peuvent indifféremment indiquer que les parents sont, soit effectivement des petits commerçants indépendants, soit des employés du commerce, soit des gérants de magasins franchisés. De même, travailler dans « un restaurant » ou dans « la restauration » peut tout aussi bien signifier que les parents sont restaurateurs, serveurs ou employés dans un restaurant, cuisinier, tournebroche ou encore plongeur... C'est grâce à la directrice de l'École chinoise de Paris que j'ai pu établir avec quelque précision le sens réel d'un grand nombre de réponses. Le tableau 3 résume les réponses et confirme les leçons tirées du recensement de 1990.

<<< TABLEAU 3 >>>

La catégorie socioprofessionnelle la plus fréquente est celle des ouvriers (25,5 %), si on effectue la somme des emplois le plus souvent peu qualifiés (ouvriers plus employés de restaurant plus employés de magasins) ce sont plus de la moitié des emplois qui sont ainsi recensés. Le petit commerce, à proprement parler, ne serait le fait que de 20,0 % des parents d'élèves, quant à la profession de restaurateur elle ne concernerait que 9,8 % de ces parents. Encore une fois, nous sommes loin de cette image du chinois commerçant dans l'âme, patron par culture...

Que ce soient les données extraites du recensement ou celles issues de cet échantillon, toutes révèlent donc une même tendance même si leurs biais sont différents. Reste alors la question de savoir ce qui motive le départ éventuel d'une expérience entrepreneuriale.

La création d'entreprise

L'analyse⁶ des motivations ayant conduit au lancement d'une entreprise montre que ce sont des considérations financières (désir de gagner de l'argent, revenus insuffisants) qui l'emportent sur toute autre motivation (59,1 % des répondants mettent en avant ce motif), la recherche de l'autonomie (désir d'indépendance, être son propre patron) arrive au second rang (53,4 % des répondants); en revanche il est peu de personnes interrogées (35,2 %) qui auraient agi par crainte du chômage ou par insatisfaction à l'égard de son emploi antérieur (cf. tableau 4). Cette dernière constatation contraste avec les résultats d'une enquête, menée à Vancouver en 1991, qui montrait que 60 % des petits entrepreneurs s'étaient précisément lancés en vue de créer leur propre emploi. Toutefois, on prendra garde au biais indirectement introduit dans le choix de l'échantillon : la politique d'immigration pratiquée ces dernières années par le Canada avait pour objet de sélectionner des immigrants faisant cette réponse⁷ ! Plus pertinentes sont les conclusions d'une enquête menée à Wufenpu (un quartier de Taipei) à Taiwan. Il s'agit aussi d'une population de réfugiés récents puisque leur installation dans ce quartier ne remonte qu'au milieu des années 1960, quand ils furent des inondations catastrophiques et durent tout recommencer à zéro. Il apparaît clairement, dans le cas de ces petits entrepreneurs en confection, que les préoccupations financières ont été déterminantes dans la décision d'entreprendre, devant le souci d'indépendance qui arrive au second rang ; quant aux motifs liés à l'emploi ils se rangent ici aussi en dernier⁸.

<<< TABLEAU 4 >>>

Il est curieux de constater que les personnes originaires de Chaozhou que j'ai interrogées sont beaucoup moins explicites dans l'affirmation d'une motivation principale alors qu'elles soulignent plus encore que l'ensemble l'absence de motivation liée au travail (26,7 % pour les Chaozhou contre 44,2 % pour les non-Chaozhou retiennent ce motif) : il est clair que, chez les premiers plus encore donc que chez les seconds, c'est là une manifestation de la « philosophie du *neng chiku* » à propos de laquelle des travaux récents de sociologues ont montré qu'elle était une construction *a posteriori*. Les Chinois considèrent qu'ils ont culturellement acquis une aptitude à supporter les privations, cette résistance selon

eux expliquerait leurs succès. De fait Zheng Weiyuan montre que ce sont les groupes les plus défavorisés (instruction faible, emplois non qualifiés...) qui entretiennent cette vision⁹ ; somme toute il s'agit de justifier non le succès (des autres) mais son propre échec en affirmant que ces autres ont été plus malheureux encore que soi-même.

La même enquête taiwanaise suggère que le culte de Mammon sévit davantage chez ceux dont le potentiel de réussite (instruction, qualifications...) est plus manifeste : parmi les cent petits entrepreneurs résidant en France, les non-Chaozhou, dont 69,7 % auraient un niveau supérieur ou égal à celui du baccalauréat et dont 69,8 % reconnaissent avoir lancé une entreprise en vue d'améliorer leurs revenus, seraient de ce point de vue mieux armés que les Chaozhou, dont 65,9 % auraient un niveau inférieur ou égal à celui du BEPC et dont seuls 48,9 % avouent un souci financier comparable. On peut se demander si les réponses des Chaozhou ne sont pas surtout le reflet d'une vision ontogénique du Chaozhouen : « [Les gens originaires de Chaozhou] aiment tous faire du commerce, ils considèrent que c'est le seul moyen de s'élever au-dessus de la masse » déclare une éminente personnalité Chaozhou à un journaliste de l'hebdomadaire *Yazhou zhoukan*¹⁰. En d'autres termes, on devrait se contenter d'une interprétation « culturaliste » que résume la réponse de ce Chinois quand je le priais d'indiquer les motivations qui l'ont amené à créer son entreprise : « Parce que je suis Chinois ». Jean-Marie Toulouse et Gabrielle Brenner s'amuse à citer toute une série de travaux chacun démontrant que la communauté qu'il étudie – Italiens du Québec, Japonais ou Coréens ou encore juifs d'origine russe des États-Unis, Turcs des Pays-Bas... – appartient à « a pro business culture »¹¹ !

Dans une perspective plus schumpeterienne, je distinguerai ceux qui ont créé leur propre entreprise de ceux qui l'ont racheté à un précédent exploitant (cf. tableau 5) ; les premiers qui ont « inventé » leur activité sont plus proches des « innovateurs » chers à l'économiste autrichien. Si l'on se réfère à la présente enquête, 54,1 % des répondants ont créé leur propre entreprise, la différence de comportement entre Chinois non-Chaozhou et Chinois Chaozhou, *a priori* peu significative (respectivement 51,2 % et 56,8 %) exige néanmoins un examen un peu plus critique. L'analyse des motivations de l'ensemble des répondants révèle des comportements assez voisins, la seule différence nettement marquée est celle qui apparaît à propos de l'emploi antérieur qui aurait joué un plus grand rôle chez les repreneurs que chez les créateurs d'entreprise. En revanche, les différences de comportements sont beaucoup plus claires entre Chaozhou et non-Chaozhou. Concernant les petits entrepreneurs Chaozhou, qu'ils soient créateurs ou repreneurs, il est possible d'avancer qu'ils seraient tous motivés par l'indépendance que leur procure leur situation et ce avant même l'éventuelle amélioration de leurs revenus, quant à l'emploi antérieur il apparaît comme une préoccupation très secondaire. Les non-Chaozhou, s'ils sont repreneurs d'une activité déjà existante, apparaissent soucieux d'améliorer d'abord leurs revenus ensuite leurs conditions de travail ; s'ils sont créateurs de leur entreprise, leurs motivations se rapprocheraient davantage de celles des Chaozhou bien que leurs préoccupations financières semblent plus déterminantes¹².

Le tempérament créateur peut aussi être reflété par le choix d'un secteur d'activité. Il est difficile de considérer que l'ouverture d'un restaurant « chinois » puisse aujourd'hui être encore une innovation même lorsque son implantation se produit dans une agglomération qui en était jusque-là dépourvue et où, donc, son achalandage potentiel était méconnu : cette réalité est rendue manifeste par le poids important de la restauration dans le choix des secteurs d'activité (43,7 %) ainsi que par la prédominance des reprises¹³ (55,3 %). Au second rang des activités se trouvent les commerces alimentaires de détail en grande majorité nouvellement créés (68,8 %) ; il s'agit de « commerces ethniques » œuvrant pour un marché protégé parfois même captif ; sauf à entreprendre l'importation de certains produits un commerçant de ce secteur n'a aucunement besoin de faire preuve de beaucoup d'entregent. L'ouverture d'un commerce « franchisé » peut être l'occasion de manifester un certain esprit d'entreprise car elle suppose du commerçant chinois qu'il s'ouvre à un marché somme toute nouveau pour lui. L'appartenance au secteur de la confection relève le plus souvent du confinement communautaire : en amont comme en aval on laisse à d'autres plus hardis le soin des transactions extra-communautaires.

<<< TABLEAU 5 >>>

Parfois cependant ce ne sera pas l'activité en elle-même mais le lieu où doit s'exercer cette activité qui manifesterà l'innovation. En ce sens, abandonner l'environnement sécurisant qu'offre la communauté pour offrir ses services aux « barbares » peut constituer un véritable acte d'entreprise. Inversement, on peut considérer que nombre de Chinois résidant en France « n'ont pas immigré » mais se sont contentés de se déplacer spatialement au sein de leur communauté d'origine, les activités qu'ils embrassent ne constitueraient, en ce sens, aucunement une innovation schumpeterienne, mais uniquement l'adoption d'un rôle imposé dans un environnement socio-économique préétabli, les mécanismes novateurs ne pouvant alors n'être initiés que par la société hôte. Le secteur du commerce alimentaire de détail mérite une attention particulière car il est supposé être le monopole traditionnel des Chinois originaires de Chaozhou. Ces derniers occupent, dans notre échantillon, 62,5 % des commerces de ce secteur ; ils réservent davantage le bénéfice de leurs compétences à l'univers plus ou moins clos des quartiers chinois : les deux tiers de leurs commerces alimentaires sont ouverts dans des quartiers où leurs compatriotes sont nombreux, tandis que les deux tiers des commerces alimentaires tenus par des non-Chaozhou sont situés en dehors de ces zones. Le succès des frères Tang, emblématique du dynamisme des Chaozhou – pas extension de tous les Chinois – et de leur rôle dans le secteur de l'alimentation, ne doit aucunement faire oublier la banqueroute tout aussi spectaculaire d'un autre Chaozhou qui était leur concurrent direct, ni occulter le succès d'autres commerçants non-Chaozhou. Il ne faut pas perdre de vue que la grande majorité des Chaozhou ainsi que la grande majorité des autres Chinois ne connaîtront jamais de tels succès, qu'ils ne sont, ni ne seront jamais « entrepreneurs » ni même « entreprenants » !

La *success story* des Tang ne doit pas faire illusion car la structure « clanique » de tels commerces va le plus souvent à l'encontre des règles capitalistes élémentaires de maximisation du profit, de principes économiques comme la spécialisation internationale au bénéfice du pays producteur le moins cher, de politiques gouvernementales (ou communautaires) d'équilibre des échanges. Cette structure limite gravement l'esprit d'entreprise (je suis de tel clan donc je pratique tel commerce...), par suite freine la modernisation des entreprises et ce d'autant plus sûrement que la concurrence est restreinte et qu'un réseau de PME est plus facile à contrôler⁴

Ce qui motive chez les petits entrepreneurs enquêtés ce saut dans l'entrepreneuriat est bien plus souvent le désir d'accroître ses revenus qu'un souci d'indépendance ou une volonté d'autonomie. De fait, il n'y a pas de réelle préférence pour l'entreprise mais une absence totale d'alternative. L'immigré voit sa mobilité professionnelle et sociale bloquée par une méconnaissance de la langue, des compétences inadéquates ou insuffisantes, des diplômes non reconnus ou d'une valeur douteuse..., par suite ses choix sont limités, soit il se résigne à un salariat, parfois aléatoire, toujours fastidieux et de surcroît mal payé, soit il crée son propre emploi.

De surcroît, dans une conjoncture économique morose, dominée par la hantise du chômage, créer son propre emploi offre une solution unique de remplacement, non au salariat, mais à l'inactivité. La petite entreprise familiale permet en outre de minimiser les risques, un peu à l'image d'une exploitation agricole. Elle assure un niveau de subsistance minimale sans pour autant exclure les possibilités d'expansion ; elle recourt à la main-d'œuvre familiale, seule à même de répondre immédiatement et sans sur-coût aux variations impromptues de la demande ; elle n'empêche pas les activités rémunérées annexes durant les périodes creuses (par exemple, des travaux de confection « au noir ») ; elle rend possible la constitution d'un capital... Ici l'ardeur au travail, la frugalité ne sont pas tant les marques d'une prédisposition à l'entreprise que l'expression d'une peur, celle de se retrouver au chômage.

NOTES :

1. L'expression a été retenue par Gordon Redding pour le titre de son livre *The spirit of Chinese capitalism*, Berlin, Walter de Gruyter, 1993 (*de Gruyter Studies in Organization*, 22).
2. Par population active il faut entendre toutes personnes de plus de 15 ans ayant un travail ou accomplissant ses obligations militaires ou encore régulièrement inscrite à l'ANPE. Les hypothèses ayant permis, à partir du sondage au quart effectué sur le recensement de 1990, d'établir des statistiques sur la population « chinoise »

- active, au chômage... ont été exposées in Pei T.S. (1993), pp. 372-382.
3. Les chômeurs *stricto sensu* quant à eux sont recensés dans la catégorie socioprofessionnelle de leur dernier emploi.
 4. Cf. G. Condominas et R. Pottier (éd.), *Les réfugiés originaires de l'Asie du Sud-Est*, Paris, La Documentation française, 1982, pp. 94-95. Il est possible aussi que les dispositions anti-chinoises prises par les gouvernements vietnamiens aient poussé les Chinois « ethniques » à une certaine discrétion concernant leurs activités antérieures même à l'égard des enquêteurs envoyés par les pays d'accueil.
 5. Cf. Pei T.S. (1994), pp. 1029-1036.
 6. L'enquête ayant permis cette analyse est décrite en détail dans Pairault Th., *L'intégration silencieuse : la petite entreprise chinoise en France*, Paris, L'Harmattan, 1995.
 7. Cf. *Project 92 : Interim findings*, Ethnic Enterprise Center, King Edward Campus, Vancouver Community College, s.l. s.d. [Vancouver 1991], document dactylographié, sans pagination [dixième feuillet].
 8. Cf. Ke Zhiming [Ka Chih-min g], *Taiwan dushi xiao zhizaoye de chuanyue, jingying yu shengchan zuzhi : yi Wufenpu chengyi zhizaoye wei li de fenxi* (Création, gestion et organisation de la production dans la petite industrie manufacturière urbaine à Taiwan : l'exemple de l'industrie de la confection à Wufenpu), Taipei, Zhongyanyuan Minzusuo, 1993, pp. 34-36.
 9. Zheng Weiyuan [Cheng Wei-yuan], « Taiwan renmin jingji taidu shen ceng yu biao ceng de tansuo : liang ci Taiwan shehui bianqian jiben diaocha bijiao » (Les comportements économiques fondamentaux et accessoires à Taiwan : comparaison de deux enquêtes sociologiques), *Renwen ji shehui kexue* (Sciences humaines et sociales), 1993, 3(2), pp. 167-187.
 10. Cf. l'article consacré aux Chaozhou « Xin shidai de Chaozhouren » (Les Chaozhou des temps nouveaux), *Yazhou zhoukan* (Une semaine en Asie), 26 juin 1993, pp. 54-60.
 11. Toulouse J.-M. et G. Brenner, *Les entrepreneurs immigrants*, contribution au Colloque sur la régionalisation de l'immigration au Québec (22-23 novembre 1991), p. 6 *sqq.*
 12. Pour une analyse plus détaillée voir Pairault Th. (1995), chapitre II.
 13. Par « reprise » il conviendrait d'entendre aussi bien le rachat d'un restaurant « chinois », d'un restaurant « asiatique »... à son ancien propriétaire que le rachat d'un « couscous », le créneau est le même : restauration rapide, exotique et bon marché.
 14. cf. Koh Ai Tee, « Linkages and the international environment », in Lawrence Krause *et al.* (ed.), *The Singapore economy reconsidered*, Singapore, Institute of Southeast Asian Studies, 1990, (3^{ème} édition), pp. 38 *sqq.*

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES :

- BRENNER G. et J.-M. TOULOUSE, *Business creation among the Chinese immigrants in Montreal*, Montréal, HEC chaire d'entrepreneurship MacLean Hunter, 1989 (rapport de recherche 89-12-01).
- CHEN H.D., *Meiguo Huaren jingji xiankuang yu fazhan* (Situation et développement de l'économie des Chinois résidant aux États-Unis), Taipei, Shihua jingji chubanshe, 1991.
- GATES H., « Family businesswomen : experiences with commoditization » in E.J.K. Chen *et al.* (éd.), *Taiwan : economy, society and history*, Hong Kong, Center of Asian Studies, 1991
- LIGHT I. et E. BONACICH, *Immigrants entrepreneurs : Koreans in Los Angeles, 1965-1982*, Berkeley, University of California Press, 1988
- MA MUNG E. et SIMON G. (éd.), *Commerçants maghrébins et asiatiques en France, agglomération parisienne et villes de l'Est*, Paris, Masson, 1990.
- PAIRAULT Th., *L'intégration silencieuse : la petite entreprise chinoise en France*, Paris, L'Harmattan, 1995, 250 p.
- PEI T.S. (Th. PAIRAULT), « Faguo Chaozhouji Huaren zhi gaikuang » (Situation des Chinois originaires de Chaozhou résidant en France), in Zheng Liangshu (éd.), *Chaozhouxue guoji yantaohui lunwenji* (Actes du Colloque international de Chaozhouologie), Canton, Jinan daxue chubanshe, 1994, pp. 1025-1048.
- PEI T.S. (Th. PAIRAULT), « Faguo Huaren jingji diwei zhi chu tan » (Statut économique des Chinois émigrés en France) in Zhonghua jingji yanjiuyuan (Chung-Hua Institution for Economic Research) ed. *Shijie jingji zhong de huaren jiaose yu Taiwan jingji fazhan yantaohui* (Actes du colloque sur le rôle des Chinois d'outre-mer dans l'économie mondiale et le développement économique de Taiwan [organisé par le Commissariat Général aux Chinois d'outre-mer et le Chung-Hua Institution for Economic Research à Taipei les 23-24 mars 1993]), Taipei, Zhonghua jingji yanjiuyuan, 1993, pp. 369-402 (Guo nei jingji yantaohui xilie, 7).
- SALMON Cl., « Taoke or coolies ? Chinese vision of the Chinese diaspora », *Archipel*, 1983, 26, pp. 179-210.
- TROLLIET P., *La diaspora chinoise*, Paris, PUF, 1994 (*Que sais-je ?* n° 2879).
- ZHUANG G.T., « Helan Huaren cangua nye de fazhan yu wei ji » (Développement et crise de la restauration chinoise aux Pays-Bas), *Si yu yan* (Thought and Words), 1994, 31 (3), p. 180-213.

TABLEAUX DU TEXTE

Tableau 1 : Structure de la population « chinoise » par catégories socioprofessionnelles

	femmes	hommes	total
commerçants, artisans, chefs d'entreprise	6,5	7,2	6,9
cadres supérieurs, professions libérales	1,5	4,8	3,6
cadres intermédiaires	4,6	7,4	6,3
employés	26,6	15,0	19,3
ouvriers	48,5	61,9	57,0
autres catégories (y compris chômage)	12,3	3,7	6,9
total	100,0	100,0	100,0

Source : Pei T.S. (1993) p. 380.

Tableau 2 : Structure de la population « chinoise » par secteurs d'activité

	femmes	hommes	total
alimentation	1,2	4,9	3,8
matières premières	3,1	10,0	7,9
biens d'équipement	5,2	15,4	12,3
biens de consommation	33,9	12,8	19,3
commerce	17,4	12,8	14,2
communication	1,5	5,0	3,9
services	29,2	30,4	30,0
autres secteurs	8,5	8,7	8,6
total	100,0	100,0	100,0

Source : Pei T.S. (1993) p. 381.

Tableau 3 : Professions des parents d'élèves de l'École chinoise de Paris

	salariés					patrons		autres	total
	employés de restaurant	ouvriers	employés de magasin	employés de bureau	cadres	restaurateurs	autres commerces		
total	12,0	25,5	12,5	6,3	5,5	9,8	20,0	7,8	100,0
hommes	17,6	20,9	8,8	4,1	8,1	10,1	23,6	6,8	100,0
femmes	5,6	31,8	17,8	9,3	1,9	9,3	15,0	9,3	100,0

Source : d'après Pei T.S. (1994) p. 1033.

Tableau 4 : Motivations des 100 petits entrepreneurs chinois

intensité	motivation	travail peu satisfaisant, chômage...	désir d'indé- pendance, être son propre maître...	revenus insuffisants, gagner de l'argent...
forte		35,2	53,4	59,1
faible		64,8	46,6	40,6
total		100,0	100,0	100,0

Source : d'après Pairault Th. (1995), p. 91.

Tableau 5 : Secteurs d'activité, création et reprise d'entreprise chez les 100 petits entrepreneurs

secteurs d'activité	importance des secteurs	statut		
		créateur	repreneur	total
restauration	43,7	44,7	55,3	100,0
commerce de détail alimentaire	18,4	68,8	31,2	100,0
confection	5,8	8,0	0,2	100,0
autres commerces (de détail, de gros...)	16,1	66,7	33,3	100,0

Tableau 5 : Secteurs d'activité, création et reprise d'entreprise chez les 100 petits entrepreneurs

autres activités	16,1	42,9	57,1	100,0
total	100,0	54,1	45,9	100,0

Source : d'après Pairault Th. (1995), p. 96.

RÉSUMÉ DE LA COMMUNICATION

- Français

Cette communication a pour objet d'exposer partiellement les conclusions d'une recherche conçue afin d'examiner une interrogation : existe-t-il une « éthique chinoise » qui expliquerait un « esprit chinois du capitalisme » ? Ou, pour poser la question en termes plus modestes en même temps qu'opérationnels, dans quelle mesure le dynamisme constaté parmi les communautés chinoises expatriées – tant à Taiwan, qu'en Asie du Sud-Est, qu'à Paris... – est-il le fruit d'une culture ou des circonstances ? Au cours de ce bref exposé, je circonscrirais mon propos à évaluer l'ampleur du phénomène entrepreneurial dans la communauté chinoise française ainsi qu'à en préciser les motivations.

- Anglais

This paper gives a brief overview of field work led in Paris among the Chinese community ; the survey was a test of whether there is something like a « Chinese ethic » which could explain a so-called « Chinese spirit of capitalism ». To put it in more humble and at the same time more operational terms, this survey was an attempt to examine whether the vitality of overseas Chinese communities in South-East Asia, in Paris as well as in Taiwan... arises as a result of a pro-business culture or of socio-economic opportunities. The paper mainly focuses on the social meaning and economic importance of the Chinese entrepreneurship in France and describes the actual motivations of such enterprises.

MOTS-CLÉS

- Français :

entrepreneuriat chinois / immigration chinoise

- Anglais :

Chinese entrepreneurship / Chinese immigration