

## Un terrain marchand à l'épreuve de la diversité culturelle

Bernard Dinh

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/hommesmigrations/315>

DOI : 10.4000/hommesmigrations.315

ISSN : 2262-3353

**Éditeur**

Musée national de l'histoire de l'immigration

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 juillet 2009

Pagination : 106-117

ISSN : 1142-852X

**Référence électronique**

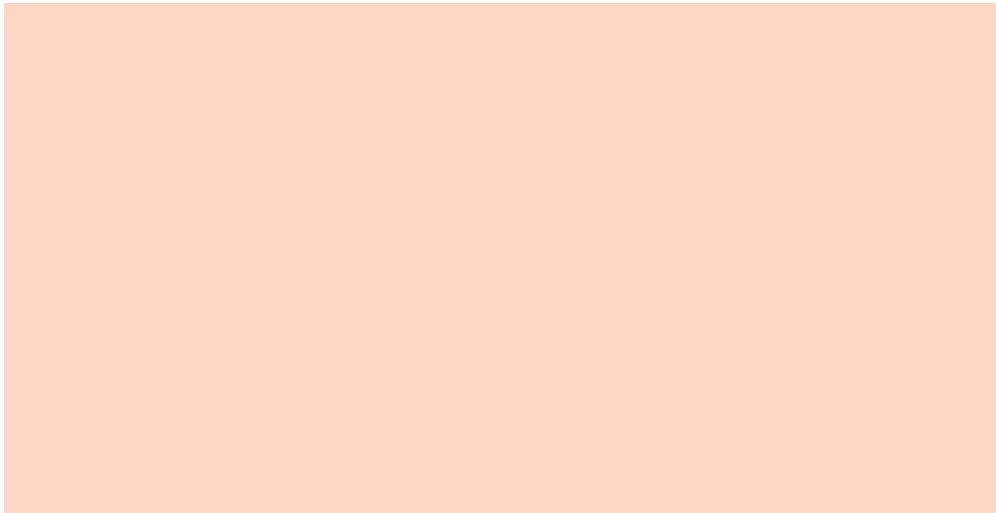
Bernard Dinh, « Un terrain marchand à l'épreuve de la diversité culturelle », *Hommes & migrations* [En ligne], 1280 | 2009, mis en ligne le 29 mai 2013, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/hommesmigrations/315> ; DOI : 10.4000/hommesmigrations.315

---

## **Le Faubourg Saint-Denis**

# **Un terrain marchand à l'épreuve de la diversité culturelle**

Par Bernard Dinh,  
doctorant à MIGRINTER (Migrations internationales, espaces et sociétés),  
CNRS - université de Poitiers



Rue du Faubourg Saint-Denis à Paris © D.R.

**Ancré dans le cœur de Paris, la rue du Faubourg Saint-Denis, véritable colonne vertébrale du quartier de la Porte Saint-Denis, donne à voir un paysage commercial inédit, principalement composé de petits entrepreneurs originaires de Turquie, de Chine, des mondes indien et africain. Longtemps considéré comme le quartier turc de la capitale, il est aujourd'hui plus volontiers considéré comme un espace de cohabitation marchande multi-ethnique, marquant la phase d'installation et de développement de migrations installées sur notre territoire depuis deux à trois décennies. Leur offre commerciale a évolué et s'est diversifiée dans un contexte de consommation globalisée, où les marqueurs ethniques sont recherchés par une population urbaine qui recherche de la différence culturelle.**

L'espace marchand multiethnique du Faubourg Saint-Denis<sup>(1)</sup> n'a fait l'objet jusqu'à aujourd'hui que de rares travaux de recherche<sup>(2)</sup>, à la différence d'autres quartiers marchands de la capitale à forte présence étrangère plus médiatisés, comme par exemple le quartier chinois du 13<sup>e</sup> arrondissement<sup>(3)</sup>. Pourtant, des chercheurs ont tenté d'y voir plus clair mais en faisant l'économie du terrain, comme dans cet article paru l'année dernière à la même époque dans *Hommes et Migrations* intitulé "Turcs et Indiens dans le Faubourg Saint-Denis". Ainsi peut-on lire, parmi quelques affirmations improbables que "*la fréquentation quotidienne du café turc par les Pakistanais est un fait notable... [ils viennent] aussi pour jouer aux cartes*"<sup>(4)</sup>. On peut se demander, pour qui fait l'expérience *in vivo* de cette cohabitation ethnique, d'où vient cette fiction.

Dans un précédent article<sup>(5)</sup>, l'analyse des entrepreneurs étrangers en France révélait que deux groupes ont été essentiellement examinés : les Maghrébins et les Asiatiques<sup>(6)</sup>. Concernant le groupe turc, il n'existe que peu de travaux, à l'exception des travaux quantitatifs de Stéphane de Tapia sur sa diaspora, sa circulation migratoire et les réseaux d'approvisionnement de ses commerces en France et en Europe<sup>(7)</sup>. Quant au monde indien (Inde, Pakistan, Bangladesh et Sri Lanka notamment par la présence forte et organisée de la communauté tamoule), là encore il existe une pénurie de travaux à l'exception de quelques rares études<sup>(8)</sup>.

Dans ce contexte, l'analyse de l'espace immigré du Faubourg Saint-Denis permet de rendre compte d'un tissu commercial spécialisé en partie dans les produits ethniques, dans lequel les originaires de Turquie<sup>(9)</sup>, du monde indien et de Chine sont les principaux entrepreneurs<sup>(10)</sup>, bien que d'autres groupes de migrants plus anciens originaires d'Europe centrale, du Sud et d'Afrique du Nord, ou de petits entrepreneurs plus récents originaires d'Afrique subsaharienne, apparaissent dans cet enchevêtrement ethnique. Il y a plusieurs raisons à cela.

Premièrement, leur offre commerciale est quantitativement la plus importante, la plus diversifiée et s'adresse à une clientèle de toutes origines. Deuxièmement, ce quartier est une centralité marchande pourvoyeuse d'emplois, autant qu'un lieu de sociabilité pour ces populations. De plus, le réseau associatif turc est très actif<sup>(11)</sup>, et parmi les trois mosquées de la rue du Faubourg Saint-Denis, deux étaient dirigées et fréquentées par une population principalement originaire de Turquie<sup>(12)</sup>. Ce qui fait que ce quartier a été identifié et volontiers qualifié de "Petite Turquie" ou plus simplement de "quartier turc" de Paris<sup>(13)</sup>, notamment en raison de la présence de Turcs dans l'industrie de l'habillement et de la confection, et du développement commercial qui en a immédiatement résulté. Mais cette cohabitation a entraîné une requalification du quartier et certains auteurs n'ont pas hésité à le qualifier également de "Little India"<sup>(14)</sup>. Enfin, leurs stratégies commerciales mettent en scène

des logiques territoriales et des capacités à saisir les opportunités économiques qui leur permettent de trouver de nouvelles niches et d'asseoir leur ancrage dans la vie sociale et économique du quartier.

## Histoire du lieu et formation de la commercialité ethnique

Situé dans le sud-ouest du 10<sup>e</sup> arrondissement de Paris, le Faubourg Saint-Denis a hérité du caractère maraîcher des espaces hors murs du XVIII<sup>e</sup> siècle. La rue du Faubourg Saint-Denis, marquée par une tradition marchande séculaire, est la véritable épine dorsale du quartier. La Porte Saint-Denis, réminiscence des portes fortifiées

**La confection a tiré profit de l'existence de ce parc industriel inoccupé et d'un parc locatif vétuste, sans confort, délaissé par la population française et qui présentait des loyers moins onéreux qu'ailleurs, entraînant l'implantation de migrants dont beaucoup travaillaient dans ce secteur dans leur pays d'origine.**

de la vieille enceinte de Charles V, avait pour mission de marquer les nouvelles limites de Paris, à l'exemple des bornes frontières que les autorités avaient placées tout autour de la capitale au fur et à mesure de son extension. Elle marque et matérialise la frontière avec la rue Saint-Denis et les Grands Boulevards, marque de fabrique du chantier haussmannien. La trame urbaine du quartier est faite de cours, de passages, de voies et de ruelles sans issue. Elle donne à voir des ateliers et des petites manufactures de la petite industrie locale du XIX<sup>e</sup> siècle, propices à

l'installation d'activités économiques aux besoins modestes. Le déplacement des ateliers du Sentier du 2<sup>e</sup> arrondissement limitrophe, devenu trop exigü pour que toutes les opérations de la couture s'y installent, s'est opéré progressivement vers le bas du Faubourg Saint-Denis dès le milieu des années soixante-dix. La confection a tiré profit de l'existence de ce parc industriel inoccupé et d'un parc locatif vétuste, sans confort, délaissé par la population française et qui présentait des loyers moins onéreux qu'ailleurs, entraînant l'implantation de migrants dont beaucoup travaillaient dans ce secteur dans leur pays d'origine<sup>(15)</sup>. Déjà, au XVIII<sup>e</sup> siècle, la Compagnie des Indes s'était installée près de la rue du Sentier. Importatrice de cotonnades d'Orient, ses tissus étaient destinés à la réexportation et ne pouvaient être portés en France que par les nobles. Ce secteur attira progressivement dans le quartier d'autres établissements, et sous la Monarchie de Juillet et surtout sous le Second Empire, le Sentier

avait déjà une solide réputation de centre “de mode et de luxe”. Tissus alsaciens et draps normands s’exposaient et l’origine provinciale des premiers représentants de tissus donna un certain caractère “immigré” au quartier. Le Sentier devenait déjà un “*exemple de type du quartier médiateur qui réalise l’intégration des nouveaux venus à la ville*”<sup>(17)</sup>. Quartier de l’industrie du prêt-à-porter depuis les années soixante, il a été occupé dans sa totalité par des donneurs d’ordre d’origine juive séfaraïte<sup>(18)</sup> jusque dans les années deux mille, rejoints aujourd’hui par des donneurs d’ordre chinois de la province du Zhejiang qui, en moins d’une décennie, ont réussi à pénétrer un espace que l’on pensait imprenable.

## Une trilogie commerciale turque, indo-pakistanaise et chinoise

À la fin des années soixante-dix et au début des années quatre-vingt, les migrants originaires de Turquie<sup>(19)</sup> s’installent dans le Faubourg, rapidement rejoints par des migrants indiens puis pakistanais originaires du Pendjab<sup>(20)</sup>, et des Chinois originaires de la région de Wenzhou (province du Zhejiang) et de l’Asie du Sud-Est, venus tenter leur chance dans une niche économique qui, jusqu’à très récemment, a constitué un des principaux secteurs d’emploi des immigrés<sup>(21)</sup>. Dans le même temps, les installations commerciales répondant à la demande communautaire immédiate se réalisent dans le contexte général du déclin du petit commerce de quartier. L’étude du tissu commercial originel des rues de l’Échiquier et d’Enghien montre la désaffection des commerces français, arméniens ou tunisiens au profit de commerces turco-kurdes<sup>(22)</sup>. Les activités commerciales initialement liées à la restauration et au petit commerce de détail alimentaire se sont multipliées et diversifiées, faisant des espaces commerciaux, dont les noms évoquent les régions, les villes ou les quartiers d’origine (Istanbul, Mardin, Antep (Gaziantep), Batman, Candir Dagi, Beyoglu...), une mosaïque de microterritoires recréant en partie un imaginaire national.

Si pendant longtemps les commerces turco-kurdes ont occupé l’espace commercial local, ils ont très vite été rejoints par les commerces pakistanais qui ont fait de l’“indianité” un argument commercial. Le passage Brady atteste depuis trente ans de la présence indo-pakistanaise locale. Construit au XIX<sup>e</sup> siècle, à la même époque que les passages couverts des Grands Boulevards voisins, des lieux de villégiature destinés à la nouvelle bourgeoisie anoblie du XIX<sup>e</sup> siècle et aujourd’hui pompeusement restaurés, il témoigne pourtant d’une tout autre destinée. Ici, les restaurants et commerces de produits “indiens”<sup>(23)</sup> ont remplacé, au milieu des années quatre-vingt<sup>(24)</sup>, les ateliers de confection et les lieux de stockage des grossistes de l’industrie du vêtement.

S'il existe une dissociation relative<sup>(25)</sup> entre l'espace commercial et l'espace résidentiel, ce quartier profite néanmoins de la présence des gares du Nord et de l'Est et du réseau développé de transports urbains, facilitant ainsi la venue et la fréquentation des populations originaires de Turquie et du Pakistan dans le quartier<sup>(26)</sup>. Enfin, le 10<sup>e</sup> arrondissement bénéficie d'un réseau dense d'échanges économiques et de relations humaines qui s'étend et se connecte aux "*centralités minoritaires*"<sup>(27)</sup> que sont le quartier multiethnique de Belleville, le quartier chinois des Arts-et-Métiers dans le 3<sup>e</sup> arrondissement, le quartier à forte présence maghrébine de La Goutte d'Or (Barbès), africaine de Château-Rouge dans le 18<sup>e</sup> arrondissement, ou ceux à forte origine immigrée dans les 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> arrondissements.

## Stratégies entrepreneuriales et ancrages territoriaux

La variété des commerces est en rapport étroit avec les phases d'installation et de développement des groupes. Après avoir investi massivement le secteur artisanal de la confection au début des années quatre-vingt, le groupe turco-kurde a élargi ses activités au secteur commercial. Il propose aujourd'hui la plus grande variété d'établissements, organisés sur la base de dispositifs monoethniques et confessionnels (financement, recrutement, achalandage, fréquentation...)<sup>(28)</sup>. En comparaison, l'espace marchand du groupe indo-pakistanaï apparaît embryonnaire pour au moins deux raisons. Tout d'abord, leur stratégie commerciale de resserrement et de continuité spatiale concourt à engendrer des microlocalisations<sup>(29)</sup>, à l'inverse de la stratégie "expansionniste", d'éparpillement et de déploiement commercial du groupe turco-kurde. Ensuite, leur forte présence dans la restauration, dont l'exemple le plus significatif est le passage Brady, contribue à renforcer une image de monoactivité. Pourtant, cette perception est démentie par la réalité des chiffres<sup>(30)</sup> (voir carte en infra). Leur installation plus tardive dans la confection s'est accompagnée d'un développement très rapide des activités commerciales, qui va bien au-delà des limites du quartier, notamment dans les banlieues limitrophes du nord de Paris, comme pour le groupe turc<sup>(31)</sup>. Concernant le groupe d'origine chinoise, trois catégories résument l'ensemble de leurs établissements commerciaux : la restauration, le commerce alimentaire et le commerce non alimentaire. La cession récente de deux restaurants chinois à un commerçant kurde et à un commerçant pakistanaï semble invalider leur stratégie d'ancrage et de fixation. La rude concurrence qui s'exerce sur ce territoire valorise et légitime la turcité et l'indianité (la "cuisine indienne" est un argument commercial repris par l'ensem-



ble des établissements de restauration tenus en réalité par des Pakistanais). Cela se fait au détriment de la sinité, qui pourtant fait montre de persuasion : d'une part, par l'appropriation signifiante de l'espace à travers les caractères typographiques et les symboles chinois des établissements, entendus comme "*marquages de l'espace par le biais de signes que l'on dispose*"<sup>(32)</sup>, d'autre part, par leur présence en amont de la chaîne artisanale comme fournisseurs de machines à coudre et de fils pour la majorité des artisans locaux de la confection. Mais c'est par leur activité de reprise de bars-tabacs-PMU, point d'orgue du retournement d'une situation de départ défavorable, que le groupe chinois s'ancre de manière définitive, au vu et au su de tout le monde, dans le paysage économique du quartier. Depuis moins d'une décennie, des "collaborations" commerciales se sont développées entre les groupes asiatique et africain sous la forme d'espaces commerciaux dédiés aux soins des mains, tenus et occupés indifféremment par des hommes et des femmes d'origine asiatique<sup>(33)</sup>. Mis en place dans les salons de coiffure africains ou se présentant sous la forme de boutiques insérées dans le réseau de la coiffure africaine, ils permettent d'attirer une nouvelle clientèle, de la diversifier, tout en initiant un dispositif commercial interethnique inédit.

Quel que soit le groupe considéré, la restauration et le commerce de détail alimentaire constituent les catégories les plus représentées. Les commerces dits "communautaires", encore majoritaires dans le quartier, contribuent à l'aménagement d'un environnement culturel proche de celui des pays d'origine. En vendant des produits spécifiques aux pays, ils préservent les usages sociaux propres aux différents groupes : restaurants populaires de type cantine, supérettes et épiceries spécialisées<sup>(34)</sup>, boucheries halal... C'est également le cas pour les commerces communautaires non alimentaires<sup>(35)</sup> et les services aux minorités, qu'ils soient d'ordre culturel (vente de journaux, CD, DVD, cassettes vidéo et audio, instruments de musique orientaux, librairies spécialisées et religieuses, salons de coiffure "ethniques", salons de thé turcs (*Cay Salonu*)...), "virtuel" (Téléboutique, cyberboutiques) ou pratique (agences de voyage)<sup>(36)</sup>. En même temps, l'implantation de sociétés d'aide à la création d'entreprise, d'expertises comptables et de bureaux de traduction concourt à leur intégration économique.

## Une évolution de l'offre commerciale

Depuis trente ans, l'offre commerciale des populations immigrées dans le Faubourg Saint-Denis a évolué et s'est diversifiée, profitant d'une évolution récente des modes de consommation et de l'augmentation de la demande en pro-

duits exotiques, principalement en alimentation et en restauration, qui ont largement accompagné les mutations du commerce urbain.

À côté de la petite restauration ethnique en tout genre, qui s'adresse à une clientèle diversifiée, avec des restaurants proposant des plats du jour à prix modique, des restaurants de plats "à emporter", des vendeurs de sandwichs, des "döner kebab", s'est développée une restauration proposant de la cuisine ethnique plus soignée dans des cadres plus confortables et plus occidentalisés. Cette évolution tend à répondre autant à la demande d'une population récemment installée dans le quartier, jeune, urbaine, issue des classes moyennes et supérieures, favorable au cosmopolitisme et désireuse de faire l'expérience d'une consommation globalisée, qu'à une population de jeunes entrepreneurs, "issue de l'immigration" et désireuse de profiter de conditions de vie plus favorables que celles de ses parents. Mais l'expérience exotique et cosmopolite des consommateurs renvoie à une autre expérience : celle où, pour les minorités de la seconde génération, l'ethnicité devient une ressource, mobilisant une catégorie jusqu'alors construite de l'extérieur<sup>(37)</sup>. Une nouvelle génération de commerçants apparaît, qui cherche à faire valoir une biculturalité longtemps considérée comme un handicap en raison de l'idée supposée qu'être de deux cultures à la fois, c'est n'être ni assez de l'une, ni assez de l'autre. Elle prend aujourd'hui avantage d'un monde où la diversité culturelle constitue, dans toutes les grandes villes du monde occidentalisé, un mode de vie recherché et un argument économique et politique. La cuisine, à l'instar de la musique, de la fête ou de la religion, nous indique comment "*les marqueurs ethniques sont désormais recherchés dans les sociétés occidentales, par des consommateurs urbains de la différence culturelle*"<sup>(38)</sup>. La présence d'une nouvelle population appartenant aux catégories sociales moyennes et supérieures, ayant choisi de résider dans le quartier non seulement par choix économique, mais aussi pour des raisons d'affinités idéologiques, a eu pour effet de favoriser l'apparition d'une offre commerciale générale, y compris ethnique, plus en adéquation avec leurs codes et leurs normes. Leur attirance pour les mélanges culturels et sociaux profite indéniablement à un commerce ethnique local tenu par une nouvelle génération de commerçants qui ont grandi ou vivent en France depuis longtemps<sup>(39)</sup> et qui s'adaptent aisément à cette nouvelle donne. Mais plus encore, ils agissent sur les représentations collectives en requalifiant symboliquement un quartier qui devient un centre cosmopolite et animé couru, d'une part, par leur utilisation massive de l'espace public marchand (rue, cafés, bars, terrasses, restaurants, associations...), d'autre part, par la perception positive qu'ils ont de leur quartier et qu'ils communiquent, tendant à faire disparaître les représentations négatives qui s'y attachaient<sup>(40)</sup>.

## “Continuité communautaire” et survie économique

L'autre évolution plus discrète, mais néanmoins aussi tangible, est la création ou la reprise de commerces traditionnels (bar, café ou commerce marchand de primeurs) par des commerçants originaires de Turquie, qui s'apparentent à ce que l'on appelle le “commerce banal”, c'est-à-dire à “*la vente de produits courants, sans marque ethnique particulière à une clientèle indifférente, mais généralement à la population du pays d'accueil*<sup>(41)</sup>”. Ce commerce banal dissimule en partie une “continuité communautaire”, car si ces commerces s'adressent à une clientèle diversifiée, ils restent fréquentés par une clientèle souvent issue de la même origine ethnique, voire villageoise, que celle du propriétaire ou du gérant. Reste qu'ils s'éloignent ostensiblement du commerce turc traditionnel comme le *Cay Salonu*, où le cadre normatif apparaît plus prégnant.

Une autre différence majeure avec les décennies précédentes est l'émergence des technologies de la communication et de l'information (TIC) dans l'offre commerciale en milieu migrant. Il existe aujourd'hui près d'une vingtaine de Téléboutique et cyberboutiques dans le quartier, tenues majoritairement par les Pakistanais pour les premières, par les Turco-Kurdes pour les secondes. Cette infrastructure entrepreneuriale permet d'aborder “*la question du migrant sous l'angle de la multiterritorialité*<sup>(42)</sup>” : celle d'abord de son immersion dans un territoire marchand multiethnique, marqué par la présence de nombreuses Téléboutique et cyberboutiques, toutes tenues par des commerçants étrangers, celle ensuite de son pays d'origine avec lequel il échange et communique par l'intermédiaire des TIC, celle enfin, de la diaspora, comme “*espace imaginaire, fantasmé, reconstruit à l'échelle internationale*<sup>(43)</sup>”. En retour, un bon nombre de migrants ont pu s'approprier un créneau commercial peu exigeant en superficie et requérant peu de capitaux.

## Conclusion

La présence commerciale immigrée fait partie de la mémoire collective du quartier. Si les originaires de Turquie, du monde indien et de Chine apparaissent majoritaires depuis une trentaine d'années, Grecs, Juifs du Levantin, Tunisiens, Yougoslaves, Espagnols, ont laissé des traces<sup>(44)</sup>. La présence d'associations, de bazars et de commerces spécialisés dans la fourrure ou les produits alimentaires atteste encore de cette existence ancienne. Aujourd'hui, la rue du Faubourg Saint-Denis continue d'être le témoin d'un ballet incessant de va-et-vient ; le reste du monde (Roumains, Bulgares,

Kosovars, turcophones d'Asie centrale, Subsahariens...) s'y arrête, se pose, reprend des forces, dans une altérité qui n'est pas montré du doigt. Terrain où l'expérience de la solidité des liens, de l'usage du principe de réciprocité et de la force de la parole donnée continue de faire partie d'un mode de faire et de vivre, autant dans les relations humaines qu'économiques, le quartier fait aujourd'hui l'épreuve de la gentrification. Les familles immigrées et les classes populaires partent en banlieue à la recherche d'appartements plus grands et moins onéreux à louer, laissant place à une population appartenant aux classes moyennes et supérieures. Les petits appartements de la Porte Saint-Denis, soumis à la pression du marché, sont désormais rachetés pendant que les appartements de grande surface continuent de trouver acquéreurs. Le Faubourg Saint-Denis est dans l'expectative. Certains annoncent la disparition lente mais certaine de ce petit coin populaire au goût d'Orient au profit d'un quartier totalement "boboïse"<sup>(45)</sup>, d'autres prédisent une cohabitation réussie comme cela se passe à Belleville. Difficile de prédire un avenir soumis aux forces du marché et du politique. Reste que c'est dans un contexte où le statut (ou le non-statut) d'immigré domine et où des conditions précaires d'existence demeurent que les populations restent davantage dépendantes de leur mode de vie et de leurs valeurs initiales, ou de ce qu'elles ont pu en transposer. Cet attachement engendre une inévitable pulsion grégaire, qui est à l'origine de la visibilité qui imprime durablement sa marque à certains quartiers comme celui de Belleville, de La Goutte d'Or, de Château-Rouge, de La Chapelle ou du Faubourg Saint-Denis. Dans ce cas, une dynamique territoriale peut se déployer si l'appropriation ethnique reste consolidée par un flux migratoire soutenu, lui-même encouragé par cet espace. Or il semblerait que ce ne soit plus le cas aujourd'hui, comme le montre la diminution du nombre des Parisiens nés à l'étranger. La diversité culturelle, grande marque de fabrique du discours ambiant et bien-pensant, semble ne pas résister aux réalités du terrain. ■

## Notes

1. Sur le plan juridique et administratif, le quartier étudié est le quartier de la Porte Saint-Denis, mais le Faubourg Saint-Denis est plus qu'une simple limite administrative, il est une identité, un état d'esprit.
2. Catherine Barthou, *La "Petite Turquie" à Strasbourg-Saint-Denis, portrait d'un microcosme turc à Paris*, maîtrise de géographie, université de Sciences humaines de Poitiers, département de Géographie, Poitiers, 1992, 99 p. ; Bernard Dinh, *La Petite Turquie*, D.E.A de géographie, université de Paris X - Nanterre, 2002, 113 p. ; Bernard Dinh, "Le Faubourg Saint-Denis, communauté ethnique marchande ? ", in Cédric Audebert et Emmanuel Ma Mung (Éd.), *Les nouveaux territoires migratoires : entre logiques globales et dynamiques locales*, Bilbao, université de Deusto, 2007, p. 127-140.
3. Michèle Guillon, Isabelle Taboada-Leonetti, *Le Triangle de Choisy. Un quartier chinois à Paris*, Paris, L'Harmattan, 1986, 210 p. ; Anne Raulin, "La Petite Asie de Paris : espaces marchands et concentrations urbaines minoritaires", *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. LXXXV, 1988, p. 225-242.
4. Mustafa Poyraz, "Turcs et Indiens du Faubourg Saint-Denis. Un espace commun en construction", *Hommes et Migrations*, n°1268-1269, juillet-octobre 2007, p. 110-118.
5. Bernard Dinh, "L'entrepreneuriat ethnique en France", *Hommes et Migrations*, n°1264, novembre-décembre 2006, p. 114-128.
6. Emmanuel Ma Mung, Gildas Simon, *Commerçants maghrébins et asiatiques en France*. Masson, Paris, 1990, 138 p.

7. Stéphane de Tapia, "L'émigration turque, circulation migratoire et diasporas", *L'Espace géographique*, vol. n°2, 1994, pp. 19-28 ; Stéphane de Tapia, "Les circuits d'approvisionnement des commerces turcs en Europe", in *Un dynamisme venu d'ailleurs : esprit d'entreprise et immigration*, Paris, L'Harmattan, 2004 ; Stéphane de Tapia, *Migrations et diasporas turques. Circulation migratoire et continuité territoriale (1957-2004)*, Paris, Istanbul, Maisonneuve et Larose, Institut français d'études anatoliennes, 2005.
8. Un numéro spécial d' *Hommes et Migrations* paru en 2007 sur les "Diasporas indiennes dans la ville" donne à lire la production de jeunes chercheurs, ce qui permet d'espérer une meilleure compréhension de ces groupes de migrants jusqu'alors négligés par les scientifiques. Reste que là encore, il est difficile d'estimer le nombre de ces groupes originaires du monde indien, en raison, d'une part, de l'absence de statistiques ethniques, d'autre part, de la multiplicité des statuts (passeports français, britanniques vrais ou faux, demandeurs d'asile, personnes vivant en France grâce aux documents obtenus lors des régularisations massives en Italie, en Espagne ou au Portugal, déboutés du droit d'asile et clandestins).
- On pourra par ailleurs se reporter aux articles suivants : A. Etiemble, "Les ressorts de la diaspora tamoule. Associations, médias et politique", *Cahiers de recherche*, n°6, MIRE, juin 2001 ; G. Jones, "Le trésor caché du quartier indien : esquisse ethnographique d'une centralité minoritaire parisienne", *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 19 - n°1, 2003, p. 233 ; Vasoodeven Vuddamalay, "La Little India du Faubourg Saint-Denis : une microgéographie indienne à Paris", in *Existe-t-il des métiers ethniques ?*, *Panoramiques*, n° 65, 2003.
9. La minorité kurde originaire du Sud-Est anatolien est évaluée à plus de 50 % des résidents originaires de Turquie. Cet article porte plus exactement sur la présence entrepreneuriale turco-kurde, indo-pakistanaise et chinoise. Le réseau entrepreneurial d'origine africaine subsaharienne, bien que très présent dans le quartier, est principalement installé en périphérie du quartier étudié, porte essentiellement sur une monoactivité, la coiffure, et s'adresse presque exclusivement à une clientèle africaine.
11. Récemment, l'association ELELE, l'une des plus représentatives du tissu associatif turc, est venue grossir les rangs des associations locales en s'installant rue Martel dans le 10<sup>e</sup> arrondissement.
12. La mosquée située au 64 rue du Faubourg Saint-Denis, gérée et financée par le *Millî Görüş*, a fermé ses portes en 2008. Concernant la genèse de ce mouvement, nous vous renvoyons à l'article d'Altan Gökalp sur l'islam des Turcs, paru dans un numéro spécial d'*Hommes et Migrations* sur les immigrés de Turquie, en 1998.
13. Gaye Petek-Salom, *La communauté immigrée turque en France*, Paris, A.D.R.I, 1984 ; N. Green (dir.), "Les quartiers parisiens de l'industrie de l'habillement et les relations pluriethniques", G.T.T.Q.- MIRE, Project n° 1085, 1989, p. 177 ; Riva Kastoryano, *Présence turque en France, rapport au secrétariat général à l'Intégration*, Paris, 1992.
14. Vuddamalay Vasoodeven, "Le Little India du faubourg Saint-Denis : une micro-géographie indienne", Paris, in *Existe-t-il des métiers ethniques ?*, *Panoramiques*, n° 65, 2003.
15. Gaye Petek-Salom, *La communauté immigrée turque en France*, Paris, A.D.R.I, 1984.
16. Nancy Green, *Du Sentier à la 7<sup>e</sup> Avenue : la confection et les immigrés, Paris - New-York, 1880-1990*, Paris, Seuil, 1998.
17. Jeanne Gaillard, "Paris, la ville, 1850-1870", thèse d'histoire, université Paris-X, 1975, p 199.
18. Solange Montagné-Villette, *Le Sentier, un espace ambigu*, Paris, Masson, 1990, 140 p.
19. Si au début des années quatre-vingt, l'origine régionale des migrants turcs était diversifiée, depuis les années quatre-vingt-dix, les migrants turcs viennent essentiellement de villages du Sud-Est anatolien et font l'expérience urbaine de villes comme Urfa, Gaziantep, Tunceli ou Mardin avant de quitter le pays d'origine, si toutefois ils ne font pas également une expérience migratoire stambouliote.
20. Les Pakistanais installés près de la Porte Saint-Denis et le bas de la rue du Faubourg Saint-Denis sont dans leur très grande majorité originaires du nord du Penjab, et plus particulièrement des villages des districts non irrigués de Rawalpindi, Jhelum, Gujrat et Mandi Bahauddin. D'autres viennent des régions irriguées de Faisalabad, Sahiwal et Sargodha, dans le centre et l'est du Penjab.
21. Mirjana Morokvasik, Annie Phizacklea, and Hedwig Rudolph, "Small Firms and Minority Groups: Contradictory Trends in the French, German and British Clothing Industries", *International Sociology*, 1, 1986, pp. 397-419 ; N. Green (dir.), "Les quartiers parisiens de l'industrie de l'habillement et les relations pluriethniques", G.T.T.Q.- MIRE, Project n° 1085, 1989, p. 177 ; Solange Montagné-Villette, *Le Sentier, un espace ambigu*, Paris, Masson, 1990, 140 p. ; Rath J., *Unravelling the Rag Trade. Immigrant Entrepreneurship in Seven World Cities*, Oxford, New York, Berg publishers, 2002.
22. Catherine Barthou, *La "Petite Turquie" à Strasbourg-Saint-Denis, portrait d'un microcosme turc à Paris*, maîtrise de géographie, université de Sciences humaines de Poitiers, département de Géographie, Poitiers, 1992, 99 p.
23. Les propriétaires sont en réalité Pakistanais. L'indianité constitue un véritable argument commercial.
24. Il est très difficile de connaître précisément l'arrivée des migrants du monde indien dans le quartier. Marie Percot, ethnologue, dont le DEA d'anthropologie sociale et d'ethnologie, malheureusement aujourd'hui égaré, a porté sur le passage Brady, se souvient que les premiers migrants indiens s'y sont installés à la fin des années soixante-dix.
25. Rappelons que, selon les données de l'Atelier parisien d'urbanisme sur la population totale du 10<sup>e</sup> arrondissement, les étrangers représentaient 21,2 % de la population en 1999. Une personne sur cinq est étrangère ou a conservé une double nationalité. C'est plus que pour la moyenne parisienne qui est de 14,5%. APUR, données statistiques : population, logement, emploi pour Paris et ses arrondissements, "Données à l'arrondissement et au quartier administratif. 10<sup>e</sup> arrondissement", *Études et dossiers*, Paris 1954-1999, 2005.

**26.** Selon Mariam Abou-Zahab, spécialiste de la migration pakistanaise, les trois-quarts de la migration pakistanaise en Île-de-France vivent dans les départements du nord de Paris, principalement en Seine-Saint-Denis (93) et dans le Val-d'Oise (95). Voir Mariam Abou-Zahab, "Migrants pakistanaïens en France", *Hommes et Migrations*, n°1268-1269, juillet-octobre 2007, p. 96-103.

On retrouve les mêmes localisations pour la migration turque francilienne : 4 036 Turcs en 1990 contre 14 930 en 1999 sont en Seine-Saint-Denis, et 4 343 Turcs en 1990 contre 11 275 en 1999 sont dans le Val-d'Oise, selon les recensements de l'INSEE.

Rappelons que pour Paris, entre 1982 et 1990, la population asiatique a augmenté de 63 %, ce qui est la progression la plus forte avec les Turcs (76 %). Ils représentent 4,5 % de la population immigrée. Voir Patrick Simon, "La société partagée, relations interethniques et interclasses dans un quartier en rénovation : Belleville, Paris 20", *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. 98, 1995, p. 161-190.

Du recensement de 1990 à celui de 1999, le nombre de Parisiens nés à l'étranger a légèrement diminué (de 399 000 à 386 000). Toutefois, si le groupe maghrébin suit bien cette tendance, il n'en est pas de même du groupe africain (+ 10 %), ni du groupe asiatique (+ 7 %) (INSEE-FASILD, *Atlas des populations immigrées en Île-de-France*, 2004). Dans le 10<sup>e</sup> arrondissement, on comptait 880 Turcs en 1990 contre 888 en 1999.

**27.** Anne Raulin, *L'ethnique est quotidien, diasporas, marchés et cultures métropolitaines*, Paris, L'Harmattan, 2000.

**28.** Cela vaut pour les groupes indo-pakistanaïens et chinois.

**29.** Quatre microlocalisations : le passage du Prado, le passage Brady, la rue du Faubourg Saint-Denis comprise entre les rues des Petites Écuries et de Paradis, l'angle de la rue du Faubourg Saint-Denis et de la rue Jarry.

**30.** Fin 2006, on comptait dans le quartier de la Porte Saint-Denis environ 80 établissements tenus par des commerçants turco-kurdes, 77 tenus par des commerçants pakistanaïens mais aussi par des Mauriciens d'origine indienne, plus d'une quinzaine tenus par des Asiatiques. Depuis ce chiffre a beaucoup évolué.

**31.** L'analyse de journaux gratuits d'annonces publicitaires bilingues (français-turc), comme *Papagan* ou *Star Reklam*, confirme l'existence d'un réseau entrepreneurial translocal à l'échelle régionale principalement dans les départements de la Seine-Saint-Denis (93) et du Val-d'Oise (95) : concessionnaires automobiles, garages, auto-écoles, cabinets d'architecte, meubles de maison, meubles de cuisine pour collectivités, matériaux du BTP (carrelage, peinture, enduit, etc.), installateurs de fenêtres et velux, chauffagistes, fournitures de TV, HI-FI, vidéo, et matériel pour l'installation de paraboles satellites, cabinets d'expertises comptables, agences immobilières, locations de salle, studios photo, organisations de mariage, etc.

**32.** Emmanuel Ma Mung, "Territorialisation marchande et négociations des identités : les Chinois à Paris", in *Espaces et Sociétés*, n° 96, 1998, p. 159.

**33.** Ils sont d'origine chinoise, vietnamienne, laotienne ou cambodgienne.

**34.** Aujourd'hui, les épiceries spécialisées fonctionnent comme des épiceries de quartier, complétant un système de distribution traditionnel français de moyennes et grandes surfaces bien pourvu. À cet égard, elles attirent une clientèle locale diversifiée.

**35.** Ne pas oublier leur caractère souvent polyfonctionnel : espace de jeux, d'échange, d'information, agence d'intérim, etc.

**36.** On comptait une seule agence de voyage "turque" au milieu des années quatre-vingt contre plus d'une quinzaine aujourd'hui.

**37.** Le nouvel an chinois constitue un parfait exemple de cette évolution. Rappelons qu'il y a vingt-cinq ans il n'existait pas de nouvel an chinois, qui est traditionnellement une fête familiale. Initié par les associations d'entrepreneurs chinois du Sud-Est asiatique, cet événement a eu pour objectif de donner à la communauté chinoise de nombreux avantages : d'une part, elle est plus visible dans la société locale, d'autre part, elle est mieux perçue, et, enfin, cela a permis de tisser des liens qui n'existaient pas forcément entre eux et la population locale dans un 13<sup>e</sup> arrondissement des années quatre-vingt qui avait très mauvaise presse à l'époque.

**38.** Elisabeth Cunin, "L'ethnicité revisitée par la globalisation", in *La globalisation de l'ethnicité ?*, *Autrepart*, n° 38, 2006, p. 10.

**39.** La plupart sont Français ou possèdent la double nationalité. Certains ont repris des affaires familiales, d'autres se sont lancés dans la création d'entreprise.

**40.** Se référer au travail de recherche mené par Patrick Simon sur ce sujet à Belleville. Patrick Simon, "La société partagée, Relations interethniques et interclasses dans un quartier en rénovation : Belleville, Paris 20", *Cahiers Internationaux de Sociologie*, vol. 98, p. 161-190, 1995.

**41.** Emmanuel Ma Mung, Gildas Simon, *Commerçants maghrébains et asiatiques en France*. Masson, Paris, 1990, 138 p.

**42.** Claire Scopsi, "Représentations des TIC et multiterritorialité : le cas des télé et cyberboutiques de Château-Rouge, à Paris", in Annie Chêneau-Loquay (dir.), *Technologies de la communication et mondialisation en Afrique*, Paris, Karthala, MSHA, 2004, p. 275-293.

**43.** Emmanuel Ma Mung, *La diaspora chinoise : géographie d'une migration*, Paris, Ophrys, 2000.

**44.** Le recensement de 1921 montre déjà une très grande diversité ethnique de la population dans tous les métiers. L'industrie du vêtement accaparait déjà une bonne partie de la population immigrée.

**45.** D'après l'éponyme bourgeois-bohème. David Brooks, *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*, New York, Simon and Schuster, 2000.