

Université de Montréal

La vente de contrefaçon d'objets de luxe à New York

par Mathieu Dostie

Département d'anthropologie Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des arts et des sciences en vue de
l'obtention du grade de Maître en anthropologie

Décembre 2013

© Mathieu Dostie, 2013

Résumé

Présente depuis le temps des Romains, et bien au-delà des simples « articles de Paris », la contrefaçon s'est introduite dans tous les domaines de fabrication. L'objectif de cette recherche est de déterminer quelles peuvent être les raisons et les motivations qui poussent un groupe d'immigrants à se spécialiser dans la vente de contrefaçon d'objet de luxe. Pour y répondre, nous proposons de suivre deux hypothèses. D'une part, le contexte politicoéconomique international est constitué de telle sorte qu'il favorise un groupe restreint de pays et limite en contrepartie les débouchés à bon nombre de pays en développement.

Les pays développés modulent, ou font pression sur, les organisations internationales à leur image afin d'en tirer davantage de bénéfices, et souvent au détriment des pays en développement. Et d'autre part, à l'intérieur de ces populations en mouvement, certains individus font le choix (inévitabile ou stratégique) de se cantonner dans un commerce de la rue, parfois illégal, comme c'est le cas de la vente d'objet de luxe contrefait.

D'un autre côté, l'adhésion d'un individu à un commerce illégal ne peut lui être totalement imposée par des forces extérieures. Ainsi, il est démontré dans ce travail, que la vente de contrefaçon répond aux particularités et aux exigences de certains individus : statut d'immigrants illégaux, peu ou pas d'expérience de travail compatible avec le pays d'accueil, travail sans contraintes d'horaire, travail à l'extérieur et, surtout, favorisant la vie sociale.

Mots-clés : Contrefaçon d'objets de luxe, globalisation, immigration, économie informelle, New York

Abstract

Present since Roman Empire, and that well beyond the simple "articles de Paris", counterfeiting has been introduced in all areas of manufacturing. The objective of this research is to determine what are the reasons and motivations for an immigrant group to specialize in selling counterfeiting luxury. To answer this, we propose two hypotheses. On the one hand, the international politico-economic context is such that it favors a small group of countries and limits, in return, the opportunities of in many countries in development.

Developed countries modulate, or lobby, international organizations according to their values and they want to draw the greatest benefits. Often, these benefits are harmful to the others. Secondly, within moving populations, some people are choosing (inevitably or strategically) to confine themselves in a street trade, sometimes illegal, as is the case of the counterfeiting luxury's selling.

On the other hand, illegal trade cannot be fully imposed to individuals by external forces. Thus, it is shown in this work that the sale of counterfeit features meets some expectations and constraints of sellers: illegal immigrant status, no job experience in the host country, no schedule constraints, working outside and, especially, promoting social life jobs.

Keywords: Counterfeit luxury goods, Globalization, Immigration, Informal economy, New York City

Remerciements

Tout d'abord, un merci tout spécial à ma conjointe et à ma grande fille d'avoir été aussi patientes et de ne pas m'avoir mis trop de pression pour que ce projet, qui était mien au départ, se termine. Merci également aux autres membres de ma famille qui ont dû vivre avec l'instabilité de mon statut (financier). Merci aussi à Jean pour sa carte d'interurbain. Elle fut très utile lors de mon travail terrain.

Merci à la conseillère en orientation du Centre local d'emploi de Sherbrooke qui, en 2003, m'a dit selon les résultats de ses tests que l'anthropologie représentait une discipline qui correspondait à mon profil. Dix ans plus tard, je ne regrette aucunement. L'anthropologie est maintenant la lunette avec laquelle je regarde le monde.

Merci au département d'anthropologie de l'Université de Montréal d'offrir à ses étudiants (tout cycle confondu) une qualité et une diversité de cours, mais aussi un personnel de qualité et disponible. Ce qui rend l'apprentissage encore plus agréable.

Enfin, un grand merci à M. Jorge Pantaleòn d'avoir bien voulu être mon directeur de maîtrise. Merci pour ces échanges que nous avons eus sur l'anthropologie économique, plus particulièrement sur l'économie informelle. Et pour toutes ces suggestions de lectures. Merci aussi de m'avoir soutenu lorsque j'étais devant une difficulté lors de mon travail terrain.

Table des matières

Résumé.....	ii
Abstract.....	iii
Remerciements.....	iv
Table des matières.....	v
Liste des tableaux.....	vii
Liste des cartes.....	viii
Liste des illustrations.....	ix
Liste des abréviations.....	x
Introduction.....	1
Chapitre 1 Méthodologie.....	8
Choses à apprendre.....	11
Apport de l'approche anthropologique.....	15
Chapitre 2 Cadre Théorique.....	17
Aspect juridique.....	18
Le phénomène de la globalisation.....	20
Théorie de l'immigration internationale.....	23
La segmentation du marché de l'emploi ou le dualisme économique.....	30
Économie Informelle.....	33
Chapitre 3 Contexte sociopolitique.....	40
Le Sénégal depuis l'indépendance.....	40
L'état actuel au Sénégal.....	42
Les Sénégalais à New York.....	43
Les États-Unis.....	47
New York; un attrait... qui peut être pervers.....	49
<i>Le New York économique</i>	50
<i>New York à la mode</i>	52
<i>Le New York international</i>	54
Chapitre 4 : Les Lieux de vente.....	57
South Street Seaport.....	59
Battery Park.....	62
Canal Street.....	63
Les particularités des lieux.....	69
Chapitre 5 : La marchandise.....	71
La naissance des grandes marques.....	72
Du luxe à la mode.....	75
De l'original à la contrefaçon.....	77
La distribution.....	79
Chapitre 6 : Les vendeurs.....	83
Portrait général.....	84
Le genre et l'âge.....	84
Lieux d'origine.....	85
Les langues utilisées.....	86
La religion.....	87

Leur statut d'immigrant	88
D'un visa temporaire à un emploi permanent	91
Leurs aspirations, leurs désillusions	95
Leur propre regard sur la contrefaçon.....	97
La relation entre les vendeurs et leur communauté	99
Vendeurs de contrefaçon Vs vendeurs ambulants.....	103
La relation vendeurs/clients	106
La relation entre les vendeurs et les autorités publiques.....	109
Conclusion	114

Liste des tableaux

Tableau I : Nombre de travailleurs par secteurs d'emploi dans la ville de New York	48
Tableau II : Les grandes marques du luxe	70

Liste des cartes

Carte1 : Île de <i>Manhattan</i>	54
--	----

Liste des illustrations

Illustration 1: Moyen de transport de la marchandise utilisé par les vendeurs de contrefaçon à <i>South Street Seaport</i> et <i>Batery park</i>	57
Illustration 2 : Moyen de transport de la marchandise utilisé par les vendeurs de contrefaçon dans le quartier chinois	61

Liste des abréviations

ADPIC :	Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent le commerce
DAES :	Département des affaires économiques et sociales (de l'Organisation des Nations Unies)
FCFA :	Franc de la Communauté financière africaine
FMI :	Fonds monétaire international
OCDE :	Organisation de coopération et de développement économiques
OMC :	Organisation mondiale du commerce
ONU :	Organisation des Nations Unies
PIB :	Produit intérieur brut
PNUD :	Programme des Nations Unies pour le développement
TRIPS :	Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights
USD :	Dollar américain (US Dollar)

Introduction

Bien qu'elle existait au temps des Romains avec la reproduction d'amphore à vin, la contrefaçon a pris son véritable envol à la révolution industrielle aux XVIIIe et XIXe siècles. Déjà à cette époque, la contrefaçon fait l'objet de batailles commerciales et sociales¹. C'est également à la suite de la révolution industrielle qu'apparaissent les premières marques et les premiers logos. Notions indissociables de l'idée même de la contrefaçon, ces inscriptions deviennent un gage de qualité et en elles naît l'idée de les reproduire. Passant des amphores à vin aux voiles à bateaux jusqu'au célèbre stylo BIC, la contrefaçon n'affecte pas seulement « les articles de Paris² », elle se retrouve dans tous les domaines; la pharmaceutique, l'automobile, l'aviation, les jouets, l'électronique, l'industrie du vêtement, etc.

Économie illégale, crime organisé, détournement d'argent des coffres de l'État, la vente de contrefaçon n'a cessé depuis plusieurs années de tourmenter différentes administrations publiques; surveillance douanière et policière, arrestations, saisies, démantèlement de réseaux organisés, etc. À l'échelle mondiale, elle représente de 250 à 500 milliards de dollars en échange commercial³. Soit sept pour cent du commerce mondial.

Constamment perçu à la négative par ses détracteurs, la vente de contrefaçon représenterait un choix rationnel de la part de ceux qui la pratique; tant les fabricants que ceux qui en font la vente. Certains juristes perçoivent la contrefaçon comme étant : « le fait de personnes de mauvaise foi qui ont délibérément choisi de copier les inventions ou les produits d'autrui de façon industrielle ou artisanale quoiqu'il puisse arriver. »⁴

La littérature disponible portant sur le sujet apporte généralement un regard alarmant sur ces produits; ils sont dangereux pour la santé et pour la sécurité des consommateurs, ils nuisent à l'économie nationale, ils créent des pertes d'emplois et les bénéfices sont réinvestis dans le crime organisé. Selon cette littérature alarmante, c'est pour ces raisons que nous devons concentrer nos efforts afin d'enrayer ce problème en le dénonçant et en punissant les acteurs impliqués. De leur côté, les consommateurs ne sont pas tenus responsables de leurs

¹ Gérard Béur, et al., *Fraude, contrefaçon et contrebande de l'Antiquité à nos jours*,

² Expression utilisé par Hubert Bonin dans *La contrefaçon et les guerres industrielles*, p.775.

³ Données prises dans un rapport de l'OCDE, *The Economic Impacts of Counterfeiting and Piracy*, datant de 2008.

⁴ Patrick Brunot, *La contrefaçon*, 1986, p.58.

actes puisque nous considérons qu'ils ont pu être floués dans cet échange. Cette idée renforce celle suggérant que la production et la vente de contrefaçon sont l'œuvre de gens libres et rationnels qui ne cherchent qu'à tromper les consommateurs et à bénéficier du travail d'autrui.

Cependant, avant d'aller plus loin, deux précisions doivent être faites. D'une part, ce travail n'a pour mission que de décrire au mieux le phénomène de contrefaçon. Il ne vise pas à informer le lecteur des aspects positifs ou négatifs pour les producteurs, vendeurs, consommateurs, et combien ces agents économiques sont victimes d'un système mis en place par les pays dominants. Car effectivement, les produits contrefaits peuvent représenter un réel danger et les profits accumulés peuvent être redirigés vers le crime organisé. Ce qui peut également être vrai pour l'économie légale et licite. Au contraire, ce travail a pour mission de nuancer les traits de la contrefaçon, d'élargir son explication afin que notre compréhension du sujet en soit la plus représentative possible de la réalité.

D'autre part, bien que l'ensemble du phénomène mérite d'être traité, la présente étude se limite à la contrefaçon d'objets de luxe; « les articles de Paris ». Toutefois, soulignons qu'au moment d'aborder les réseaux de fabrication et de distribution au chapitre 5 (portant sur la marchandise), le processus détaillé vaut pour l'ensemble des produits contrefaits.

Le choix de ce projet de recherche est venu naturellement. Avant même de débiter mes études supérieures en anthropologie, j'ai eu la chance, à deux reprises (en 2000 et 2008), de croiser le chemin de vendeurs de contrefaçon. Les deux fois, le contact s'est fait à New York lors de voyages organisés. Ces vendeurs de contrefaçon, nous ont été présentés, aux autres voyageurs et à moi, comme un attrait touristique au même titre que *Time Square*, *Central Park* et la *Statue de la Liberté*. En 2000, lors de ma première visite, j'ai été plus ou moins intéressé par la marchandise qu'ils nous offraient, mais plutôt par le fait qu'ils étaient à New York et parlaient français.

À ma seconde visite, alors que mûrissait en moi un intérêt particulier pour l'anthropologie économique, l'économie informelle et tous les réseaux économiques se hissant hors de l'économie dominante, ma curiosité s'est développée et m'a poussé à vouloir en apprendre davantage à leur sujet; qui étaient-ils, d'où venaient-ils, depuis combien de temps étaient-ils là? Malgré quelques soupçons, je ne savais pas à ce moment que les produits qu'ils nous offraient étaient illégaux.

Ce n'est qu'à mon retour à Montréal que j'ai fait une brève recherche sur Internet, pour finalement apprendre peu de choses, sauf comment lutter contre ces gens. Après avoir visité quelques sites, je demeure perplexe quant à la vision que ces commentateurs avaient de ces vendeurs.

Malgré le fait que je reconnaisse dans cette attitude une certaine logique et que je partage les valeurs défendues par les droits de propriété intellectuelle généralement associés à cette lutte à la contrefaçon, je demeure toutefois avec un certain malaise que de condamner ces gens sans approfondir le sujet. Pour moi, la question ne pouvait être aussi simplement expliquée. Nous nous devons de voir plus loin que ce simple fait juridique, ne pas limiter notre regard sur ce qui nous faisait mal à nous, la population en général, mais plutôt se demander ce qui leur faisait mal à eux.

En poursuivant mes recherches préliminaires, j'ai fini par trouver quelques documents concernant la présence d'Ouest-Africain aux États-Unis, sans pour autant en trouver qui étaient spécifiques aux vendeurs de contrefaçon installés à New York. Tout ce que j'ai pu lire ou voir sur ces vendeurs fut de l'ordre de la fiction. En effet, c'est à l'intérieur de deux œuvres de fiction que j'ai pu, avant mon travail terrain, prendre connaissance de ce sujet de l'intérieur⁵. Cependant, ces œuvres de fiction ne font que traiter de l'aspect misérabiliste de ce commerce; le crime, l'escroquerie et l'exploitation. Devant ce manque flagrant de littérature expliquant pourquoi ces gens se retrouvent à l'intérieur d'un tel commerce, je trouvais intéressante l'idée de contribuer à son développement et de promouvoir la perspective qu'ont ces gens de leur travail, de leur mode de vie et des raisons qui les conduisent dans cette position.

Ainsi, ce présent travail ne cherche pas à réduire le phénomène de la contrefaçon à un geste délibéré de la part d'un groupe d'individus en le déracinant de son environnement politique, économique et social. Au contraire, il est important de le contextualiser dans sa globalité afin de l'appréhender dans sa complexité et enfin d'en fournir les explications les plus détaillées et valides possibles. En limitant notre recherche aux vendeurs de contrefaçon installés à New York, l'objectif principal est d'expliquer en détail les raisons et les motivations qui poussent un groupe d'immigrants à se spécialiser dans la vente de contrefaçon.

Pour y parvenir, deux types d'explications ont été identifiés, les contraintes indirectes et

⁵ Dans un premier temps, dans les films *Beautiful*, de Alejandro González Iñárritu, et *Gomorra*, de Matteo Garrone, et dans le livre de Donna Leon, *De sang et d'ébène*.

les contraintes directes. D'un côté, on retrouve les contraintes indirectes. Ces contraintes représentent les conditions sociales à l'intérieur desquelles un individu, ou un groupe d'individus évoluent dans la société. Elles ne sont pas intimement liées à la vente de contrefaçon, mais elles y sont extérieures créant ainsi un contexte socio-économique particulier. Ces conditions sociales peuvent, dans une mesure relative, déterminer chez un groupe d'individus son intégration à un secteur économique plutôt qu'à un autre.

D'un autre côté, il y a des contraintes qui soient directes, visibles de l'intérieur, agissant directement sur le phénomène en soi et lui permettant de se reproduire dans le temps. Ces contraintes, plus subtiles, ne peuvent être visibles qu'à la suite d'une observation ethnographique et ce sont ces contraintes que nous observerons aux chapitres 4, 5 et 6 portants sur les lieux de vente et les vendeurs de contrefaçon.

Cette double analyse se rapproche des concepts d'espace social et d'habitus développés par Pierre Bourdieu. Selon le sociologue français, l'agent social est positionné dans différents champs de l'espace social selon la distribution de ses pouvoirs. Ainsi, l'espace social est construit sur le principe de différenciation et de distribution, constitué par l'ensemble des propriétés agissantes⁶ dans un univers social déterminé⁷. Il définit ensuite l'habitus comme étant un principe générateur et organisateur de pratique. C'est à l'intérieur de cet habitus (ou structure structurante) que l'agent est libre d'inventer ou de produire des pratiques sociales qui ont pour seules limites les conditions historiquement et socialement situées. Ainsi, l'habitus représenterait un ensemble de potentialités objectives, par opposition à la liberté absolue⁸.

Ainsi, la position qu'occupe un agent social dépendrait, selon les différents pouvoirs mis à sa disposition, d'un ensemble de facteurs structurant, dont la politique internationale caractérisée par la globalisation des échanges économiques et sociaux, en plus de l'immigration internationale et de la segmentation du marché de l'emploi. L'intégration difficile d'un agent social défavorisé, dans cette distribution des pouvoirs, aurait comme potentialités objectives de se réfugier librement dans une ou l'autre forme particulière de l'économie informelle, dont la vente contrefaçon. Toutefois, il faut souligner, comme le mentionne Bourdieu, que l'agent est libre, à l'intérieur de cet habitus, de choisir l'une ou l'autre

⁶ Les propriétés agissantes sont les différentes espèces de pouvoir ou capital qui ont cours dans différents champs. Bourdieu, 1984, p.3

⁷ Bourdieu, 1984, p.3-4

⁸ Bourdieu, 1980, p.88-92

de ces potentialités. Ce qui correspond aux contraintes directes identifiées au chapitre 6.

En analysant ces différents types de contraintes, ce présent travail se construit autour de deux hypothèses principales. D'une part, le contexte politicoéconomique international est constitué de telle sorte qu'il favorise un groupe restreint de pays (développés) et limite en contrepartie les retombées à bon nombre de pays (en développement). Ces premiers modulent, ou font pression sur, les organisations internationales à l'image de leurs valeurs (mondialisation de l'économie, application des normes internationales concernant les droits de propriété intellectuelle, consommation, etc.) afin d'en tirer davantage de bénéfices, et souvent au détriment des pays en développement. À la suite de ces inégalités, des millions de gens quittent leur pays d'origine (en développement) en direction de pays développés. Et d'autre part, à l'intérieur de ces populations en mouvement, certains individus font le choix (inévitabile ou stratégique) de se cantonner dans un commerce de la rue, parfois illégal, comme c'est le cas de la vente d'objet de luxe contrefait.

Dans un premier temps (chapitre 2; Le cadre théorique), nous verrons comment via l'imposition des normes internationales en lien aux droits de propriété intellectuelle et la globalisation de l'économie, il se crée un déséquilibre entre les nations quant à la distribution des richesses et l'attribution du pouvoir.

Ainsi par le contrôle politique et économique que possèdent les pays développés, les États-Unis en tête, on édicte les normes internationales et le prix des matières premières provenant des pays en développement. Ces derniers souffrent conséquemment des inégalités et voient une large part de leur population quitter les frontières vers ces pays développés.

À la recherche de meilleures conditions, ces immigrants constatent à leur arrivée que l'intégration à l'économie du pays d'accueil ne sera pas aussi facile qu'ils l'auront planifiée. Ils se tourneront alors vers le secteur secondaire du marché de l'emploi et se trouveront un emploi souvent délaissé par la population locale, offrant des conditions de travail de moindre qualité (instabilité, bas salaire, sans protections sociales, lieu de travail insalubre et dangereux, etc.). Toutefois, malgré ces conditions, plusieurs en feront leur emploi principal tout au long de leur séjour dans le pays d'accueil. Ces emplois répondront à un certain nombre de leurs valeurs et de leurs besoins. Nous verrons donc comment l'économie informelle peut représenter pour ces immigrants un choix, ou à tout le moins une alternative à l'économie dominante. L'informel serait pour ces agents économiques un choix en lien à une rationalité économique (qui

réintroduirait l'économie dans le social) différente de celle qu'il leur est proposé à l'intérieur de l'économie formelle.

Dans le chapitre 3; Contexte socioéconomique du Sénégal et l'immigration aux États-Unis, nous aborderons brièvement la situation actuelle de ces deux pays afin de mieux comprendre pourquoi les Sénégalais quittent en masse leur pays vers les États-Unis. Et non l'inverse. Ainsi, nous verrons à quel point la situation économie sénégalaise est catastrophique et provoque des changements sociaux à l'intérieur du pays. Ces changements font à leur tour pression sur les jeunes adultes en recherche désespérée d'un emploi. Ces derniers quittent leur pays en pirogue ou avec un visa limité afin de vivre à l'étranger, même s'ils sont en situation irrégulière.

Parmi les choix qui leur sont offerts, des milliers d'entre eux choisiront les États-Unis. Véritable terre d'accueil depuis plusieurs siècles, les États-Unis voient arriver à l'intérieur de leurs frontières annuellement des millions de gens venus de tous les coins de la planète pour y vivre. Principal point d'attraction américain par son effervescence économique (tant pour les immigrants que pour les touristes), New York sera leur destination finale.

Pour ce qui est des chapitres 4, 5 et 6, la question de la vente de contrefaçon sera abordée directement. Dans un premier temps nous procéderons à la description des différents lieux de vente observés; leurs particularités, leurs ressemblances et de quelle façon ils modèlent les pratiques de ventes. Bien que nous puissions trouver de la contrefaçon à plusieurs endroits dans la métropole américaine, trois lieux se caractérisent par l'abondance de produits contrefaits; *Canal Street*, *South Street Seaport* et *Battery park*. Bien que chacun soit unique, ces lieux de vente possèdent quelques similitudes entre eux, dont leurs orientations dans la ville, l'absence de commerce des grandes chaînes, et une abondance de touristes.

Puis, il sera question de la marchandise offerte. En plus d'énumérer les différentes marques et les différents modèles, la marchandise sera décrite de façon à mieux comprendre pourquoi ces marques sont contrefaites et pas une autre, ce qu'elles ont de particulier, comment et où elles sont fabriquées et comment elles arrivent à passer les frontières. En effet, il sera expliqué dans ce chapitre comment les marques originales en sont venues à être contrefaites, leurs origines, leur affiliation pour la plupart avec le luxe européen, et comment sous la pression du libre marché bon nombre d'entreprises, celles du luxe n'y faisant pas exception, délocalisent la production de leur produit et de cette façon en perdre le contrôle.

Cette marchandise contrefaite, en utilisant la même technologie de production et les mêmes canaux de distribution, arrive en masse dans certains lieux précis. Dont New York.

Et enfin, nous dresserons un portrait général des vendeurs de contrefaçons tels qu'observés lors de mon travail terrain. Bien que j'aie pu rencontrer des Maliens, des Gambiens et des Guinéens, la plupart sont d'origine sénégalaise. Plusieurs vivent à New York depuis plus de dix ans et la quasi-totalité d'entre eux sont illégaux et ne possèdent aucun document officiel. Certains s'en contentent, mais tous trouvent pénible et difficile la vente de contrefaçon. Pour certains ce sont les déplacements avec la marchandise, pour d'autre c'est la présence policière. Cette présence demeure constante, parfois elle en vient à des arrestations, mais la plupart du temps la relation entre ces agents sociaux (vendeurs et policiers) se fait sous le signe de la tolérance et du laisser-aller.

Chapitre 1 Méthodologie

Avant un travail terrain, l'anthropologue a à se préparer afin de mener à bien son projet. Avant tout, le sujet de recherche doit être identifié et précisé de même que le lieu où il va se dérouler, les grands thèmes qui seront abordés, le moment prévu pour introduire et terminer son expérience. C'est à ce moment qu'il cherche à en apprendre le plus possible sur son sujet, sur la formation du groupe social étudié, sur les différents travaux menés sur un sujet similaire. Identifier ce que nous devons savoir avant le départ; dois-je posséder un visa, apprendre une langue étrangère? Où vais-je demeurer; à l'hôtel, chez des amis, etc.? Quel est le coût de la vie? Et quels sont tous les imprévus que je peux prévoir; serais-je accepté aux douanes; il n'y a plus de contrefaçon à New York, il en a encore, mais ils ne voudront pas me parler, je vais me faire arrêter par la police, etc. Tous ces imprévus sont prévisibles. Les plus imprévisibles sont souvent les plus banals; oublier son porte-monnaie, que New York est plus chaud en été que Montréal, que deux mois c'est court pour faire un travail terrain, mais c'est long loin de sa fille, etc. Enfin, pour faire un bon travail terrain, il y a toujours des décisions à prendre et des choses à apprendre.

La méthodologie qui a permis la réalisation de cette recherche se décline en deux parties distinctes. Dans un premier temps, la revue de littérature a permis d'identifier et de mieux comprendre le contexte global dans lequel évolue le phénomène de la contrefaçon. Elle a également permis de soulever les concepts clés nous permettant de mieux cibler de façon générale toute la problématique entourant la contrefaçon. Parmi ces concepts, il y a; les aspects juridiques entourant le droit de propriété intellectuelle, la globalisation des échanges à l'échelle internationale, les différentes trajectoires de l'immigration actuelle, la segmentation du marché de l'emploi dans les pays développés et, enfin, l'intégration d'agents sociaux à l'économie informelle. Chacun de ces concepts-clés sera développé dans le chapitre 2 portant sur le cadre théorique.

Dans un second temps, un travail terrain a eu lieu à l'été 2010, ainsi une collecte de données a été effectuée, ce qui a permis de cibler la vente de contrefaçon dans un contexte

circonscrit aux vendeurs africains à New York. Le travail terrain a été mené afin de découvrir les liens existant entre nos concepts clés, préalablement identifiés, et nos hypothèses de départ.

Ce travail terrain s'est tenu dans trois points précis de l'Île de Manhattan; *South Street Seaport*, *Canal Street* et *Battery Park*. Bien qu'il existe d'autres endroits où il est possible d'observer la vente de contrefaçon d'objet de luxe, ces trois derniers furent choisis pour l'ampleur qu'ils représentent dans ce commerce. En effet, en plus de ces trois principaux lieux de vente, il est possible d'observer des vendeurs de contrefaçon dans *Bryant Park*, sur les 5e et 7e avenues entre la 42e et 56e rue et certainement dans *Harlem*. Toutefois, ces derniers lieux semblent être de moins grandes envergures, les vendeurs y sont en plus petit nombre, parfois seul et leur présence semble plutôt être irrégulière. Il peut donc être difficile de les rencontrer.

Quant aux trois lieux de mon terrain, ils ont été choisis pour de simples raisons, mais toutefois valables. Dans le cas de *South Street Seaport*, la raison en est que c'est à cet endroit que je les ai vus pour la première fois, en 2000, puis en 2008, alors que j'étais simple touriste. Pour ce qui est de *Battery Park*, je m'y suis attardé après avoir observé qu'un groupe de vendeurs passait par *South Street Seaport* sans toutefois s'y arrêter. Je les ai donc suivis. Enfin, pour ce qui est de *Canal Street*, le choix fut simple. Ce lieu représente pour certains l'un des points de ventes de contrefaçon d'objet luxe les plus importants sur la planète avec le marché de la soie à Pékin.

À la suite d'une estimation personnelle, environ 200 étaient des vendeurs d'origine africaine. Sur ces 200 vendeurs, 13 ont participé sur une base régulière à la collecte de données. À ce nombre doit être ajouté celui de quelques vendeurs ambulants qui ont également fourni de l'information utile à cette recherche.

La sélection de ces participants s'est faite de façon quasi aléatoire, sans critères fixes autres que celui d'être vendeur d'objets de luxe contrefaits à New York et être, ou sembler être, d'origine africaine. Malgré la présence de vendeurs d'origine asiatique sur les lieux de mon terrain, aucun d'entre eux n'a été rencontré. De même qu'aucun vendeur de matériel électronique contrefait n'a fait l'objet de cette recherche.

Pour ce qui est des vendeurs ambulants, ceux-ci ont été rencontrés afin de mettre en comparaison le discours des informateurs principaux. Quoi de mieux pour connaître quelqu'un que de le découvrir par ce qu'il n'est pas. À mieux identifier le parcours des vendeurs ambulants, nous en arrivons à mieux comprendre le parcours emprunté par les vendeurs de

contrefaçon. Cela permettait de mieux comprendre pourquoi certains individus se spécialisaient dans la vente de contrefaçon et pas d'autres.

Entrée sur le terrain

Le travail terrain s'est déroulé à différents niveaux, dans un premier temps il s'est enclenché un processus d'observation. Observation non participante puisqu'aucune réalité ou condition commune n'a été partagée. À aucun moment, je ne suis devenu Africain illégal à New York, ni même vendeur de contrefaçon. Toutefois, j'ai pu, à l'image de l'École de Chicago, observer ce groupe dans son environnement quotidien, pour ne pas dire naturel.

Ce type d'observation a permis de recueillir de l'information concernant les interactions sociales entre le groupe observé et d'autres groupes sociaux, par exemple les policiers, les vendeurs ambulants, les touristes, etc. Mais elle a également permis de connaître l'interaction qu'il y avait à l'intérieur de ce groupe; la fraternité, l'échange, etc.

En plus des interactions sociales, le déroulement quotidien et l'organisation que demande ce type de commerce ont pu être mis à jour grâce à ces observations. Ce qui peut représenter de l'information difficile à obtenir lors d'un entretien. Et c'est en partie grâce à tous ces moments d'observation que l'existence de vendeurs à *Battery Park* a pu être identifiée.

En plus des périodes d'observation, il y a eu des entretiens avec 13 participants. Avant même le déroulement du travail terrain, un questionnaire aux allures d'une liste de questions fut développé afin de s'assurer de recueillir l'information nécessaire. La participation à ces entretiens se faisait sur une base volontaire, malgré le fait qu'ils se déroulaient de façon spontanée. Considérant les conséquences que pouvait impliquer de participer à des entretiens formels et enregistrés, les participants à cette recherche préféraient ce type d'entretien. Ainsi, tous ont été réalisés directement sur les lieux de ventes sans enregistrement, ni prise de notes, debout, face à face sur le coin d'une rue. Le caractère informel de ces entretiens garantissait un minimum de participation de la part des vendeurs de contrefaçon.

Malgré ce caractère informel, au moment jugé opportun, se hissaient dans la conversation quelques-unes des questions formulées préalablement dans le questionnaire. Ainsi, les entretiens étaient semi-dirigés sous la forme de conversations, d'échanges ou de dialogues. Aucune structure officielle typique à celle d'une entrevue dirigée n'était implantée

dans ces conversations.

L'information recueillie lors de ces échanges confirmait ou infirmait les observations faites à partir d'un regard extérieur. Son véritable apport fut d'approfondir le questionnement et de dégager toute la complexité qui entraîne un groupe d'immigrants à se spécialiser dans ce type de commerce.

Il est à noter que l'informalité des échanges entretenus avec les informateurs et leur déroulement sur les lieux de vente avait pour avantage d'assurer un certain anonymat et un certain sentiment de confiance. Toutefois, l'entretien d'échange sur ces lieux de travail ne rendait les informateurs qu'à moitié disponible à la conversation puisqu'ils demeuraient attentifs à l'arrivée de touriste et à la présence policière. Cela n'aurait pas été le cas si nous nous étions retrouvés dans un lieu complètement extérieur à l'exercice qui les définit comme agents sociaux.

De plus, lors de ce travail terrain, différents points de vue sur un même sujet ont tenté d'être abordés. Par exemple, à quelques reprises j'ai voulu entrer en contact avec un représentant de l'Association des Sénégalais en Amérique. Cette association a pignon sur rue dans Harlem, dans ce que nous appelons *Little Sénégal*. Toutefois, faute de pouvoir convenir d'un rendez-vous, aucun membre de cette association n'a pu être rencontré. Cela aurait permis d'avoir de l'information générale sur les immigrants sénégalais à New York, l'histoire de cette implantation et connaître la perception qu'ont les Sénégalais sur la vente de contrefaçon sans y participer directement.

Choses à apprendre

Il est généralement difficile avant un travail terrain de savoir exactement comment celui-ci va se dérouler; ce qui ira bien et ce qui sera difficile. Chaque travail terrain est différent et la gestion des difficultés rencontrées se fait au moment présent et peu de préparation ou de méthode existe pour y faire face. Ainsi, voici les deux principales difficultés rencontrées lors de ce présent travail terrain.

Tout d'abord, ma première surprise a été d'ordre linguistique. Je savais en entamant cette recherche, considérant sa nature légale, que la participation à celle-ci ne se présenterait

pas comme étant une chance aux informateurs potentiels de s'exprimer sur leurs conditions, leur commerce, etc. Je me doutais bien qu'il allait y avoir une certaine réticence, un certain blocage, une crainte à se dévoiler sur ce sujet. Ainsi, j'estimais que bon nombre de vendeurs de contrefaçon à New York ne voudraient pas participer à ma recherche et que je devrais user de patience et de persévérance pour me faire accepter auprès d'eux.

Toutefois, j'étais bien loin de me douter que l'une des plus grandes entraves à la participation à ma recherche soit d'ordre linguistique. Après quelques jours de travail terrain, à les côtoyer et à vouloir échanger avec eux, je constatais que malgré le fait qu'ils étaient aux États-Unis depuis plusieurs années certains Africains ne parlaient pas la langue de Shakespeare.

Lors de ma recherche documentaire, j'ai lu passablement de textes portant sur les Sénégalais à New York et leur implantation dans la ville. Différents auteurs⁹ les caractérisaient comme étant des immigrants arrivés au début des années 1980, de religion Mouride, parlant principalement wolof et français. Me fiant à ces informations et à ce que je savais de l'histoire coloniale du Sénégal, j'ai pris pour acquis que s'ils ne parlaient pas anglais, il nous restait à tout le moins la langue du colonisateur, soit le français.

Mais la réalité en a été tout autrement. Tout d'abord, je me doutais bien, qu'ils soient *Peuls*, *Sérères* ou *Soninkés*, qu'entre eux ils parleraient *wolof*. Et c'est ce que je constatais lorsque je m'approchais d'eux. Mais comme je n'avais pas appris cette langue africaine, je me présentais à eux en anglais et ils me répondaient en anglais. Par la suite, je leur disais que j'étais Canadien, que je venais de Montréal, que je parlais français. Alors, ils me parlaient en français.

Ce n'est qu'après en avoir rencontré quelques-uns, que je remarquai que certains ne parlaient ni anglais ni français. Sinon que quelques mots de chacune de ces langues, mais insuffisamment pour maintenir une conversation. C'est le cas d'Abou, il est à New York depuis une dizaine d'années et ne parle ni français ni anglais. Il ne sait que quelques mots dans chacune de ces langues. Et cette situation était commune à bon nombre d'entre eux. À la fin de mon séjour, j'ai constaté qu'il avait été, finalement, plus difficile de rencontrer des Sénégalais maîtrisant l'une ou l'autre de ces langues que de Sénégalais voulant bien participer à ma

⁹ Voir les travaux de Victoria Ebin; 2008, de Paul Paradise, 1999, et de Paul Stoller, 1996, 2002,

recherche. C'est-à-dire que le plus grand frein à la participation à ma recherche n'était pas dû à un manque de volonté, mais plutôt à une incapacité linguistique de part et d'autre.

Outre cette barrière linguistique, d'autres événements sont venus perturber le bon déroulement de mon travail terrain. Bien que j'aie ma part de responsabilité dans les difficultés qui seront présentées, celles-ci ne sont pas tout à fait étrangères à la nature de ma recherche, de la position qu'occupent mes informateurs et de la réticence qu'ils peuvent avoir à y participer. Bien avant la capacité linguistique de chacun, j'ai été confronté à un problème plus subtil, mais également plus angoissant puisque je n'avais aucune réponse qui pouvait m'aider directement. Je ne pouvais pas justifier mes difficultés en évoquant simplement le fait que nous ne parlions pas la même langue. Je devais chercher une réponse qui était moins apparente que la première.

Avant même de savoir si notre informateur potentiel, celui-là que nous avons d'abord repéré visuellement, parle une langue qui nous est commune, il faut l'aborder, entrer en contact avec lui, se présenter, exposer notre projet et les raisons qui nous poussent à entrer en contact avec lui. Approcher ces informateurs potentiels a été une source de questionnement tout au long du travail terrain. Comment entrer en contact avec eux? Comment leur présenter le sujet de recherche sans leur faire peur?

Selon les quelques notions d'éthique que je possédais avant mon départ, je savais que je ne pouvais prendre en considération les informations qu'ils me donnaient sans que j'aie préalablement demandé leur consentement à participer à ma recherche. Sachant cela, j'abordais ces vendeurs sénégalais en me présentant directement comme étant un étudiant en anthropologie désireux de faire une recherche portant sur les raisons qui les amènent à faire un commerce illégal. J'aurais pu leur présenter un badge de police et leur réaction aurait été la même; soit un refus immédiat. Rapidement, j'ai compris qu'il devait y avoir une certaine présentation un peu plus personnelle qui devait être faite de ma part. Commencer par dire d'où je venais? Ce que je savais des Sénégalais et du Sénégal en général, caricaturer l'attitude des Américains? Bref les faire rire.

De cette approche, j'ai récolté davantage de fruits. Toutefois, j'ai également constaté que nous pouvions franchir un point où il était difficile de revenir au sujet qui m'intéressait. Ce qui pouvait donner l'impression que mon intérêt à échanger avec eux n'était pas gratuit. Comme un enfant qui complimente son parent avant de lui demander une faveur. Parfois,

l'effet obtenu est contraire à celui espéré.

Ainsi, à chacun de mes nouveaux contacts, je devais jauger la situation afin d'obtenir le bon équilibre entre démontrer de l'intérêt à leur sujet de conversation, sans toutefois en mettre trop et sembler leur cacher quelque chose. Bref, paraître avoir des intérêts détournés. Une fois l'équilibre trouvé, lorsque le moment était venu de leur faire part de mes intentions premières, ce n'était pas garanti que ceux-ci allaient pour autant accepter ma proposition, puisqu'eux sont illégaux et que moi, j'appartiens au groupe culturel dominant. Rien ne leur garantissait ma bonne foi. J'aurais très bien pu être un Canadien au service des Américains.

Une fois résolu ce questionnement concernant le moment et la façon de les aborder au sujet de ma recherche et que je pouvais enfin dire qu'il y avait un petit nombre de participants, l'un d'eux m'a fait une proposition des plus surprenantes, ou plutôt décevante.

Nous étions à la semaine 5 de mon travail terrain, plus de la moitié de mon temps à New York était derrière moi et les choses se plaçaient tranquillement. J'échangeais avec quelques informateurs, ma présence avec eux était de plus en plus respectée, voire naturelle. Et voilà qu'un de ceux avec qui j'avais peut-être le plus échangé jusqu'à maintenant me dit : « ceux-là que tu vois assis ne sont pas intéressés. Tout ce qu'ils veulent c'est de faire du commerce. Argent! Argent! Argent! Tu as vu moi comment je sais parler aux gens. Dis-moi comment on fait et je te dis tout ce que je sais. »

Jusqu'à maintenant, je n'avais pu leur parler qu'entre deux clients. Je partageais leur attention avec la présence policière. Et lui, il me propose que nous nous rencontrions dans un autre contexte, dans un autre quartier, loin de son travail. À ce moment, je sentais que l'information que j'allais recueillir serait d'un autre ordre, qu'elle serait plus détaillée, plus profonde, plus réfléchie. Alors on convient de se revoir au cours des prochains jours afin de déterminer l'heure et l'endroit de cette entrevue officielle et formelle.

Ainsi, nous nous sommes rencontrés, nous avons échangé un peu sur le déroulement de sa semaine depuis notre dernière rencontre et voilà qu'il m'informe qu'il aimerait, en échange de sa participation à ma recherche, avoir 80 \$ par heure pour notre entretien. Il justifiait ce montant en me disant qu'il gagnait à vendre la contrefaçon entre 100 et 125 \$ par jour. Alors 80 \$ devenaient pour moi une aubaine.

Cette mésaventure, bien qu'ayant nui à mon moral et m'ayant fait craindre de pouvoir recueillir suffisamment d'informations, m'a orienté vers d'autres gens. J'ai alors détourné mon

attention de *South Street* pour me rendre plus souvent sur *Canal Street*. Je suis allé voir ceux qui, selon mon informateur, ne voulaient que de l'argent, ceux qui passaient leur journée assis à l'ombre, la tête entre les jambes. Cette péripétie m'a permis de rencontrer de nouveaux informateurs que je n'aurais sans doute pas rencontrés.

Apport de l'approche anthropologique

Quel peut être l'apport de l'approche anthropologique dans l'étude de la vente de contrefaçon? Que peut-elle apporter de plus que les autres disciplines (l'économie, la politique, l'histoire ou le droit)? La réponse à ces questions se retrouve probablement dans la méthodologie propre à la discipline anthropologique, caractérisée par l'observation participante, ou dans ce cas-ci par l'observation de l'intérieur. Nous pouvons répondre par analogie à cette question. Si l'on observe une montre, qu'allons-nous voir? Un cadran, un bracelet et des aiguilles pour nous indiquer l'heure. Et, si nous prenons la même montre et que nous observons l'intérieur, que voyons-nous? Nous voyons un ensemble de pièces différentes qui ont chacune leur utilité. Toutefois, l'utilité de chacune de ces pièces ne peut être apparente au premier regard. Ainsi, l'observateur doit y mettre un certain temps afin de comprendre tout le mécanisme. Ainsi, observer une montre de l'intérieur ne nous indique pas l'heure, mais nous permet de comprendre comment elle peut, par l'entremise d'engrenages, nous indiquer l'heure.

Donc, qu'est-ce que peut nous apporter d'observer de l'intérieur un groupe de vendeurs de rue? L'observation de l'intérieur ne nous indique pas combien de millions de dollars sont détournés annuellement des comptes publics, ne nous indique pas non plus quelles normes du droit international sont bafouées. Elle nous indique plutôt le mécanisme qui explique comment certains groupes de gens se retrouvent dans une telle situation. Elle nous permet de voir la relation qui existe entre différents agents sociaux impliqués à différent degré dans un phénomène commun. Elle dépasse l'observation de surface, elle ne cherche pas à démontrer les conséquences d'un phénomène, mais son fonctionnement. Elle ne cherche pas à connaître l'heure, mais le mécanisme impliqué. L'ethnologie fait le pont entre le proche et l'éloigné, entre les contraintes directes et les contraintes indirectes qui poussent des individus vers un commerce illégal.

Il faut toutefois avouer que tout ce que nous pouvons observer chez nos sujets de

recherche, ceux-ci auraient pu également nous en informer par l'entremise d'un questionnaire papier, sans même qu'on ait eu de contact avec ces gens. Par contre, lors d'une recherche ethnologique, nous pouvons mieux visualiser ce qui nous est raconté, mais également rendre visible l'invisible. C'est-à-dire que l'observation participante peut nous révéler des faits qui sont au-delà de notre compréhension de base et au-delà même de la conception que les agents impliqués se font de leur propre situation.

Par exemple, dans le cas de la vente de contrefaçon, il y a suffisamment de documentation qui dénonce ce commerce et qui rappelle aux lecteurs que ce commerce est nuisible à l'économie dominante, que de nombreux emplois sont menacés, que la sécurité des consommateurs est en péril. Ainsi, les journaux nous relateront les faits concernant une intervention policière faisant tant d'arrestations et d'une saisie d'une valeur X. Et il est également possible qu'un informateur nous explique à la suite de quelques questions à ce sujet comment se déroule une arrestation policière, où on les amène par la suite, et ce qu'il advient d'eux. Ainsi, nous aurons l'impression d'avoir eu le point de vue de l'intérieur. Il est juste et entièrement valable. En documentant la présence policière dans le contrôle de la contrefaçon lors d'arrestation, cette image laissera aux lecteurs une image en distorsion puisque la relation entre les deux groupes ne peut être la même lors d'une journée bien ordinaire versus un jour d'arrestation. Nous avons parfois l'habitude de prendre un événement particulier et de le transposer à un contexte ordinaire. C'est précisément là que réside la force de l'ethnologie; prendre connaissance des jours ordinaires. Ne pas aborder la question dans son ensemble, c'est refuser de croire que ces gens ont une vie ordinaire.

Prendre connaissance de la relation au quotidien entre les vendeurs de contrefaçon et les policiers peut nous en apprendre sur les raisons qui font que ce phénomène persiste plutôt que de les voir comme étant des opposants à éliminer. Sans l'ethnologie, sans l'observation de l'intérieur pendant plusieurs semaines, je n'aurais pu comprendre la relation de respect et de tolérance qui existe au quotidien entre ces deux groupes sociaux.

Chapitre 2 Cadre Théorique

Ce cadre théorique a pour objectif de recréer un contexte général structurant, en référence à l'habitus de Bourdieu, dans lequel l'intégration de la vente de contrefaçon de la part d'un groupe immigrant devient l'une des potentialités. Ainsi, il y sera identifiées différentes contraintes, ou conditions sociales, pouvant expliquer la vente de contrefaçon, sans toutefois y être intimement liées.

En mettant en lumière ces contraintes, une structure globale y sera dévoilée agissant à l'échelle internationale et en y déterminant la relation entre les dominants et les dominés. Comme le dit le sociologue français, à l'intérieur d'un champ il existe des relations de pouvoir entre ces deux groupes, fondées sur le capital politique et économique de chacun. À l'intérieur de ces relations, les dominants tenteront de préserver leur position, ce qui à long terme incitera les dominés à développer des stratégies particulières dans l'unique but d'atteindre ou du moins préserver un certain équilibre entre les deux parties. À la lumière de ces relations, nous serons en meilleure posture pour expliquer les raisons qui font que ce sont des Africains, en l'occurrence des Sénégalais, et non pas des Américains ou des Canadiens qui sont cantonnés dans une économie informelle et illégale. Nous comprendrons pourquoi cette pratique économique évolue dans de grandes villes telles que New York, Paris, Hong Kong, etc.

Dans un premier temps, nous analyserons sommairement le phénomène de la globalisation de l'économie. Nous observerons comment celle-ci s'opère, quelles en sont ses principales caractéristiques et l'effet qu'elle a sur les relations de pouvoir entre les pays en développement et les pays développés. De cette analyse sera précisée toute la dynamique existante à l'intérieur du phénomène de l'immigration internationale; comment ces relations de pouvoir déterminent-elles les trajectoires migratoires et comment elles semblent liées à la globalisation et à la redéfinition culturelle des pays non dominants?

Par la suite, par une analyse de la théorie de la segmentation de l'économie dans les pays développés, seront mises en lumière les conditions dans lesquelles les immigrants se retrouvent à la suite de leur déplacement de leur pays natal vers un pays autre et comment l'économie, principalement aux États-Unis, fonctionne selon deux secteurs distincts. Un

premier secteur, appelé le secteur primaire où se trouvent les principaux emplois généralement occupés par la population locale. Dans un second s'opère un secteur secondaire dans lequel est confinée la population immigrante et où on retrouve des emplois aux conditions terribles et délaissés par la population locale.

Mais tout d'abord, le phénomène de la contrefaçon sera abordé d'un point de vue légal et juridique, comment il est abordé en liens étroits avec le concept de droit de propriété et le sens déterminé que cette approche semble démontrer par rapport à la contrefaçon.

Aspect juridique

L'aspect juridique est indissociable de la vente de contrefaçon, si ce n'est que par le qualitatif qu'elle porte. En soi, le terme contrefaçon ou contrefait renvoie le lecteur à la question légale. Légalement, on définit la contrefaçon comme étant : « la reproduction, l'usage, l'apposition ou l'imitation d'une marque, ou la reproduction, représentation ou diffusion d'un produit, d'un dessin ou d'un modèle protégé par un brevet est considérée comme étant de la contrefaçon »¹⁰. À son tour, cette définition en introduisant la notion de brevet nous redirige aussitôt vers celle du droit de propriété (plus particulièrement à la propriété intellectuelle).

L'article 544 du *Code civil* français définit le droit de propriété ainsi : « La propriété est le droit de jouir et disposer des choses de la manière la plus absolue, pourvu qu'on n'en fasse pas un usage prohibé par les lois ou par les règlements. » (Article 544 du Code civil français) Thierry Revet, professeur et directeur de l'Institut de recherche juridique à la Sorbonne, explique cet article de la façon suivante :

C'est un droit subjectif, un droit rattaché à un sujet de droit. C'est un droit qui a un contenu. Jouir et disposer, la jouissance doit s'entendre comme l'utilisation matérielle. Le droit de jouir, c'est le droit d'utiliser la chose, de lui faire produire tous les services qu'elle recèle selon sa nature. Disposer, c'est engager la chose en un acte juridique; la prêter, la louer, la donner, la porter en société et la vendre, etc. Et ce, dans la manière la plus absolue. Dans le langage du code, la plus absolue ne signifie pas tant dans l'intensité que le

¹⁰ Monot, Bleuzenn, 2009, *La guerre de la contrefaçon; le grand pillage des marques*, p.12

rayonnement. La plus absolue c'est-à-dire la possibilité d'opposer et d'imposer à tous, tous doivent le respecter et c'est de là que ressort la nature du droit de propriété dans le Code civil. Le droit de propriété, c'est la souveraineté d'une chose. Le propriétaire c'est celui qui peut tout faire. Naturellement, il ne peut aller contre l'ordre public, pourvu qu'on n'en fasse pas un usage prohibé par la loi et le règlement. Ces seules limites sont ses limites traditionnelles de l'ordre public.¹¹

Toutefois cette conception du droit de propriété contient une historicité qui lui est propre; elle se définit dans le temps et dans l'espace. En effet, cette conception est issue de la philosophie occidentale du XVII^e siècle. Dès ses débuts, la notion de droit de propriété est associée à celles de l'individu (chez Hegel) et de l'accumulation et de la liberté (Locke). Pour cette raison, Kurt Burch (1998) perçoit la propriété comme étant un principe constitutif de la société moderne¹², où celle-ci joue un rôle important dans la constitution de notre vision du monde puisqu'en répartissant les ressources entre les individus, elle guide leurs interactions¹³.

Pour ce qui est du droit de propriété intellectuelle, ses racines sont principalement les mêmes que celles de la propriété. Toutefois, la propriété intellectuelle est quant à elle indissociable de la technologie et de la montée en importance de la marque. Jumelé au brevet, le droit de propriété intellectuelle a une double fonction; légale et économique. En effet, le brevet doit, à l'aide de lois, protéger le créateur, mais doit aussi stimuler l'innovation et faciliter son échange¹⁴.

Issu d'un contexte philosophique européen, le droit de propriété et de propriété intellectuelle fait actuellement l'objet d'une réglementation internationale. En effet, depuis 1994 (création de l'OMC au sommet de l'Uruguay), un système international de protection des droits de propriété a été mis sur pied. Ce système est le *ADPIC (Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent le commerce)* ou le *TRIPS (Trade-related aspects of Intellectual Property rights)* et a pour objectif d'harmoniser les politiques nationales à des normes internationales.

Toutefois, cette nouvelle réglementation internationale ne fait pas que des heureux. En effet, certains auteurs de pays en développement critiquent cette initiative et la considèrent

¹¹ Explication prise sur le site internet suivant : http://www.justice.gouv.fr/video/flash/lecteur_FLV.swf

¹² Burch, Kurt, 1998, "Property" and the Making of the International system, p.3

¹³ *Ibidem*, p.12

¹⁴ Lévêque et Menière, 2003, *Économie de la propriété intellectuelle*, p.7

comme étant une emprise supplémentaire que l'Occident se donne afin de préserver sa main mise sur l'économie mondiale : « Derrière l'expression "droit de propriété intellectuelle" se cache en réalité une barrière culturelle, politique et commerciale mondiale. Ne vivons-nous pas dans un monde où quelques groupes industriels des pays du Nord, s'accaparant un certain nombre de brevets ou de licences, parviennent à imposer aux autres (la majorité) des limites à l'usage des œuvres et travaux?¹⁵ »

Ainsi, sous une réglementation internationale, le droit de propriété suit le même trajet que celui du développement économique. C'est-à-dire, que les droits de propriété, mais surtout ses retombées, sont sujets au même déséquilibre engendré par la globalisation. Un rapport du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) estime que 96 % des retombées en lien au droit de propriété intellectuelle, soit 71 milliards de dollars américains, se retrouvent dans les pays développés¹⁶. Dans la même lignée, 83 % des brevets émis mondialement seraient au profit de 6 pays en particulier (Les États-Unis, le Japon, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et les Pays-Bas)¹⁷.

Le phénomène de la globalisation

« Loin d'adoucir les divisions sociopolitiques contemporaines, la mondialisation, tel qu'elle existe actuellement, pourrait les multiplier, les exacerber, les rendre plus violentes et souvent plus sanglantes. »¹⁸

Dans cette brève citation, Zigmunt Bauman utilise, tout comme Immanuel Wallerstein dans sa théorie du système-monde, le terme mondialisation plutôt que celui de globalisation. Généralement utilisé en anglais, le terme « globalisation » sera préféré à celui de mondialisation dans le but d'expliquer, comme le fait Manuel Castells dans *La société en réseaux*, la globalité du monde actuel dans l'espace, mais aussi dans le temps. Ainsi, le terme globalisation sera utilisé dans ce texte dans le but de faire part d'un réseau complètement

¹⁵ Mouhamadou, Moustapha Lo, 2005, *Droits de propriété intellectuelle*, In *Enjeux de Mots*, Édité par Alain Ambrosi, Valérie Peugeot et Daniel Pimienta,

¹⁶ PNUD, 2005, Rapport mondial sur le développement humain, p.143

¹⁷ Monot, p.26.

¹⁸ Zigmunt Bauman, *L'humanité comme projet*, p.22

globalisé¹⁹.

Si la notion de droit de propriété et de droit de propriété intellectuelle est indissociable de la philosophie occidentale du XVII^e siècle, celle de la globalisation l'est tout autant. En effet, la globalisation est indissociable de l'économie capitaliste, qui elle-même est indissociable de la notion d'individu, de propriété et d'accumulation. L'économie capitaliste a besoin du droit de propriété afin de permettre à l'individu de cumuler suffisamment de capital pour ensuite le réinvestir²⁰. Ce qui constitue le principe premier du capitalisme; la capacité d'auto-expansion²¹.

Ainsi, Castells définit l'économie globale comme une économie dont les éléments centraux ont la capacité institutionnelle, organisationnelle et technologique de fonctionner comme unité en temps réel, ou en temps choisi, à l'échelle planétaire²². Pour qu'une telle économie en vienne à exister, il a dû y avoir une révolution technologique dans le domaine de l'information et des communications. Pour Kellner la clé pour comprendre la globalisation réside dans cette révolution technologique et dans une restructuration de l'économie capitaliste dans laquelle les domaines de l'économie, de la technologie, du politique et du culturel sont imbriqués les uns dans les autres²³.

De nouvelles percées technologiques (processeur informatique, ordinateur à puces, systèmes de communication de haute technologie et des circuits intégrés) associées au capital ont permis la création d'un monde nouveau, globalisé et interconnecté. Cette révolution a provoqué une amélioration des moyens de communication, de transport permettant l'aboutissement d'un système d'échange international et globalisé. Ce n'est qu'à la suite de cette transformation et de cette amélioration que l'économie capitaliste a pu prendre de l'expansion à l'échelle mondiale dans les domaines de la production, de l'échange et de la consommation²⁴.

¹⁹ Gérard-François Dupont fait, dans *Les nouvelles logiques migratoires au XXI^e siècle*, la distinction d'une part de la globalisation, réduction des frontières politiques, de l'internationalisation, utilisation d'une technologie réduisant l'espace-temps et augmentant les échanges, et de la mondialisation, application économique de la globalisation et de l'internationalisation.

²⁰ Hernando de Soto, 2005, *Le Mystère du Capital : Pourquoi le capitalisme triomphe en Occident et échoue partout ailleurs?*

²¹ Wallerstein, Immanuel, 2002, *La mondialisation n'est pas nouvelle*, Postface à la deuxième édition *Le capitalisme historique*, dans le cadre de la collection : « Les classiques des sciences sociales », http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales_index.html

²² Manuel Castells, 2001, *La société en réseaux; l'ère de l'information*, p.136

²³ Douglas Kellner, 2002, *Theorizing globalization*, p.286

²⁴ *Ibidem*, p.287.

Fini le temps où il prenait 60 jours à faire le tour du monde méditerranéen²⁵ (Braudel, 1979).

D'un point de vue économique, la globalisation engendre divers effets à l'échelle mondiale. Pour un Occidental, elle aurait des effets relativement positifs, principalement en Amérique du Nord et en Europe occidentale. Il en est tout autrement pour les habitants d'Afrique, d'Amérique latine et pour la plupart des pays d'Asie. Cet effet à double volet s'explique par la création de relations inégales entre des pays centres et des pays périphériques. Comme l'explique Wallerstein, le système-monde aurait pour effet de créer un clivage entre ces pays. Ces relations inégales seraient basées sur un système d'échange où les produits concurrentiels des pays périphériques sont en position de faiblesse vis-à-vis des produits de quasi-monopoles que l'on retrouve dans les pays centres²⁶. Comme le mentionnent des sociologues africains, le prix des produits manufacturiers sur le marché mondial, que les Africains consomment mais ne fabriquent pas, a eu tendance à s'accroître au cours des 40 dernières années, tandis que le prix des produits primaires (cacao, café et certains minéraux), qui sont produits, mais peu consommé par les Africains, n'a cessé de chuter depuis les années 1990²⁷.

D'un point de vue socioculturel, plutôt que de créer des inégalités, la globalisation est portée à uniformiser les pratiques. Comme Robertson le mentionnait: « *Globalization as a concept refers both to the compression of the world and the intensification of the world as a whole*²⁸ ». Selon George Ritzer²⁹, la globalisation se présente sous deux formes; par la *glocalisation de contenu* (intégration du local dans le global associée à la prolifération de produits spécifiques et tend à l'hétérogénéité de la culture globale) ou par la *globalisation de nullité* (contraction de Growth et globalisation).

Plus spécifiquement, la *globalisation* représente l'imposition du global dans le local. La *globalisation* focalise sur les ambitions impérialistes qu'ont certaines nations, sociétés (corporation) et leurs désirs et leurs besoins de s'imposer dans des zones géographiquement variées³⁰. L'intérêt principal de ces acteurs internationaux est de voir leur pouvoir et leur

²⁵ Braudel, 1979, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*.

²⁶ Wallerstein 2006. Voir également le texte de Glick Scheiller, Transnational social fields and imperialism : Bringing a theory of power to transnational studies, 2005

²⁷ Takyi, Baffour K. et Kwadwa Konadu-Agyemang, 2006, *Theoretical Perspectives on African Migration*, p.15

²⁸ Robertson, 1992, *Globalisation : Social theory and global culture*, p.8

²⁹ Ritzer, George, 2003, *The Globalization of Nothing*,

³⁰ *Ibidem*, p.192.

influence augmenter à l'échelle mondiale. Associée à la prolifération de nullité (the globalisation of nothing) la *globalisation* pousse à l'homogénéité culturelle.

Avec plus de subtilité, Appadurai aborde, dans *Modernity at large*, la question d'homogénéisation de la culture globale sans toutefois aller jusqu'au bout. Selon l'auteur, la globalisation ne porterait pas à l'homogénéisation de la culture, mais en utiliserait les mêmes instruments (l'armement, les technologies publicitaires, un langage hégémonique et imposerait un style vestimentaire unique)³¹. Il ajoute que les médias électroniques (cinéma, télévision, ordinateurs, téléphones) et les mouvements de population (touristes, immigrants, réfugiés, exilés, travailleurs invités) joueraient un rôle important dans cette configuration identitaire, porté vers la culture locale et la culture globale³². Ainsi, la culture locale serait la reconfiguration des politiques locales d'une culture globale véhiculée par les médias électroniques.

La globalisation constituerait donc un processus d'échanges internationaux qui, à la suite de quelques innovations technologiques dans le domaine des communications, compresserait l'espace/temps à l'échelle mondiale. Ses effets empruntent un schéma paradoxal où d'un côté, les relations internationales semblent se polariser autour de deux pôles; le centre et la périphérie, et de l'autre côté, via la *globalisation* et l'utilisation de médias de masse, une culture globale se développe et s'homogénéise. Ce paradoxe crée des inégalités sociales et économiques tout en créant de nouveaux désirs culturels et de consommation. Ce qui crée à son tour un désir chez les individus vivant dans des pays désavantagés par la globalisation de quitter leur pays pour un pays où ils pourront satisfaire leurs nouveaux désirs sociaux et économiques.

Théorie de l'immigration internationale

L'immigration, bien avant qu'elle soit internationale, fut d'abord régionale. Historiquement, elle ne représente qu'un prolongement naturel de l'exode rural vers les

³¹ Appadurai, Arjun, 1996, *Modernity at large; Cultural Dimensions of Globalization*, p.42

³² *Ibidem*, p. 53.

grandes villes aux débuts de l'industrialisation³³. C'est en Angleterre, premier pays industrialisé, que la main-d'œuvre locale fut insuffisante et où on a fait appel à des travailleurs étrangers venus d'Irlande afin de combler la demande croissante de main-d'œuvre. Bien que la situation ait évolué depuis l'arrivée des Irlandais, l'immigration demeure un phénomène d'envergure et actuel.

En effet, comme le démontre un rapport du Département des Affaires économiques et sociales, filiale de l'ONU (DAES) datant de 2012, le nombre d'individus en situation d'immigration ne cesse d'augmenter. Il est passé de 155 millions en 1990 à 191 millions d'individus en 2005 et, enfin, à 214 millions en 2010. Toutefois, précisons que, malgré l'augmentation du nombre réel d'immigrants, le pourcentage de la population mondiale en situation d'immigration est demeuré sensiblement le même pour la même période. Se situant aux alentours de trois pour cent de la population mondiale³⁴.

Traditionnellement, l'immigration se faisait en suivant des trajectoires précises jusqu'à la Seconde Guerre mondiale. Les pays d'émigrations possédaient généralement une population dense et une faible période d'industrialisation. Parmi ces pays, on retrouvait principalement l'Irlande, l'Angleterre, l'Italie et l'Europe de l'Est³⁵. Ces millions de gens quittaient leur pays en direction de jeune pays vaste, peu peuplé, mais connaissant une industrialisation rapide; les États-Unis en tête, suivi du Canada et de l'Australie.

Par contre, depuis les années 1960, identifiées comme étant la période postindustrielle selon Douglas Massey³⁶, l'immigration internationale a subi une coupure avec le passé. À partir de cette date, la majorité des immigrants ne quittent plus à partir de l'Europe, mais plutôt à partir de pays pauvres du Tiers Monde. Lesquels sont caractérisés par une population abondante et un manque criant d'emploi. Toutefois, ces nouveaux immigrants ne migrent plus vers des pays en constante progression économique, ils migrent plutôt vers les mêmes pays, mais ceux-ci possèdent maintenant une économie mature et parfois même stagnante. Ainsi, de nouveaux pays d'envoi se sont ajoutés (Yougoslavie, Turquie, Grèce, Algérie, etc.) et d'anciens pays d'envoi (Italie, Belgique et les pays scandinaves) sont devenus de nouveaux pays

³³ Rea, Andrea et Maryse Tripier, 2008, *La sociologie de l'immigration*,

³⁴ UNDESA, 2009, *International Migration Report 2009; A global assessment*, p.1 et 6

³⁵ Castles, Stephen et Mark J. Miller, 2009, *The age of migration; International population movements in the modern world*, p.84

³⁶ Massey, Douglas S., 1999, *Why Does Immigration occur? A theoretical Synthesis*, In Charles Hirsman et coll., *The Handbook of International Migration: The American Experience*, p.34

d'accueil³⁷. En effet, depuis 1965³⁸, à la suite d'une politique d'immigration plus ouverte acceptant plus de gens provenant de pays non européens, les États-Unis sont redevenus ce pays d'accueil qu'il était au XIXe siècle. Toutefois, cette nouvelle vague représente quelques différences.

En plus de déchiffrer l'immigration encore faut-il tenter d'en expliquer les causes. L'abondante littérature portant sur le sujet propose différentes avenues afin de trouver la source même qui pousse un nombre quasi incalculable de gens à quitter leur pays pour un nouveau pays, dont ils ne connaissaient souvent que le nom. Parmi les différentes théories tentant d'expliquer l'immigration, on retrouve la théorie néoclassique, fondée sur une approche macroéconomique, et la théorie du système-monde soutenu par Alejandro Portes et bon nombre de sociologues.

Premièrement, la théorie néoclassique développée entre autres par Borjas et Todaro³⁹, entrevoit l'immigration internationale comme étant un phénomène impliquant des individus ayant la capacité de faire un choix rationnel. Ainsi, le choix de quitter son pays repose uniquement sur la capacité d'un individu, unité de base, à faire des choix rationnels, spontanés et volontaires. Les raisons sous-jacentes à ces choix seraient le fruit du simple calcul coût/bénéfices en comparant la situation économique entre deux pays. Le choix de l'individu s'arrêtera sur la situation qui lui offre les meilleurs avantages en terme monétaire, selon leurs propres capitaux, ou ressources. En somme, le phénomène des flux migratoires ne serait, en d'autres termes, que la somme de projet individuel⁴⁰.

Chez les néoclassiques, l'immigration serait une conséquence directe des inégalités entre les nations en termes de salaire et de demande de travailleurs. Comme Borjas le mentionne, la migration internationale réagirait aux mêmes lois que celles de l'économie de marché. À l'image des biens de consommation, les individus se déplaceraient, passeraient à travers les frontières tout en intégrant le marché de l'immigration. L'immigration internationale serait une conséquence de la disparité dans le niveau des salaires, de l'employabilité et du

³⁷ Saskia Sassen, 1988, *The mobility of labor and capital. A study in international investment and labor flow*, p.44

³⁸ En 1965 fut adopté l'Immigrant act...

³⁹ Voir les travaux de Borjas, 1989 et Todaro 1969 et 1976.

⁴⁰ Réa et Tripier, 2008, p.30

bien-être social entre différentes régions du monde⁴¹. Ainsi, elle agirait à titre de redistribution spatiale des facteurs de production et tenterait de rééquilibrer la disparité géopolitique des salaires.

Selon cette approche, les pays d'envoi seraient ceux qui possèdent une grande armée de travailleurs, somme qui serait plus importante que la somme de capitaux pouvant être investie dans le pays. Ce qui aurait pour effet d'abaisser les salaires offerts. Inversement, les pays d'accueil seraient ceux avec une armée de travailleurs limités en rapport aux capitaux accessibles et pouvant être investis dans l'économie locale⁴².

Par contre, cette approche peut sembler réductrice puisqu'elle ne prend en compte que des facteurs économiques. Au-delà des facteurs économiques, Petras identifie la proximité géographique, les affinités culturelles et les réseaux économiques et politiques comme facteurs déterminants dans le choix de destination. Dans le cas des Sénégalais, ils seraient, selon cette approche, portés à émigrer vers la France, puisqu'elle est suffisamment proche pour parler de proximité géographique, elle partage une langue commune et entretient des relations économiques et politiques privilégiées. Par contre, on observe que, tranquillement, l'attrait des Sénégalais pour la France se déplace vers de nouvelles destinations; telles que l'Espagne, l'Italie, les États-Unis, le Canada, etc.

Toutefois, les spécialistes de cette théorie croyaient qu'à long terme, l'immigration aurait eu pour effet de corriger les inégalités entre les nations. Alors suivant le modèle néoclassique, pourquoi tous ces gens, les 2,5 milliards d'humains qui vivent avec moins de 2 \$/jour⁴³, ne quittent-ils pas leurs conditions économiques exécrables en quête d'une maximisation d'un meilleur revenu? Dans les faits, la disparité économique entre les nations est importante, mais ne peut être le seul moteur à la migration⁴⁴. Les causes et raisons à la migration sont plus complexes que ne le laisse croire la théorie néoclassique.

Comme le mentionne Evrett S. Lee, l'immigration ne peut être complètement rationnelle, bien que les composantes rationnelles seront souvent plus nombreuses que les composantes irrationnelles. Par contre, selon cet auteur il demeura toujours une part

⁴¹ Stephen Castles, 2000, *International migration at the beginning of the twenty-first century: global trends and issues*, p.272

⁴² Réa et Tripier, 2008, p. 29; Voir également Massey, 2009, p.35.

⁴³ PNUD, 2006, Rapport mondial sur le développement humain. p.269

⁴⁴ Arango, Joaquin, 2004, *Theories of International Migration*, In Danièle Joly, *International Migration in the New Millenium; Global and Settlement*, Ashgate, p.19

d'irrationnel dans le choix de migrer⁴⁵. Par exemple, lors de mon travail terrain, un informateur m'expliquait pourquoi il avait choisi les États-Unis plutôt que le Canada. Au-delà des conditions climatiques, il n'avait pas au Canada, selon lui, cette effervescence, cette atmosphère de liberté et de fête que nous retrouvons aux États-Unis. Dans ce cas-ci, le choix de la destination était basé sur des notions émotives et subjectives, il répondait à des attentes préétablies et peu comparables.

De toute évidence, l'immigration demeure un choix personnel, sauf peut-être dans le cas des demandeurs d'asile. De plus, il n'est pas aussi rationnel que l'on voudrait, mais plutôt fondé sur des relations de dominations entre les pays d'envoi et les pays receveurs. Ces deux théories semblent expliquer le phénomène de l'immigration comme étant une conséquence des inégalités entre les nations. Pour la première, les inégalités économiques entre les nations seraient le fruit d'un retard de développement, mais tôt ou tard, les nations porteraient à s'égaliser les unes envers les autres. De l'autre côté, la théorie du système-monde entrevoit cette notion d'inégalité comme étant une conséquence d'une relation de pouvoir entre les pays centres et les pays périphériques. Ici, il est peu question de développement. Portes et Rumbaut pensent le développement comme étant un processus qui suppose une évolution. Cependant, ces pays, selon ces auteurs, ne sont pas contrairement à leur appellation en développement. Ils sont plutôt des pays pauvres qui ne seront jamais développés⁴⁶.

En effet, la théorie du système-monde entrevoit l'immigration comme étant une conséquence de la relation de pouvoir entre les pays riches (pays centre) et les pays pauvres (pays périphériques). Selon cette théorie, le modèle de l'immigration tend à refléter avec précisions notables le caractère d'action hégémonique passé, commis par un pouvoir global⁴⁷.

Comme nous l'avons vu précédemment, les États-Unis sont connus historiquement comme étant un pays d'immigration malgré une baisse du nombre d'immigrants durant la période de 1920 à 1960. Par contre, à partir de 1965, les États-Unis redeviennent le pays d'immigration qu'ils étaient au XIX^e siècle. Certains auteurs voient dans cette nouvelle vague une conséquence directe de la globalisation de l'économie⁴⁸. Ces auteurs reconnaissent un lien

⁴⁵ Everett S. Lee, 1966, *A theory of migration*, p.51

⁴⁶ Portes, Alejandro et Rubén G. Rumbaut, 2006, *A Portrait : Immigrant America*, p.15

⁴⁷ Portes, Alejandro, 1995, *The Economic sociology of immigration : essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*, p.20

⁴⁸ Castles, Stephen et Mark J. Miller, 2009, *The age of migration; International population movements in the*

entre les trajectoires que tendent à prendre l'immigration internationale et l'ouverture de nouvelles régions au système économique capitaliste. Selon eux, la relation de pouvoir existante entre les pays pauvres et les pays riches expliquerait pourquoi la migration se fait du premier vers le second.

Ainsi, la globalisation de l'économie représente l'incorporation de nouvelles zones dans le marché capitaliste mondial. Ce qui, à moyen ou long terme, transforme la structure culturelle de peuples indigènes jusque-là autonomes, de même que leur schème de valeurs traditionnelles en un système de valeurs libérales et capitalistes. Ces nouvelles transformations affectent la structure d'emplois traditionnels, principalement les emplois sans salaires reliés à la ruralité⁴⁹. Créant un déplacement de la population rurale des nouvelles zones incorporées vers les centres urbains. Mais confrontés à une économie relativement faible et fragile, fondés sur le secteur agricole et de petites manufactures, ces centres urbains se retrouvent aux prises avec un surplus de travailleurs peu qualifiés et de surcroît peu scolarisés⁵⁰. Ainsi, la généralisation du marché de l'emploi et l'incorporation de larges régions du monde dans la forme périphérique seraient un processus qui sous-tend l'immigration internationale de travailleurs⁵¹.

De plus, comme nous l'avons vu avec Castells, ce qui rend possible la globalisation est l'amélioration technologique des moyens de communication et de transport. Elle a pour effet d'augmenter les échanges économiques entre les pays, mais également les échanges culturels entre les populations. Ce qui conduit à une homogénéisation relative de la culture globale.

Réintroduite dans une théorie de l'immigration, l'amélioration des moyens de communication (les médias de masse) et des transports contribue à réduire la distance émotionnelle de la population entre les différents pays⁵². C'est à partir de cette transformation sociale engendrée par la mondialisation que la nouvelle vague d'immigration prend forme. Aidé par les nouvelles avancées technologiques dans le domaine des télécommunications (Internet et la communication par satellite), il est maintenant plus facile de comparer les modes de vie entre les deux pôles. En un instant, une population sait comment des gens à

modern world. Voir également les travaux de Sassen, de Petras et de Portes portant sur l'immigration.

⁴⁹ Saskia Sassen, 1988, p.27.

⁵⁰ Joaquín Arango, 2004, p.26.

⁵¹ Sassen, 1988, p.52.

⁵² Stalker, Peter, 2008, *Workers, without frontiers*, p.118.

l'autre bout du monde vivent et dans quelles conditions. Il est maintenant possible de comparer leur propre mode de vie. Ce qui a eu pour effet de provoquer un changement de valeur au sein des populations du Tiers monde, qui ont peu à peu délaissé leurs valeurs traditionnelles au profit de valeurs consuméristes⁵³.

De plus, l'amélioration des moyens de transport permet à la population des pays pauvres une plus grande mobilité internationale. Ce phénomène se développe cependant différemment selon les régions. D'un côté, on retrouve la tendance occidentale au tourisme, où la jeunesse des pays riches est portée à faire des voyages, et où les tours du monde se multiplient. Cette tendance se termine dans la majorité des cas par un retour à la maison. De l'autre côté, on retrouve les populations des pays pauvres qui empruntent les mêmes routes, mais dans une optique bien différente. Pour ces gens la découverte du Monde est plus ou moins le but ultime. Leur objectif est surtout la quête d'une meilleure qualité de vie, assouvir de nouvelles aspirations sociales, etc. Et qui plus est, ce voyage ne prend souvent jamais fin puisqu'il n'y a que dans très peu de cas un retour à la maison.

Suivant l'idée de Portes où le désir d'émigration s'opère dans un contexte d'implantation d'un nouveau modèle économique et politique ou lorsqu'une nouvelle structure survient, ce changement modifie les normes, les codes et les modèles sociaux. Par exemple, entre 1980 et 2000, le Sénégal a connu, à la suite de modifications de ses politiques économiques et nationales⁵⁴, une détérioration de sa situation économique et sociale⁵⁵ augmentant du même coup l'inégalité entre les classes⁵⁶.

À la suite d'une série de sécheresses au cours des années 1970 et d'une restructuration de l'économie, le domaine agricole sénégalais n'a cessé de se détériorer à son tour, forçant ainsi la jeunesse à fuir la campagne au profit des villes. C'est à cette époque qu'on se met à

⁵³ Portes, 1999, p.17.

⁵⁴ Voir les différents plans d'ajustement structurel (PAS) mis sur place par le FMI afin de redresser l'économie sénégalaise à la fin des années 1970 et début 1980. Voir également la politique entourant la dévaluation de FCFA en 1994.

⁵⁵ C'est à cette époque que s'organise la montée de différents groupes sociaux à prétention réformatrice ou révolutionnaire préoccupés par l'idée du changement en réponse à ces bouleversements, dont le *Sopi*, le *Set Setal* et le *Boul Falé*. Le *Set Setal* est une mobilisation d'hommes et de femmes agissant localement, dans leur quartier, afin de rendre leur espace de vie plus propre, plus viable. Il répond de manière précise à la dégradation accélérée des infrastructures publiques et fait référence à l'épisode nationaliste et volontariste de la première décennie de l'indépendance (Diouf, 2001, p.44). Enfin, le *Boul Falé* (t'occupes) représente une expression du raz-le-bol d'une jeunesse aux abois, désœuvrée, et laissée à elle-même face à une crise socio-économique qui s'amplifie de jour en jour (Diouf, 2002, p.278)

⁵⁶ Mbodji, 2002, p.576.

observer une dégradation du rôle paternel, où le père n'est plus en mesure de remplir ses obligations sociales; d'élever ses enfants dans la dignité en leur enseignant certaines valeurs⁵⁷. L'émiettement des groupes familiaux, la solitude et l'anonymat de la ville et avec la nécessité pour beaucoup d'individus d'assurer seul leur destin rend de plus en plus difficiles la solidarité sociale et l'appartenance culturelle en temps de crise.⁵⁸

Et c'est justement lorsque la culture ou la société dans laquelle nous vivons ne peut plus offrir ce sentiment de nous prendre en charge, où les mécanismes d'entraide deviennent défaillant que l'extérieur devient une porte de sortie, que l'émigration devient l'une solution garante d'un futur meilleur. C'est à ce moment-là que l'émigration à tout prix (au prix de vivre dans la clandestinité) devient l'unique levier d'émancipation, pourvoyeur de liberté parce qu'elle représente le seul rêve qui leur est permis de garder⁵⁹.

La segmentation du marché de l'emploi ou le dualisme économique

Faisant le pont entre la globalisation et l'immigration, la segmentation du marché de l'emploi et le dualisme économique sont perçus comme étant l'existence de secteurs d'emplois dans un même marché (secteur primaire et secteur secondaire) demandant des qualités différentes. La conception de la segmentation du marché de l'emploi et celle du dualisme économique se sont faites à des périodes légèrement différentes. La première s'est faite au début des années 1970 avec les travaux de Michael Reich et de D. Gordon⁶⁰. Pour sa part, le développement du concept de dualisme économique s'est principalement fait autour des travaux de Michael Piore à la fin des années 1970, et a été repris par la suite par bon nombre d'auteurs⁶¹

La distinction existante entre le secteur primaire et le secteur secondaire réside dans la qualité de l'emploi, la stabilité et les qualifications requises pour accomplir les tâches qui y

⁵⁷ Diop, 2008, p.18.

⁵⁸ Mbodji, 2002, 2008.

⁵⁹ Mbodji, 2008, p.306-307.

⁶⁰ Michael Reich, D.M. Gordon et R. Edwards, 1972, A theory of Labor Market Segmentation.

⁶¹ Voir entre autres les travaux de Michael Piore, 1979, *Birds of Passage: Migrant Labor and Industrial Societies*; Michael Piore, Suzanne Berger, 1980, *Dualism and Discontinuity in Industrial Society*; Bailey et Waldinger 1991, *Primary, Secondary, and Enclave labor market : A training systems approach*;

sont associées. Le secteur primaire génère des emplois stables, offre des salaires relativement élevés et la possibilité de progresser dans l'entreprise. De l'autre côté, les emplois reliés au secteur secondaire sont mal rémunérés, peu ou pas stables et où il y a peu d'avancement possible. De plus, ces emplois ne respectent généralement pas les normes du travail quant à la sécurité d'emploi, mais aussi concernant les normes de sécurité et de salubrité des lieux de travail. Pour ces raisons, ces emplois sont majoritairement délaissés par la population locale et c'est pourquoi on y retrouve principalement des immigrants, mais également des femmes, de jeunes travailleurs et des membres de minorités ethniques.

Selon Michael Reich, la segmentation du marché de l'emploi est issue de la concurrence à l'intérieur de l'économie capitaliste monopoliste⁶². Selon l'économiste américain, l'augmentation du nombre de grandes sociétés et l'émergence d'un monopole autour de ces sociétés accentuant certaines forces systémiques du marché augmenteraient et renforceraient la segmentation de l'économie en général, mais également celle du marché de l'emploi.

Pour sa part, Piore⁶³ relève quatre explications principales à la dualité économique; 1) Les employeurs ont tendance à considérer les travailleurs comme étant un capital lorsqu'ils investissent dans leur formation. Le maintien de ces deux secteurs d'emploi existerait pour la simple raison qu'il est efficace et contribuerait au maintien et au développement économique d'un pays. Michael Reich abonde dans ce même sens, pour eux la dualité renforce et reproduit l'hégémonie capitaliste⁶⁴. 2) Parce que certains groupes de travailleurs tenteraient d'échapper à leur statut social en se réfugiant dans des emplois plus stables. 3) En lien à la seconde explication, le dualisme économique serait associé à une asymétrie quant à l'attitude de certains travailleurs et employeurs à occuper un emploi à risque au point de vue de la stabilité. 4) Enfin, soutenue principalement par les marxistes et les économistes radicaux, la dualité économique existerait à la suite des efforts déployés de la part des employeurs à diviser une classe de travailleurs unie et ainsi conjurer une révolution de ces mêmes travailleurs.

Ivan Light⁶⁵, quant à lui, propose que la volonté des gouvernements des pays développés à aider les immigrants dans leur intégration s'épuise bien avant leur capacité

⁶² Michael Reich, et coll. 1972, p.360.

⁶³ Michael Piore, 1978, *Dualism in the labor market*, pp.29-30

⁶⁴ Michael Reich, *et coll.*, 1972, p.364.

⁶⁵ *Immigration et économie ethnique dans les villes géantes*, p.435

effective de le faire. Si l'aide sociale offerte aux nouveaux arrivants diminue, ceux-ci devront trouver un moyen rapide de compenser ce manque. C'est ainsi que l'intégration de l'économie informelle, ou le secteur secondaire du marché de l'emploi devient une alternative, voire une solution, pour les nouveaux arrivants faisant face à une diminution de l'aide sociale qui leur est offerte.

Comme le mentionnait Michael Reich, la segmentation de l'économie est en lien direct avec le capitalisme et la création de monopoles, mais quelles nouvelles formes prend-elle à la suite de la globalisation de l'économie? Certains auteurs⁶⁶ poussent l'idée plus loin en affirmant que les effets de la globalisation se retrouvent également à l'intérieur d'un même pays. C'est donc dire, pour ces auteurs, que la globalisation serait l'une des explications de la dualité du marché de l'emploi.

Pour Saskia Sassen, les nouvelles formes d'inégalités produites par la globalisation économique se caractérisent, mais surtout, se vivent par les travailleurs qui occupent les « autres » emplois reliés à la globalisation; que ce soit des ouvriers dans les usines d'exportation, des ateliers clandestins ou les concierges de Wall Street.⁶⁷ Il y aurait à la suite de la globalisation de l'économie dans les pays développés une survalorisation des services spécialisés et des employés hautement qualifiés, notamment dans le domaine de la finance. A contrario, d'autres domaines d'emplois deviendraient inutiles à ce genre d'économie, et ils seraient délaissés par la population locale. Dans la majorité des cas, ces emplois seraient délocalisés vers des pays en développement. Pour les emplois non délocalisés, ils seraient majoritairement occupés par les minorités ethniques, les femmes et les jeunes travailleurs.

Sassen⁶⁸ poursuit en avançant l'idée qu'une survalorisation des services spécialisés du monde de la finance aurait pour conséquence une restructuration du système économique et une généralisation de ce modèle au reste de l'économie. Qui plus est, cette tendance provoquerait une polarisation des emplois. D'un côté, les super emplois aux super profits principalement reliés au monde de la finance, de l'immobilier haut de gamme et autres services spécialisés. Dévalorisant ainsi d'autres secteurs de l'économie, notamment la fabrication et les services avec peu de valeurs ajoutées, mais nécessaires au fonctionnement de la société. Par

⁶⁶ Saskia Sassen, 2009, *La globalisation; Une sociologie*; Peter Stalker, 2000, *Workers without the frontiers : an impact of the globalisation on the international migration*.

⁶⁷ Sassen, 2009, p. 105.

⁶⁸ *Ibidem.*, p.120-121.

exemple, le secteur agricole et de l'alimentation en général. Pour la sociologue néerlando-américaine, cette expansion de la main-d'œuvre à revenus élevés justifiée par de nouvelles formes culturelles repose essentiellement sur une masse de travailleurs à bas salaire⁶⁹. Ironiquement, cette polarisation des salaires se retrouve principalement dans les grands centres urbains et financiers, dont New York. Nous n'avons qu'à penser aux vendeurs de contrefaçons, eux qui ne pratiquent leur commerce qu'à quelques rues de Wall Street, de la Réserve Fédérale des États-Unis et de toutes les grandes banques américaines.

Comme l'augmentation du nombre d'emplois à bas salaires, peu sécuritaires et sans soutien social ne cadre pas dans ce qui nous est présenté de la globalisation, le fait que ces emplois soient principalement occupés par des immigrants et par des groupes de travailleurs défavorisés, les femmes et les jeunes, a pour conséquence l'aggravation de cette tendance et contribue à dévaloriser davantage ces emplois et ces travailleurs. Comment le mentionnait Stephen Castles : « La mondialisation conduit plus que jamais à faire appel à l'immigration pour les "3-D jobs" (*dirty, demanding, dangerous*⁷⁰) ».

Économie Informelle

Jusqu'à maintenant, ont été abordés dans le cadre théorique différents thèmes entourant la contrefaçon; les aspects juridiques, la globalisation, l'immigration et la segmentation du marché de l'emploi dans les pays développés. Ces différents thèmes ont pour objectif de créer un contexte global duquel émerge un ensemble de contraintes ou de conditions qui limitent, sans pour autant la déterminer, la position d'une frange de la population mondiale.

Quant à elle, la notion d'économie informelle supporte l'idée qu'il y a, à l'intérieur de cette frange de la population, certains individus qui font le choix, en guise de stratégie, d'intégrer pour de multiples raisons la vente de contrefaçon, ou tout autre type d'économie informelle.

Bien qu'elle existe au-delà de cette date, l'économie informelle fut analysée pour la première fois en 1972 par l'anthropologue Keith Hart afin de décrire le marché de l'emploi

⁶⁹ *Ibidem.*, p.125.

⁷⁰ Stephen Castels, 2002, Migration and community formation under conditions of globalization p. 1148

urbain en Afrique subsaharienne. À cette époque, le Bureau International du Travail (BIT) décrivait l'économie informelle comme étant « les activités des travailleurs pauvres qui exerçaient un travail très pénible, mais dont les activités n'étaient ni reconnues, ni enregistrées, ni protégées, ni réglementées par les pouvoirs publics⁷¹ ». À ces caractéristiques nous pouvons ajouter leur petite taille, leur caractère familial une main-d'œuvre sans formation, la non-utilisation de technologie moderne et la non-utilisation du crédit institutionnalisé.

Pour certains auteurs néo-libéraux, l'informel représente le libre marché le plus pur et parfait. Ainsi l'informel s'explique en étant « le lieu du développement de la concurrence pure et parfaite qui ne peut se déployer dans le secteur moderne vu les multiples entraves créées par l'État : protectionnisme, mesures légales, bureaucratie excessive, rigidité des salaires... Cet ensemble de mesures permet le maintien de barrières à l'entrée qui empêchent le marché de fonctionner de manière compétitive. Pour échapper à ces entraves, l'esprit d'entreprise universel se déploie à la marge des règles légales, afin de contourner ces barrières à l'entrée⁷² ».

Présente dans différents secteurs de l'économie, on observe l'informel dans le travail domestique, la restauration, la réparation, l'habillement, la construction, la fabrication industrielle en sous-traitance, le transport, l'immobilier, et le crédit (tontine)⁷³. Généralement associée aux pays en développement, l'économie informelle est également présente dans les pays développés. Bien que dans ces pays son champ d'action soit limité et qu'elle présente des caractéristiques différentes, l'économie informelle est en constante progression, accentuée par la globalisation⁷⁴. Dans les pays développés, l'informel se caractérise davantage par l'utilisation d'une main-d'œuvre immigrante⁷⁵. Toutefois, il ne faut pas la voir comme étant une conséquence de l'immigration, même si ces travailleurs y sont surreprésentés.⁷⁶

D'abord observée dans les pays en développement, les spécialistes ont perçu

⁷¹ BIT, 2002, *Travail décent et économie informelle : sixième question à l'ordre du jour* .

⁷² Hernando de Soto, 1994, *L'autre sentier*.

⁷³ Voir Alejandro Portes et William Haller, 2005 *The informal economy*, In N. Smelser and R. Swedberg (eds.), *Handbook of Economic Sociology, 2nd edition*; et Hernando de Soto, 1994.

⁷⁴ Saskia Sassen, 2009, *La globalisation; Une sociologie*.

⁷⁵ Sassen-koob, 1989, *Informal economy in New York city*.

⁷⁶ Manuel Castells et Alejandro Portes, 1989, *World Underneath : The Origins, Dynamics, and effects of the Informal Economy*, p.25

l'économie informelle comme étant anormale, irrationnelle, voire en désaccord avec la modernité, quelque chose auquel il fallait porter main forte. D'abord associée à la pauvreté, l'informel était perçu comme étant une économie résiduelle de l'économie formelle, ou des ratés du développement.

Ainsi, les deux secteurs de l'économie, informel et formel, seraient en relation constante l'un envers l'autre. Le premier récupérerait la main-d'œuvre excédentaire ou exclue de la seconde. L'économie formelle tirerait bénéfice de la présence de l'autre économie par une tendance à la baisse des coûts de production et de reproduction de la force de travail chez les salariés de l'économie informelle. Ceci s'explique de deux manières; par la sous-traitance du secteur formel vers le secteur informel, ou lorsque ce dernier offre à moindre coût des biens et services similaires à ceux du secteur formel⁷⁷. L'informel en employant une main-d'œuvre légalement non protégée, diminue ses coûts de production. Ce qui peut avoir des effets sur les coûts de production du secteur formel.

Certains auteurs perçoivent l'économie informelle en opposition directe avec l'État, considérant toutefois qu'elle serait en concurrence directe avec l'économie formelle. Dans ce cas-ci, il n'y aurait aucun échange entre les deux secteurs. Il y aurait, de la part des acteurs économiques, une certaine allégeance portée à l'un ou l'autre de ces secteurs. Ainsi, leurs seuls contacts seraient marqués par l'opposition, par la concurrence. Toujours d'un point de vue économiste, il faut à tout prix formaliser l'informel, rendre accessible les travailleurs à de la formation spécialisée et, aux entreprises, le microcrédit.

Toutes ces théories ont tenté d'expliquer l'économie informelle comme étant un fait économique uniquement; une conséquence de la réglementation de l'économie, une stratégie de survie quand l'économie formelle tourne à bas régime. Comme le mentionne Serge Latouche dans *La planète des naufragés* : « Il faut se défier du biais économiste, c'est-à-dire ne pas réduire l'informel à de l'économie; il ne faut jamais oublier que l'informel est avant tout une forme de vie sociale, une authentique culture de la pauvreté. La raison même de son existence et de son succès tient à la réinsertion de l'économique dans le tissu social, parfois même de son absorption complète. ⁷⁸»

L'économiste français poursuit en affirmant que « l'informelle ne désigne pas

⁷⁷ Odile Castel, [S.D], *De l'économie informelle à l'économie populaire solidaire : concepts et pratique*. p.3

⁷⁸ Serge Latouche, 1991, *La planète des naufragés*, p.112

seulement une réalité économique atypique, invisible, mais une société elle-même illisible, en délicatesse avec la modernité, ni légale, ni illégale, littéralement ailleurs, en dehors des cadres de repérages et des valeurs dominantes. ⁷⁹»

Tenter de rationaliser l'informel équivaut à le nier. Les réussites de l'informel ne représentent pas une réussite quantifiable par la simple mesure coût/bénéfice. La rationalité des acteurs œuvrant dans l'informel ne réside pas nécessairement dans la maximisation des profits, la production à tout prix. Pour ces gens le travail effectué ne représente pas un moyen pour arriver à une fin nébuleuse, à une fin qui n'en est pas une, puisque toujours repoussée plus loin.

À l'intérieur de la rationalité économique occidentale, calculatrice et quantifiable, mais aussi accumulatrice, le but du jeu, l'objectif commun, est l'argent. « La seule commune mesure que compte la nature des choses c'est l'argent. ⁸⁰ » Toutefois, pour l'acteur informel « Les biens symboliques comme le pouvoir, le prestige, la confiance, l'amitié, etc. qui y jouent un grand rôle ne se quantifient pas. [...] il ne s'agit pas de calculs qu'en un sens métaphorique. Il n'y a pas d'évaluation chiffrée concevable. ⁸¹ »

Les exemples démontrant l'affirmation suivant qu'il y a absence de désir d'accumulation de la part des individus à l'intérieur de l'informel ne manquent pas. Par exemple, un mécanicien mexicain s'explique à propos de son emploi du temps : « Pourquoi travailler plus [d'une heure plusieurs jours par semaine même si la clientèle augmente] quand j'ai déjà apporté le bacon sur la table? [...] Mes loisirs c'est vingt-quatre heures par jour. Mais il m'arrive parfois, dans mes temps libres, de choisir de travailler. ⁸² »

On retrouve, à l'intérieur de l'économie informelle, bien plus qu'un équilibre budgétaire ou qu'un taux de croissance positif. On y retrouve des liens sociaux, un désir qui n'est pas strictement matériel. Par exemple, un fermier malgache ne veut pas d'une deuxième chèvre dans le but de doubler son revenu puisqu'avec une seule il a tout juste le temps d'aller contempler le coucher du soleil⁸³. Cette préférence au loisir que l'on retrouve chez les individus de l'informel peut s'expliquer comme le fait Serge Latouche, par une résignation aux

⁷⁹ *Ibidem.* p.116

⁸⁰ Bentham, 1989, *Le calcul des plaisirs et des peines*, p.75

⁸¹ Serge Latouche, 2001, *La déraison de la raison économique; Du délire d'efficacité au principe de précaution*, p. 28

⁸² Serge Latouche, 1998, *L'autre Afrique; entre don et marché*, p.184

⁸³ Exemple tiré de Serge Latouche, 2001, p. 20-21

contraintes ou par un désir de la médiocrité. Il faut voir le désir de la médiocrité comme étant en opposition aux désirs et aux valeurs consuméristes. Ainsi, l'agent de l'informel ne ressentirait pas autant le besoin d'augmenter ses profits et son revenu dans l'unique but de consommer, comme c'est le cas de son homologue du secteur formel, car pour lui le bien-être ne se retrouve pas dans la possession ou l'accumulation, mais dans un coucher de soleil, une fête, la création de réseaux sociaux, etc.

Donc pour l'agent économique du secteur informel, on peut penser que la qualité d'un emploi ne réside pas dans le revenu qu'il procure, mais dans des avantages tels que la flexibilité des horaires, l'entraide, l'absence de compétition et de concurrence entre les agents, la création de liens sociaux. Ainsi, l'économie informelle ne serait pas dotée d'avantages quantitatifs, mais bien qualitatifs.

Pour ces raisons, certains auteurs (Castells et Portes, Portes et Haller, Roberts) acceptent le fait que l'économie informelle adopte un comportement non capitaliste, fondé sur la réciprocité et la redistribution. Le succès émergent de l'informel se retrouve précisément dans cette distinction entre l'économique et le social. Plutôt que de développer le désir d'accumulation, l'informel est une économie évitant le risque. Elle développe davantage des liens sociaux sans exploitation ni concurrence, qui deviennent un moyen de sanction hautement efficace⁸⁴.

Comme le soulève Nwadiora: For the African psyche, the collective or the group is the ideal. For the African, the clan, the ethnic group, is the base for unity and survival. The unit of identify among Africans is " we " and not " I " ⁸⁵. L'accumulation personnelle n'est pas un principe constitutif de leur personnalité et de leur culture.

Pour ce qui est de l'informel dans les pays développés, nous avons vu que majoritairement, ces emplois sont occupés par une main-d'œuvre immigrante, bien qu'elle n'en soit pas la cause. Dans la section portant sur la segmentation du marché de l'emploi, nous avons aussi vu que les travailleurs locaux délaissent certains types d'emploi, ce que nous avons appelé le secteur secondaire. Ces emplois sont ainsi récupérés par les immigrants et sont dans bien des cas intégrés au secteur informel.

Si certains travailleurs locaux osent dénigrer certains types d'emploi, car peu valorisés

⁸⁴ Portes et haller, p.407

⁸⁵ E. Nwadiora, 1996, Therapy with African families, p.118

socialement, il en est tout autrement pour les agents de l'informel pour qui la valorisation sociale ne passe pas par l'emploi. Ainsi dans l'économie informelle, pour ce qu'elle a d'économique, l'économique est au service de la vie sociale et non l'inverse comme c'est le cas dans l'économie formelle. Chez les immigrants à l'intérieur de l'informel, la valorisation de leur emploi ne se fait pas à l'intérieur de leur communauté d'accueil, mais bien dans leur communauté d'origine. Cette valorisation s'actualise par les transferts d'argent et par l'investissement de leurs économies dans leur communauté d'origine. Elle devient effective au moment de leur grand retour. Ces immigrants de retour dans la communauté font désormais partie de ceux qui ont quitté, qui ont fait fortune et qui sont maintenant revenus. C'est pour cette raison que nous pouvons affirmer que les agents de l'informel dans les pays développés sont résignés aux conditions qui leur sont offertes, qu'ils acceptent de vivre quatre dans un appartement quatre pièces. Leur réussite ne se vit pas dans leur pays d'accueil, mais dans leur pays d'origine.

En guise de conclusion provisoire, ce cadre théorique avait pour objectif de recréer l'environnement global dans lequel évoluent indirectement les vendeurs de contrefaçon. L'objectif était d'identifier une série de situations qui, lorsque cumulées, rendent possible le contrôle d'un secteur illégal de l'économie par un groupe d'immigrants en particulier. En réalité, ce cadre théorique ne représente pas la graine de la contrefaçon, mais constitue plutôt un terreau fertile dans lequel elle peut prendre racine et s'épanouir. Il dresse les balises de bases à l'intérieur desquelles la contrefaçon prend forme.

Dans un premier temps, il a été convenu que pour exister la contrefaçon devait être remise dans un cadre juridique fondé sur le droit de propriété intellectuelle. Sans cette notion, la contrefaçon demeure un commerce légal comme tout autre commerce. Par la suite, la notion de globalisation a été abordée, comment celle-ci a été possible grâce à des avancées technologiques dans le domaine des communications et des transports et par une restructuration de l'économie capitaliste. Nous avons également abordé les conséquences que celle-ci avait; création de relations d'échanges inégales entre les pays centres et périphériques et le déplacement, dans ces nouvelles régions intégrées au marché économique mondial, des valeurs traditionnelles vers des valeurs consuméristes à l'image d'une culture globale. Enfin, nous avons vu comment ces conséquences négatives de la globalisation avaient à leur tour des

conséquences sur d'autres phénomènes, dont l'immigration et la dualité économique dans le marché de l'emploi à l'intérieur d'un pays.

Chapitre 3 Contexte sociopolitique

Précédemment, il a été question du contexte économique et politique global entourant, quoiqu'indirectement, le phénomène de la contrefaçon. L'objectif de ce présent chapitre est de positionner chacun des pays impliqués (le Sénégal et les États-Unis) dans le contexte international caractérisé par la globalisation et d'identifier l'attraction que peut avoir le second sur le premier. Cela permettra de mieux comprendre le contexte et les raisons qui entourent la migration de milliers de Sénégalais vers les États-Unis. Plus particulièrement, les motivations qui les ont poussés à choisir New York comme destination seront explorées. Et enfin comment la structure et l'organisation économique de cette ville peut dans une certaine mesure influencer l'intégration économique des immigrants?

Le Sénégal depuis l'indépendance

En 1961, suivant la vague d'indépendance qui déferle sur le continent africain, le Sénégal obtient son indépendance. Maître d'œuvre dans tout ce processus, Léopold Sedar Senghor devient le premier président de la République du Sénégal, titre qu'il abandonnera en 1980 au profit d'Abdou Diouf. D'un point de vue économique, les spécialistes délimitent trois phases majeures dans la période postcoloniale; celle des premiers plans de développement (1960-64), la phase des grands projets (1970-79) et la phase de désengagement de l'État (1979 à aujourd'hui)⁸⁶.

Les premiers plans de développement avaient pour objectif de libérer politiquement et économiquement le Sénégal de la présence française et étrangère. Ce qui sera connu comme étant le socialisme à l'africaine. Malgré ce désir rapidement exprimé par les nouvelles autorités politiques, le processus demeure lent en raison des pressions émises par les détenteurs de capitaux investis au Sénégal afin de conserver leur accès à des activités économiques rentables. Ce socialisme avait pour principaux objectifs la construction d'une économie

⁸⁶ Bassirou Tidjani et Gaye Adama, 2002, *Secteur privé et développement économique et social*, In Momar-Coumba Diop, *Le Sénégal entre le local et le global*, p.30

nationale fondée sur l'agriculture, mais aussi sur le développement industriel afin de subvenir aux besoins de la nation⁸⁷. Malgré toutes ces mesures, la croissance encourageante du PIB et l'implantation de société d'État, la situation économique du Sénégal a de la difficulté à prendre son envol.

Pour ce qui est de la phase des grands projets, le gouvernement fera affaire avec l'étranger afin de réussir le développement économique qu'il souhaite depuis son indépendance. En plus de fournir de nouveaux fonds, l'appel à l'étranger permettait également de combler les déficits en termes de capital humain. Le gouvernement se rend bien compte que la faiblesse de son économie n'est pas tant un manque de ressources financières, mais plutôt un manque de formation au sein de la population et une mauvaise gestion des entreprises⁸⁸.

Les objectifs économiques à cette époque étaient de diversifier les productions, d'améliorer la productivité, valoriser les produits sénégalais et protéger et conserver le couvert végétal⁸⁹. Par contre durant la même période le Sénégal a été grandement perturbé par des facteurs extérieurs, notamment les sécheresses de 1971-73-77-78-79 et de 1980 et la chute du prix des matières premières, en 1975⁹⁰. De 1978 à 1981, le taux de croissance ralentit à 0,8 % par année, le déficit des finances publiques atteint 12 % du PIB, la population fait face à une inflation de 12 % et le service de la dette grimpe jusqu'à 18,5 %⁹¹. Devant ces difficultés économique et budgétaire, le gouvernement sénégalais est contraint à des réformes économiques et à la privatisation du secteur public.

Alors survient un long processus de désengagement de l'État vis-à-vis de la vie économique. C'est à cette époque que débute l'application du Programme d'ajustement structurel (PAS) proposé par le Fonds Monétaire International (FMI). Une des principales idées véhiculées par le PAS fut celle de la nécessité de diversifier l'économie nationale, remettre en cause « *le tout arachide* », mais aussi celle de la stabiliser en libéralisant les marchés.

Malgré les applications du PAS imposées par le FMI depuis la fin des années 1970, le Sénégal fait face aux mêmes problèmes économiques : « Un endettement croissant (lié à une

⁸⁷ *Ibidem*, p.31-33

⁸⁸ *Ibidem*, p.34

⁸⁹ Touré, 2002, *Tendances et perspectives de l'agriculture*, p.193

⁹⁰ François Boye, 1992, *Les Mécanismes économiques en perspectives*, In Momar-Coumba Diop (ed), *Sénégal: Trajectoires d'un État*, p.40

⁹¹ Gilles Pison et coll., 1997, *Les changements démographiques au Sénégal*, p.15

insolvabilité de plus en plus importante), un taux de croissance économique rarement supérieur à la croissance démographique, des déficits alimentaires, déficits chroniques de la balance des paiements et des finances publiques [...] »⁹². Devant une telle situation, le Sénégal n'a pu, en 1994, éviter la dévaluation de sa monnaie⁹³.

L'état actuel au Sénégal

Depuis son indépendance, le Sénégal a su susciter la sympathie internationale en démontrant une ouverture à l'économie de marché via l'application de ses différents programmes d'ajustement structurel et par la stabilité politique et sociale qu'il a maintenue au cours des 50 dernières années. Toutefois, cette image favorable et un impressionnant taux de croissance économique de 5 % annuellement (au cours des dernières années) cachent le spectre de la pauvreté et engendrent de plus lourdes conséquences que ne le laissent présager ces tendances. En effet, depuis 2001, le Sénégal fait partie de la liste des 50 pays les moins avancés⁹⁴.

Selon un récent rapport du PNUD portant sur le développement humain, le Sénégal se classerait au 144^e rang sur une possibilité de 169, derrière l'Ouganda et devant Haïti⁹⁵. Il n'est alors pas surprenant que le Sénégal démontre des signes de pauvreté extrême. Par exemple, plus de la moitié de la population n'a pas accès à des ressources financières suffisantes pour acheter un panier minimal de subsistance⁹⁶. En 2003, 68 % des Sénégalais vivaient avec moins de 2 US \$/jour, 65 % des ménages se considéraient comme étant pauvre et 64 % d'entre eux croyaient qu'ils continueraient de s'appauvrir dans le futur⁹⁷.

Malgré des signes de croissance économique, la pauvreté sénégalaise ne semble pas

⁹² Bassirou Tidjani et Gaye Adama, 2002, p.38

⁹³ Selon Bezbakh, la dévaluation de la monnaie est une mesure politique économique prise par les autorités monétaires et consiste à modifier la parité de la monnaie en en diminuant la valeur (p.234). Elle est généralement utilisée afin de rééquilibrer les balances commerciales. La dépréciation du taux de change a pour résultat immédiat de diminuer le prix des exportations et ainsi stimuler les ventes des pays de la zone (Ikiemi, p.54). Toutefois, il est possible qu'à long terme la même monnaie soit sujette à une seconde dévaluation.

⁹⁴ ONU, 2010, *Towards a New International Development Architecture for LDCs, The Least developed countries*, p.xv. (33 des 50 pays inscrits sur cette liste sont africains)

⁹⁵ PNUD, 2010, *La vraie richesse des nations: Les chemins du développement humain*, 2010. p.169

⁹⁶ Banque Mondiale, 2007, *Sénégal; À la recherche de l'emploi-Le chemin de la prospérité*, Mémoire Économique sur le pays, p.11

⁹⁷ François Lefèbvre, 2003, Sénégal, reportage, Le Courier, p.60-62

vouloir s'estomper dans le futur comme le démontrent des chiffres publiés par la Banque mondiale concernant la jeunesse et l'emploi. Dans un marché de l'emploi difficile, la population sénégalaise est affectée par un manque important d'emplois décents. Près de la moitié de la population active du Sénégal est en position d'inaction ou en situation de chômage. Et comme la jeunesse représente 43 % de la population totale, c'est donc dire qu'elle est grandement concernée par ce manque d'emploi; six chômeurs sur dix ont moins de 35 ans⁹⁸.

Devant ce manque d'emploi et la nécessité de survivre, les Sénégalais doivent user de ruse et déployer des stratégies de survie. L'une d'elles, comme dans bon nombre de pays en développement, demeure l'adhésion des travailleurs au secteur informel. En effet, la rare création d'emplois au Sénégal a pour conséquence l'augmentation du taux d'emplois informels, lequel représenterait près de neuf emplois sur 10⁹⁹ et 60 % du PIB¹⁰⁰.

Cette jeunesse aurait pu représenter une force de travail importante, de laquelle aurait pu émerger un cercle vertueux de développement économique dans le pays¹⁰¹, cependant, devant un manque d'emplois décents et bien rémunérés, il y a peu de chance que cela se réalise. Conséquence de l'effritement du système d'éducation au Sénégal, le modèle postcolonial de promotion sociale qui repose sur l'école et qui a servi de base à la construction de la classe moyenne ne cesse de se dégrader¹⁰². En effet, depuis les années 1990, le taux d'analphabétisme chez les 15 ans et plus avoisine les 55 %. Ce qui rend le développement de l'économie et la création d'emplois spécialisés difficile.

Les Sénégalais à New York

Faisant face à tant de difficultés économiques, bon nombre de Sénégalais ont fait le choix de quitter leur pays natal dans l'espoir de vivre une vie meilleure. Comme nous l'avons vu précédemment, l'émigration se fait selon certaines trajectoires, elles-mêmes définies par les

⁹⁸ Banque Mondiale, 2007

⁹⁹ Gaye Daffé, 2008, *La lutte contre la pauvreté. Est-elle au cœur des politiques?*, In Gaye Daffé et Abdoulaye Diagne (eds.), *Le Sénégal face aux défis de la pauvreté; les oubliés de la croissance*, p.12

¹⁰⁰ François Lefèbvre, 2003, p.62

¹⁰¹ Banque Mondiale, 2007, p.16

¹⁰² Momar-Coumba Diop, 2006, *Le Sénégal à la croisée des chemins*, p.125

relations politiques entretenues entre le pays d'envoi et le pays receveur, leur histoire commune, la proximité géographique, et le partage de référents culturels, dont la langue. Pour ces raisons, les Sénégalais ont, jusqu'au milieu des années 1970, choisi principalement la France et certains pays frontaliers et autres pays prospères d'Afrique¹⁰³.

Les premiers cas d'émigration sénégalais en France datent de la fin de la Première Guerre mondiale et de la levée de l'interdiction de débarquement aux marins sénégalais¹⁰⁴. Dans les années 1970 et 1980, des milliers de Sénégalais gagnent l'Europe, principalement la France, mais également certains pays voisins, dont l'Italie et l'Espagne. À cette époque, ces immigrants occupent principalement des emplois saisonniers dans le domaine de l'agriculture. « Mais avec le verrouillage des frontières dans les pays occidentaux, la fin des “Trente glorieuses” (1945-1975), ainsi que l'instabilité politique et la crise économique dans les pays africains, on assiste à l'émergence de nouvelles destinations¹⁰⁵. » En effet, les politiques européennes restrictives concernant l'émission de visa au début des années 1990 encouragent de plus en plus de Sénégalais à choisir les États-Unis comme destination, au détriment de la France.

Considérant que bon nombre d'immigrants sénégalais aux États-Unis sont dans une situation de clandestinité, il est difficile d'évaluer leur nombre avec précision : « *In Senegal, Wolofs are the politically and culturally dominant group, but in New York city they are a minority among minorities. They number only 10 000 to 20 000 individuals, primarily single men who are less than forty years old*¹⁰⁶. » Selon le recensement de 2000 fait par le US Census Bureau, le nombre de Sénégalais vivant aux États-Unis est évalué à 10 535. De ces 10 535, seulement 2 120 (21 %) posséderaient la citoyenneté américaine¹⁰⁷.

L'immigration sénégalaise à New York, et de façon générale aux États-Unis, est indissociable de l'implantation des commerçants Mourides au début des années 1970. À cette

¹⁰³ Notons principalement la Mauritanie, le Mali, la Guinée Conakry, la Gambie et la Guinée-Bissau pour ce qui est des pays frontaliers, et la Côte-d'Ivoire et le Gabon durant les années 1960, et le Zaïre, le Congo et le Cameroun durant les années 1970 pour les pays relativement prospères africains.

¹⁰⁴ Papa, Demba Fall, 2003, *Migration internationale et droits des travailleurs au Sénégal*, p.16; Voir également Mamadou Mbodji, 2008, *Imaginaires et migrations; le cas du Sénégal*; et Jean-Yves Weigel, 1982, *Migration et production domestique des Soninkés du Sénégal*.

¹⁰⁵ Serigne Mansour Tall, *L'émigration internationale sénégalaise d'hier à demain*, In Momar-Coumba Diop, *Le Sénégal entre le local et le global*, p. 549

¹⁰⁶ Donna L. Perry, 1997, *Rural Ideologies and Urban Imagings : Wolof Immigrants in New York City*, p. 229

¹⁰⁷ Voir <http://www.census.gov/population/cen2000/STP-159-senegal.pdf>.

époque, ces premiers commerçants ne sont qu'un petit groupe. Ils s'installent temporairement afin d'y implanter des connexions commerciales entre l'Europe (Marseille) et l'Afrique (Dakar)¹⁰⁸. Ces réseaux économiques permettaient aux commerçants sénégalais de s'approvisionner en marchandise électronique qu'ils refilaient à des marchands basés à Dakar. De là, ils pouvaient soit écouler la marchandise localement ou la transférer de nouveau vers d'autre pays comme la France et l'Italie. Rapidement, New York est devenu un point culminant de ce réseau transnational, et petit à petit, les immigrants sénégalais se sont mis à affluer en Amérique.

Avec ces nouveaux arrivants au milieu des années 1980, les Sénégalais se mettent au commerce ambulante. Ainsi : « ils installèrent des étalages en pleine rue, vendant des foulards, des lunettes de soleil et des montres dans les quartiers les plus huppés de New York. Ils se rassemblaient le long de la 5^e avenue [...]»¹⁰⁹

Dans les années 1990, des dizaines de Sénégalais sont descendus sur la 5^e avenue, y ont installé des tables devant les espaces commerciaux les plus prestigieux de New York. Ainsi, le Tiers Monde s'installe dans le Premier Monde, ce qui soulève le mécontentement de ces riches commerçants (*Fifth Avenue Merchants Association* dirigée par M. Donald Trump). Sous l'influence de cette association, les vendeurs sénégalais et sans licence sont priés de se déplacer vers des lieux moins prestigieux, dont la 42^e rue en face de *Grand Central* et le long de la 34^e rue près de l'*Empire State Building*.

Au fil des ans, le nombre de Sénégalais augmente, ainsi que l'étendue de leur territoire de vente. En effet, partis de la 125^e rue dans Harlem, quelques années plus tard, on les retrouve sur la très chic 5^e avenue, de Central Park jusqu'à l'extrémité sud de Manhattan, en passant par le East Side (14^e rue), Greenwich village, *Canal Street* et Brooklyn. De cette forte expansion, ces commerçants sont devenus l'aristocratie africaine du commerce informel à New York¹¹⁰.

Il est à noter que d'autres commerçants ouest-africains se sont installés le long de la 5^e avenue, à la différence que ceux-ci ont une autorisation à travailler aux États-Unis. Ce qui n'est

¹⁰⁸ Cheikh Anta Babou, 2002, Brotherhood solidarity, education and migration : the rôle of dahiras among murid muslim community of New York, p. 158

¹⁰⁹ Victoria Ebin, Les mourides à Marseille et à New York; Regards sur les stratégies d'implantation, In Emmanuelle Grégoire et Pascal Labazée (eds), Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest, p. 115.

¹¹⁰ Paul Stoller, 1996, Spaces, places, and Fields : The politics of west african trading in New York City's Informal Economy, p. 780.

pas le cas pour 80 % des Sénégalais en Amérique. En 1982, seulement deux Sénégalais avaient réussi à obtenir un permis de travail, mais devant les maux de tête monétaires et bureaucratiques, rapidement les nouveaux vendeurs comprennent qu'il serait plus avantageux d'ignorer cette licence¹¹¹.

Ces premiers arrivants sénégalais sont pour la plupart de jeunes hommes de quarante ans et moins, célibataires ou laissant derrière eux femmes et enfants. Ils sont sans papiers officiels, n'ont accès à l'administration publique, aux soins de santé, à l'aide à l'emploi, etc. « Au moins la moitié des vendeurs ouest-africains dans la ville de New York font partie des 5 millions (estimé) d'immigrants sans papier à vivre aux États-Unis¹¹² ». La majorité d'entre eux ne pouvant ouvrir de compte bancaire gardent la totalité de leur économie sur eux ou à leur domicile et n'ont aucun recours en cas de vol de leur inventaire¹¹³.

Bien que ce soit majoritairement des hommes, il y a également des femmes commerçantes. Implantées dans Harlem, ces femmes vendent des poupées, des bijoux ou opèrent de petites cantines mobiles ou des salons de coiffure. Bon nombre d'entre elles ont accompagné leur mari à New York, d'autres, plus entreprenantes en affaire, font l'aller-retour New York / Dakar.

Aujourd'hui, qu'ils soient mourides ou non, vendeurs ambulants ou non, les Sénégalais à New York ont créé une communauté unie reproduisant la vie à l'africaine. Depuis les années 1990, les Sénégalais se sont majoritairement rassemblés dans le quartier de Harlem, près de la 116^e rue entre les rues Frederick Douglass à l'Ouest et la 5^e avenue à l'Est. « Des hommes et des femmes d'Afrique de l'Ouest francophone, souvent habillés de boubous colorés et accompagnés de leurs enfants, saluent leurs proches, font leurs courses, tout cela au rythme des *xassaid*s de Cheikh Amadou Bamba ou de Youssou N'Dour, qu'émettent des haut-parleurs le long des rues.¹¹⁴ » En effet, bien qu'il soit connu sous l'appellation de « *Little Senegal* », ce quartier regroupe des gens originaires de Guinée, du Mali, de la Côte d'Ivoire, du Burkina Faso et du Niger. Le commerce dans « *Little Senegal* » est florissant, il est le pèlerinage de bien des Africains de New York en dehors de Harlem, mais également des Africains de

¹¹¹ R.J. Combe et P. Stoller, 1994, p.260

¹¹² Paul Stoller et McConatha, 2002, p.655.

¹¹³ Paul Stoller, 1997, p.86-87.

¹¹⁴ Victoria Ebin, 2008, « Little Sénégal » contre la renaissance de Harlem : Les immigrés sénégalais et la gentrification de Harlem.

passages dans la métropole américaine.

Les États-Unis

Bien que l'objectif de ce chapitre est d'identifier historiquement la position qu'occupe chacun des pays impliqués dans la vente de contrefaçon d'objet de luxe à New York et les inégalités entre ces pays, il serait trop réducteur que d'aborder l'histoire américaine en quelques lignes seulement. C'est pourquoi les thèmes abordés se concentreront sur l'évolution de l'immigration aux États-Unis ainsi que les politiques la régissant et l'effervescence économique et touristique de New York.

Le développement économique et industriel qu'ont connu les États-Unis au cours du XIX^e et XX^e siècle n'aurait pu se réaliser sans du même coup assister à un essor démographique. Effectivement, en moins de 60 ans, la population a plus que triplé, elle était de 31,5 millions en 1860, de 50 millions en 1880 et enfin de 106 millions en 1920¹¹⁵. Ce bond démographique allait au-delà de l'augmentation du taux de natalité. En effet, selon les données avancées par Borjas¹¹⁶, il y aurait eu, entre 1820 et 1987, 54 millions d'immigrants qui se sont installés aux États-Unis, dont 30 millions entre 1861 et 1920.

À cette époque, l'immigration américaine était essentiellement européenne et latino-américaine. Ces derniers auront droit de circuler librement au-delà des frontières jusqu'en 1920. Jusqu'à cette époque, l'entrée aux États-Unis se faisait assez librement, ce n'est qu'en 1924 qu'est adoptée une loi sur l'immigration (*The Johnson Reed Act*). Cette loi mettait fin à cette ouverture en y implantant des limites quant au nombre total et des quotas quant à l'origine des immigrants. Elle favorisait l'immigration en provenance des pays européens et limitait celle provenant d'autres pays¹¹⁷ et avait pour objectif caché d'assurer l'entrée d'immigrants susceptible d'être assimilés rapidement, sur le plan de la langue, de la culture et des institutions¹¹⁸.

Ce n'est qu'en 1965 (*Hart-Celler Act*) que la notion d'origine est abolie comme critère

¹¹⁵ Lacroix, 2006, p.291

¹¹⁶ George J. Borjas, 1990, *Friends or Strangers: The Impact of Immigration on the US Economy*, p. 3

¹¹⁷ George J. Borjas, 1989, *Economic Theory and International migration*, *International migration review*, p.470; Voir également Denis Wepman, 2007, *Immigration*, p.310

¹¹⁸ John Powell, 2005, *Encyclopedia of North American immigration*, p.166

d'admission. Toutefois, elle préserve la notion de limite et de quotas. Ainsi, elle impose une limite de 20 000 immigrants par pays, pour un total de 170 000 immigrants (provenant de l'*Eastern hemisphere*), et permet l'admission de 120 000 immigrants supplémentaires provenant de la *Western hemisphere*¹¹⁹.

Pour la première fois dans l'histoire de la politique d'immigration aux États-Unis, la loi permettait l'entrée de gens pour qui le principal atout n'était plus leurs compétences ou leurs habiletés, mais simplement la relation familiale qu'ils entretiennent avec les États-Unis. Elle avait aussi pour conséquence de déplacer l'origine des immigrants admis aux États-Unis de l'Europe vers les pays asiatiques, africains et latino-américains.

Depuis le Hart-Celler Act en 1965, les États-Unis ont connu une vague soutenue d'immigration. Ajoutez à cela le nombre de réfugiés et d'immigrants illégaux, certains croyaient que les États-Unis avaient complètement perdu le contrôle de leurs frontières. C'est alors que les États-Unis prennent de nouvelles dispositions afin de contrer ce fléau que représentent les immigrants illégaux. Ainsi, avec la loi de 1986, *Immigration Reform and Control Act*, l'amnistie est accordée à tous les immigrants illégaux qui sont entrés avant 1982 ou ceux qui ont été l'employé d'un producteur agricole pendant 90 jours entre 1985-1986¹²⁰. Par contre, bon nombre d'entre eux hésitent à faire la demande croyant que cela représentait une ruse de la part du gouvernement américain; seulement 1,4 million de personnes en ont fait la demande, sur une possibilité de 4 millions.

En 1990, désirant rééquilibrer la représentation de chacune des régions, les autorités américaines créent un programme axé sur la diversité. Ainsi, la loi de 1990 favorise l'immigration des populations provenant de pays jugés sous représentés aux États-Unis, qui ont envoyé moins de 50 000 immigrants au cours des cinq dernières années¹²¹. De plus, *Immigration Act* de 1990 implante un tout nouveau fonctionnement de droit d'entrée à la manière d'une loterie (tirage de 50 000 demandes d'immigration¹²²), basé sur aucun critère de

¹¹⁹ Charles B. Keely, 1971, *Effets of the Immigration Act of 1965 on Selected Population Characteristics of immigrants to the United States*, p. 159

¹²⁰ Wepman, 2007, p.314

¹²¹ Powell, 2005, p.138

¹²² Lors de la première année, le bureau d'immigration a reçu 18 millions de demandes. Sur les 50 000 visas émis à partir de cette loterie, 20 000 ont été attribués à des Irlandais et 12 000 à des Polonais. La situation est demeurée similaire au cours des deux années suivantes, ces deux pays récoltaient 87 % des visas mis en circulation par les autorités américaines (Wepman, 2007, p. 315)

sélection. Cette loterie est admissible à tous ceux qui désirent émigrer aux États-Unis, mais qui n'ont pas de famille aux États-Unis ni de compétences particulières. Selon Konadu-Agyemang et Takyi cette loterie constitue le programme qui a le plus profité aux Africains depuis 1990. Depuis sa création, la part des 50 000 Green cards émises annuellement sous ce programme s'est maintenue à 42 %. Ce qui représente une moyenne de 20 000 Africains qui ont eu la chance d'immigrer aux États-Unis annuellement au cours des dernières années¹²³.

New York; un attrait... qui peut être pervers

Elle aurait pu conserver le nom de Nouvelle Angoulême nommée ainsi en l'honneur de François 1er, elle aurait pu demeurer la Nouvelle Amsterdam des Hollandais qui l'abandonnèrent aux Anglais en 1664. Elle aurait pu rester la ville, un peu exotique, mais tout de même bien anglaise, qu'elle fut jusqu'à l'indépendance des colonies. Avant les villes du Sud, y compris La Nouvelle-Orléans, deux siècles avant Washington et Chicago, trois siècles avant Los Angeles, et San Francisco, New York symbolise l'essor d'un pays neuf qui ne cesse de recevoir immigrants, accède à la puissance industrielle et financière, et entre de plain-pied dans l'ère démocratique. Lorsque s'est dressée la statue de la Liberté en 1886, c'est une consécration. L'imaginaire se confond à la réalité. L'Amérique c'est New York, et New York c'est l'Amérique.¹²⁴

Sans aucun doute New York est, depuis le milieu du XIXe siècle un point vital à l'essor des États-Unis, pour son attraction économique et financière. Malgré un faible ralentissement au milieu des années 1970, à la suite de la crise du pétrole, « mise au ban de la nation après avoir été, durant les années de l'après-guerre, la capitale du siècle américain, New York semble condamnée à un inexorable déclin. Paupérisation, hausse de la criminalité. Aggravation des tensions raciales, effondrement économique, endettement abyssal... la ville cristallise tous les maux et subit une véritable hémorragie de ses classes moyennes blanches¹²⁵ ».

¹²³ Kwadwa Konadu-Agyemang et Baffour K. Takyi, 2006, *An overview of Africa Immigration to U.S. And Canada*, In Konadu-Agyemang Kwadwa, Takyi, Baffour K. et John Arthur, 2006, *The New African Diaspora in North America*, p.5

¹²⁴ André Kaspi, 1995, *Et la politique continue*, In André Kaspi (éd), *New York 1940-1950; Terre promise et corne d'abondance : L'emblème du rêve américain*, p.36

¹²⁵ Catherine Pouzoulet, 2009, *New York, Modèle de la ville Monde; De 1975 à nos jours*, In Pauline Peretz, *New*

Mais New York, c'est aussi cela; la richesse, la finance, la pauvreté, les tensions sociales, etc. Dans chaque quartier coévoluent les deux classes économiques, ils se livrent une bataille constante à savoir qui prendra le plus de place à la fin de la journée. Dans chacune des images que nous pouvons nous faire de New York, elle sera toujours le théâtre de cette bataille. Il est impossible de marcher dans le quartier des affaires (où est Wall Street) et de ne croiser simultanément des hommes d'affaires millionnaires et de pauvres commerçants prêts à nous négocier le prix d'une bouteille d'eau. Dans chacun des quartiers, on retrouve une relation profonde entre l'espace, le type de commerce et l'ethnie du commerçant. C'est-à-dire qu'à l'intérieur d'un même espace vont se côtoyer des commerçants de classe sociale et d'ethnie différente vendant des produits différents (souvent selon leur communauté d'origine). Et il peut se créer à l'intérieur de cette relation une nouvelle identité et une identité qui leur son propre. C'est ce qui représente la véritable mosaïque culturelle (au-delà de la simple ethnie) de New York.

Le New York économique

Après le départ de plusieurs grandes compagnies qui avaient fait de Manhattan leur siège social, New York demeure bien implanté dans le monde de la finance, anticipe le mouvement et devient leader dans la nouvelle économie postindustrielle. Depuis, la métropole américaine figure, au côté de Londres et Tokyo¹²⁶, parmi les trois plus grandes villes globales au monde. Comme l'a démontré Saskia Sassen, dans *La ville globale* : « plus les unités de production sont dispersées à travers le monde, plus se multiplient les transactions financières, se révèle la décentralisation de l'économie globale, s'exprime chez les producteurs transnationaux confrontés à la complexité et la densité des transactions le besoin d'une direction, d'une coordination, d'une planification centralisés¹²⁷. » Malgré leur long historique dans le secteur de la finance et du commerce, ces villes globales (New York, Londres et Tokyo) ont subi quelques transformations dans la structure de leur économie. Elles sont devenues des points de commandement hautement concentrés dans l'organisation de l'économie mondiale, un lieu stratégique dans le secteur de la finance et des services

York ; Histoire, promenades, anthologie et dictionnaire, p.130

¹²⁶ Saskia Sassen, 1996, *La ville globale*.

¹²⁷ Sophie Body Gendrot résumant la thèse de Saskia Sassen dans la préface de *La ville globale*, p.9

spécialisés (en remplacement de l'industrie comme secteur dominant de l'économie), un site de production de nouveautés (essentiels à ces industries de pointe) et représentent un marché important dans l'écoulement de ces nouveautés¹²⁸. En effet, comme le démontre le Tableau 1, l'économie de New York se caractérise par la phase postindustrielle où les industries ont été délaissées au profit d'une économie basée sur les services, la finance et l'assurance, puis l'immobilier. Ainsi, la production industrielle de biens de consommation ou la construction ne représente plus que 9,6 % des emplois, contrairement à 22,8 % pour les secteurs de la finance et des services.

Tableau I

Nombre de travailleurs par secteur d'emploi dans la ville de New York

Secteurs	Nombre	%
Population civile en emploi (16 ans et plus)	3,745,106	100
Agriculture, foresterie, chasse et pêche et l'exploitation minière	4,322	0.1 %
Construction	194,558	5.2 %
Production industrielle	163,762	4.4 %
commerce en gros	99,504	2.7 %
commerce de détail	357,85	9.6 %
Transport et entreposage	230,374	6.2 %
Informations	148,542	4.0 %
Finance et assurances, immobilier	391,44	10.5 %
Services professionnels, scientifiques, de gestion (management) et administratifs, et gestion des déchets	460,514	12.3 %
Éducation, soins de santé et d'assistance sociale	961,188	25.7 %
Arts, spectacles, loisirs, hôtellerie et restauration	364,143	9.7 %
Autres services, sauf les services de l'administration publique	212,408	5.7 %
l'administration publique	156,501	4.2 %

Source : [<http://quickfacts.census.gov/qfd/states/36/3651000lk.html>] Les données concernent la période 2006-2010

¹²⁸ Saskia Sassen, p. 32.

New York à la mode

Au-delà de son économie, New York constitue un véritable attrait auprès de la population mondiale, pour son histoire, pour le symbole de liberté qu'elle représente, parce qu'elle est l'une des villes les plus peuplées du monde, pour son allure architecturale et pour ces centaines de sites touristiques. Pour ces raisons, New York accueille annuellement des millions de visiteurs curieux de vivre, le temps d'un séjour, au rythme de la ville qui ne dort jamais. En 2010, on estime que 48,8 millions de personnes, dont 9,7 provenant de l'extérieur des États-Unis, ont visité en tant que touristes la métropole américaine.

Ce flot de touristes ajouté aux habitants locaux et aux travailleurs en déplacement, en plus des nombreux étals de marchandise et de cantines mobiles, crée dans les rues de New York une effervescence, un tourbillon urbain qui approche l'exaltation. New York c'est la finance, c'est Wall Street, c'est l'Empire State Building, le Yankee Stadium, la Statue de la liberté, mais New York c'est surtout le commerce, c'est ses vendeurs de rue, son animation, ses odeurs de viandes brûlées, ses trottoirs achalandés.

Un bref séjour sur l'île de Manhattan nous démontre bien que la ville, plus particulièrement ses commerces, fourmille jour et nuit. Dans tous les coins de la ville, il y a du commerce, toutes les niches commerciales sont occupées. On retrouve de tout; des cantines mobiles, des kiosques à journaux, un étal de fruits et légumes sur le coin de la 7^e avenue et de la 39^e rue, un homme-sandwich à chaque coin de rue, un jeune homme distribuant des prospectus, etc.

Au cœur de l'île de Manhattan, on retrouve le *Garment center*. À l'intérieur de ce quartier, on retrouve plus de 5000 industries de la mode ainsi que des salles d'exposition. On y retrouve également le siège social de plusieurs grandes marques, dont *Calvin Klein*, et de magazines de mode influents tel que *Vogue* et *WWD (Women Wear Daily magazine)*. La mode à New York représente 55 milliards de dollars, 165 000 emplois¹²⁹. Ce qui lui vaut le titre de Capitale de la mode. Titre qu'elle partage avec Londres, Paris, Milan.

À chaque instant, dans les rues de New York, l'attention des passants est attirée, sollicitée à accomplir un acte commercial. Cette situation est d'autant plus vraie sur certaines

¹²⁹ Ruth La Ferla, Preserving New York as Fashion Capital, New York Times, 2 novembre 2010, <http://runway.blogs.nytimes.com/2010/11/02/preserving-new-york-as-a-fashion-capital/>

artères, dont la 5e avenue. Nous pouvons acheter sur cette grande artère des sacs à main de grandes marques d'une valeur de plusieurs milliers dollars. Inversement, nous pouvons acheter sur des artères commerciales tout aussi achalandées, par exemple *Canal Street*, un sac à main des mêmes grandes marques, mais cette fois à un dixième du prix. *Canal Street* fait partie des cinq meilleurs endroits dans le monde pour se procurer de la contrefaçon. Elle a même été consacrée numéro un, devant Rome, Shanghai, Hong Kong et Pékin.

C'est pour cette raison que *Canal Street* est inscrit à l'intérieur des circuits touristiques comme attrait d'importance. On y accorde même aux touristes une période libre afin que ceux-ci puissent y faire leurs emplettes. Certains sites Internet en font même la recommandation. C'est le cas notamment de *New York Shows Tickets*¹³⁰, il présente sur leur site un petit guide afin d'informer les consommateurs de la procédure concernant l'achat d'un produit contrefait. On y apprend où se procurer ce type de marchandise, comment distinguer la mauvaise de la bonne qualité, et comment négocier le prix. Un second site Internet va jusqu'à affirmer que la vente de contrefaçon d'objets de luxe représente une plus grande attraction que la Statue de la Liberté et que l'Empire State Building combinés. Selon ce site, la vente de contrefaçon sur *Canal Street* contribue à l'amélioration du tourisme depuis les événements du 11 septembre 2001.

Enfin, New York attire par ses monuments, son histoire, pour son rôle international, mais elle attire également par son glamour, son avant-gardisme et par la place qu'elle tient dans le monde de la mode. New York incarne le style américain, c'est là où les idées créatrices et les tendances prennent racine.

Mais au-delà de son tourisme de luxe, glamour, New York attire les foules et est très populaire pour le tourisme de masse. Un tourisme qui n'a peut-être pas les moyens de se procurer tout ce que New York a à offrir, mais en possède le rêve et le désir. Ces touristes veulent eux aussi avoir accès au luxe, mais n'en ont pas les moyens. Ainsi, de son glamour naît son côté plutôt sombre représenté par la contrefaçon d'objet de luxe. En effet, acheter un sac *Louis Vuitton* dans le quartier chinois et se faufiler à travers les coins sombres des ruelles fait partie, pour des milliers de touristes, de l'expérience new-yorkaise au même titre que marcher *Central Park* ou manger un bretzel ou un hot-dog dans une cantine mobile au coin de la rue.

¹³⁰ <http://www.nytimes.com/NewYorkCity/articles/handbags.html>

Le New York international

Attrayante pour des millions de touristes, New York l'est tout autant pour des millions d'immigrants. En 2010, la métropole comptait 8,175 millions¹³¹ d'habitants. De ce nombre, 2,9 millions sont nés en dehors d'États-Unis. Ce qui représente 35 % de la population new-yorkaise¹³². C'est pourquoi la ville est souvent comparée à une véritable mosaïque culturelle. En effet, il est possible de faire le tour du monde par une simple balade dans ses différents quartiers. Dans une analyse du pattern résidentiel dans la ville de New York, Logan, Alba et Zhang ont démontré que les plus grands groupes d'immigrants ont plus de chance de se réunir en quartier, ou enclave, ethnique¹³³. C'est pourquoi on retrouve dans différents quartiers une forte proportion de résidents appartenant à une même communauté. C'est le cas des Chinois dans le Quartier chinois, mais également des Dominicains dans Washington Heights, des Mexicains dans Jackson Heights, des Russes à Brighton Beach et des Afro-américains dans Harlem¹³⁴.

De plus, la littérature portant sur l'économie et l'emploi des immigrants aux États-Unis démontre qu'ils n'ont pas accès à la même qualité d'emploi que les résidents nés aux États-Unis. Comme nous l'avons vu précédemment, il existe dans les pays ayant une économie avancée une segmentation du marché de l'emploi. À ce titre, New York ne fait pas exception. Pour Sassen¹³⁵, la restructuration de l'économie new-yorkaise au cours des années 1970 a eu pour conséquence une expansion marquée du nombre d'emplois à faible et haut revenu et la prolifération de petites unités de production. Ce qui contraste avec la période suivant la Seconde Guerre mondiale où la classe moyenne était en expansion et où la production industrielle se faisait à grande échelle. La classe moyenne, due à son nombre important et à

¹³¹ <http://quickfacts.census.gov/qfd/states/36/3651000.html>;

¹³² Pour l'ensemble des États-Unis, la proportion d'immigrants est de 13 % (<http://quickfacts.census.gov>), et de 19,8 % au Canada (<http://www.statcan.gc.ca>).

¹³³ John Logan, Richard D. Alba et Wenquan Zhang, 2002, *Immigrant Enclaves and Ethnic Communities in New York and Los Angeles*, *American Sociological Review*, vol.67.

¹³⁴ Voir la carte des quartiers ethniques de New York du *New York Times*, <http://www.nytimes.com/interactive/2011/01/23/nyregion/20110123-nyc-ethnic-neighborhoods-map.html>.

¹³⁵ Saskia Sassen-Koob, 1989, *New York City's Informal Economy*, In Alejandro Portes, Manuel Castells et Lauren A. Benton, *The Informal Economy; Studies in Advanced and Less Developed Countries*.

son modèle de consommation, favorisait la standardisation des produits (ce qui favorisait le développement des unités de production à grande échelle) et la création de syndicats de travailleurs. Ce qui rendait difficile la création d'unités de production informelles.

Toutefois, une expansion des salaires à faible et haut revenu a pour conséquence la diminution en nombre de la classe moyenne et rend conséquemment difficile la création de syndicats de travailleurs. Ce qui a pour effet indirect la création d'unités de production informelles sans protections sociales et majoritairement occupées par des immigrants. Ainsi, les 2,9 millions (35 %) d'immigrants à New York représentent 47 % de la force de travailleurs, toutefois, ceux-ci occupent 62 % des emplois à faible revenu¹³⁶. Comme le note Sassen, dans *La ville globale* : « À New York, les Noirs et les immigrés du Tiers Monde sont concentrés, de façon disproportionnée, dans les industries de services à bas salaire les plus traditionnelles – notamment les services sociaux et de santé – et dans les emplois sous-payés des services à la production¹³⁷. » Quotidiennement, à l'intérieur d'un même quartier, se vit une bataille économique constante entre, d'une part, l'économie formelle, représentée par les grandes institutions financières et les grands magasins, et d'autre part, l'économie informelle, représentée par des millions de travailleurs immigrants à faible revenu.

Les Sénégalais de New York ne sont pas les Sénégalais restés au Sénégal, et les Sénégalais vendant de la contrefaçon sur *Canal Street* ne sont pas les commerçants sénégalais dans « *Little Senegal* », ni les vendeurs de contrefaçon de *South Street Seaport*. Cela vaut pour chacune des ethnies implantées à New York. C'est ce qui représente la véritable mosaïque culturelle (au-delà de la simple ethnie) de New York.

En somme, ce chapitre avait pour objectif de mettre en application le cadre théorique présenté précédemment; comprendre dans quel contexte socio-économique les Sénégalais à New York ont quitté leur pays d'origine, ce qui les a motivés à choisir la métropole américaine comme destination ultime et enfin comment, la structure et l'organisation économique de New York peut dans une certaine mesure influencer l'intégration économique des minorités et des immigrants.

Ainsi, le Sénégal, depuis ses premiers contacts avec l'Occident, principalement la

¹³⁶ Immanuel Ness, 2005, *Immigrants, Unions, and New U.S. Labor Market*, p.17

¹³⁷ Saskia Sessen, 1996, p.437

France, a occupé un rôle de dominé où elle ne pouvait détenir qu'un faible contrôle sur son avenir. Et malgré son indépendance au début des années 1960, son développement économique est demeuré marqué par cette relation coloniale. Maintenant, faisant partie de la liste des pays les moins développés de la planète, le Sénégal voit chaque année partir des milliers d'émigrants en route vers l'Europe, d'autres pays africains et de plus en plus vers l'Amérique.

Pour leur part, les États-Unis ont connu, au moment où le Sénégal subissait la domination française, un véritable essor économique devenant le pays le plus puissant. De ce dynamisme économique, social et culturel, les États-Unis sont rapidement devenus le principal pays d'accueil pour ces millions de migrants internationaux. Aujourd'hui, New York représente l'une des villes les plus influentes du monde en terme économique et culturel. À elle seule, New York attire des millions de visiteurs temporaires et permanents.

Toutefois, la spécialisation de son économie dans le domaine de la finance et des services en général a pour effet d'augmenter les écarts entre les emplois à faible revenu, majoritairement détenus par les minorités locales ou les immigrants, et les emplois à hauts revenus que nous retrouvons principalement dans le domaine de la finance, de l'assurance et de l'immobilier.

Chapitre 4 : Les Lieux de vente

Carte 1 : île de Manhattan



http://cartograf.fr/les_villes_new_york_city.ph

n

Comme nous l'avons vu précédemment, les Sénégalais se sont établis aux États-Unis au début des années 1980, avec en main un visa de travail temporaire, peu d'instruction, parlant peu anglais, mais avec une capacité adaptative au contexte économique et social¹³⁸. Dès leur arrivée, ils ont su s'adapter aux marchés économiques disponibles et en ont pris le contrôle. Ainsi, ils établirent leur territoire commercial dans le quartier de Harlem et, peu à peu, ce territoire prenait de l'expansion. À partir du milieu des années 1980, ils élargirent ce territoire vers la très chic 5^e avenue, puis sur la 42^e rue, près de *Grand central*. Ce qui déplaisait aux commerçants établis sur ces rues. Devant cette opposition, ils se sont déplacés à nouveau vers le sud. Rapidement, ils ont contrôlé le commerce ambulant dans tout le Midtown, de Greenwich Village à *Canal Street*¹³⁹.

Pour les vendeurs de contrefaçon, mais aussi pour tout autre type de vendeurs, l'espace

¹³⁸ Voir entre autres Paul Stoller, *Places, And Fields: The Politics of West African Trading*; Ottavia Schimdt di Friedberg et Reynald Bliion, *Du Sénégal à New York. Quel avenir pour la confrérie mouride*,

¹³⁹ Stoller, *Places, And Fields: The Politics of West African Trading*,

qu'ils occupent revêt une importance vitale pour le maintien de leur commerce. Cette réalité est d'autant plus vraie pour les vendeurs de contrefaçon puisqu'ils ne peuvent, dû aux particularités légales de leur commerce et de leur statut juridique, acheter ou simplement louer un espace commercial. Ils sont alors contraints de pratiquer leur commerce dans les rues et espaces publics.

Toutefois, en investissant les trottoirs et les parcs de leur marchandise, forcément ils contreviennent soit à l'ordre public ou bien ils empiètent sur la propriété de commerçant établi légalement. Cette occupation informelle de l'espace entraîne des négociations avec les commerçants, mais également avec les autorités municipales, principalement les policiers. Et c'est à partir de ces négociations, et de leurs résultats que les vendeurs de contrefaçon vont investir différemment chacun des lieux occupés.

Lorsque les Sénégalais se sont mis à la vente de contrefaçon d'objets de luxe, ils ont rapidement investi les rues aux abords de la 5^e avenue, près de Grand central. Tout juste au côté de commerçants ayant les autorisations légales de vendre la même marchandise qu'eux, mais de façon formelle. De cette présence a pris racine un groupe d'opposants, la *Fifth Avenue Merchants Association*, voulant faire pression afin que ce commerce soit interdit. En réponse à cette opposition, les vendeurs sénégalais se sont déplacés vers la pointe sud de Manhattan près du quartier chinois, lieu central de la contrefaçon. Par la suite, ils ont investi d'autres zones, mais toujours à proximité de ce point central.

Ainsi, ce chapitre propose d'identifier ces principaux lieux de vente, de soulever les particularités et les différences de chacun d'eux. Et enfin d'analyser comment ces lieux influencent les techniques de vente des vendeurs de contrefaçon.

Bien qu'il soit possible de retrouver des vendeurs ambulants sénégalais sur la quasi-totalité de l'île de Manhattan, dans le cadre de mon travail terrain, j'ai limité mes observations dans trois principaux lieux de vente; *South Street Seaport*, *Battery Park* et *Canal Street*. Par contre, il est à noter qu'au-delà de ces trois lieux d'observation, j'ai pu à quelques reprises observer et rencontrer des vendeurs de contrefaçon dans des lieux à proximité de ceux mentionnés. Toutefois, ces lieux demeurent secondaires et ne peuvent être identifiés comme étant des lieux de vente de prédilections. Par exemple, les soirs de fin de semaine, on retrouve quelques vendeurs dans *Bryant Park* derrière la *Public Library*, le long de la 42^e rue. À cet endroit, on retrouve un point d'arrêt pour les autocars touristiques voulant visiter *Time Square*.

De plus, on retrouve en plein cœur de *Wall Street*, aux angles des rues *Ann* et *Broadway*, un petit groupe de vendeurs africains, dont quelques vendeurs de contrefaçon. Et enfin, une informatrice me signalait qu'un nombre important de femmes vendaient la nuit à *Time Square*. Bien que cette information soit validée par un autre vendeur, je n'ai pu moi-même valider cette information.

Bien qu'ils soient tous différents l'un de l'autre, ces lieux possèdent néanmoins quelques traits communs. Ils sont tous dans le sud de l'île de Manhattan (voir carte 1), excepté *Bryant Park* qui se trouve au centre de l'île à quelques rues de *Time Square*. Malgré qu'ils soient tous investis par les touristes, cet investissement demeure bien différent de celui que nous pouvons observer dans des attraits touristiques new-yorkais, tels que *Time Square* et la 5e avenue. Les lieux pris d'assaut par les vendeurs de contrefaçon d'objets de luxe ne sont pas autant envahis par les magasins de grandes chaînes comme c'est le cas à *Time Square* et sur la 5e avenue. En effet, on retrouve davantage de commerçants locaux, comme c'est le cas dans le quartier chinois. Pour leur part, *South Street Seaport* et *Battery Park* ont peu ou pas de commerces en rapport au nombre de touristes qu'on y retrouve. Ce qui attire les touristes à ces endroits c'est plutôt la vente de services touristiques tels que des bateaux de croisière ou des points d'embarcation à destination de la statue de la liberté et d'*Ellis Islande*.

Ces lieux de vente partagent certaines similarités, en raison de leur proximité géographique, faisant en sorte que les vendeurs de ces sites se côtoient davantage que ceux installés à *Canal Street*.

South Street Seaport

Pour ce qui est de *South Street Seaport*, géographiquement, il est dans le sud-est de l'île de Manhattan. Il longe la *East River* à l'extrémité est de la rue *Fulton*, tout près du *Fulton Market*. Devenu port historique de la ville de New York à la fin des années 1960, *South Street Seaport* se situe au quai 17, près de la *FDR Drive* (*Franklin D. Roosevelt East River Drive*), du pont *Brooklyn* ainsi que de *Wall Street*. En plus des quelques boutiques-cadeaux et restaurants de la rue *Fulton*, *South Street Seaport* offre à ses touristes la possibilité de faire des croisières sur l'*East River* et dans la *Upper bay* au sud de Manhattan.

Intégrée comme destination touristique de la plupart des circuits d'autocars, on observe sur ce site un déplacement continu de touristes. Toutefois, l'achalandage touristique est bien réel comme en fait foi le nombre d'autobus voyageur que nous pouvons voir circuler et se stationner tout au long de la journée. Le principal objectif de ces touristes ne semble pas être celui de fréquenter les boutiques, mais plutôt celui d'avoir accès au bord de l'eau et aux différentes croisières offertes.

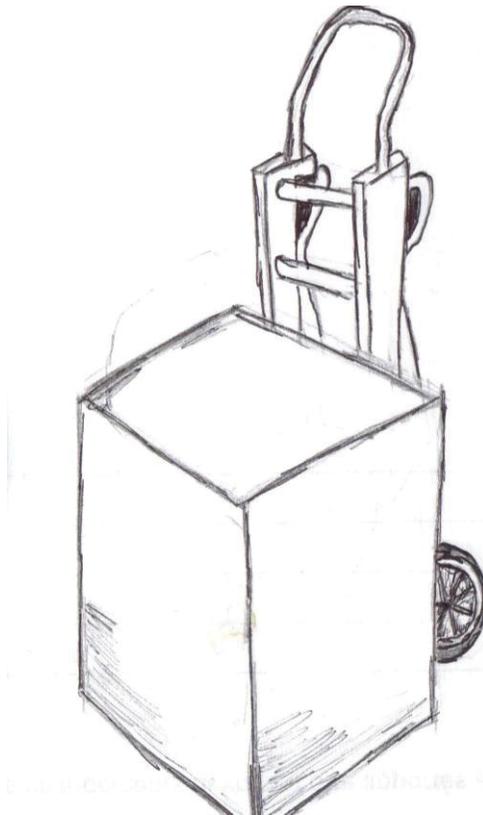
Il est à noter que la moyenne d'âge des vendeurs établis à *South Street Seaport* est légèrement plus élevée que celle de *Canal Street*, et similaire à celle de Battery Park. Certains vendeurs me racontaient qu'ils avaient déjà vendu sur *Canal Street* à leur arrivée à New York, mais que maintenant ils étaient devenus trop vieux et souffraient de maux physiques, ils ne pouvaient plus travailler là-bas. En effet, contrairement à *Canal Street*, *South Street Seaport* offre aux vendeurs une atmosphère beaucoup plus calme. Tout d'abord, l'espace est beaucoup moins restreint, il y a de la place pour tous les touristes et la possibilité pour chacun de s'asseoir sur un banc ou à une table à pique-nique. Et comme la FDR Drive passe juste au-dessus, celle-ci offre de l'ombrage, ou une protection contre la pluie, aux passants. Ce qui n'est pas négligeable considérant que la température peut être très élevée par moment.

En plus des touristes, les vendeurs sénégalais sont à la poursuite d'un endroit sécuritaire à l'abri des rayons du soleil et du regard des policiers. C'est pour ces raisons, à longueur de journée, ils se déplacent d'un bout à l'autre de *South Street Seaport* sous la *FDR Drive*.

Comme l'aire de vente est différemment organisée que sur *Canal Street*, ces différences ont pour effet de proposer aux vendeurs une technique de vente différente. Par exemple, comme l'espace de circulation est ouvert, les vendeurs ont la possibilité d'apporter une marchandise plus imposante. Notamment, les vendeurs de sacs à main arrivent de la promenade le long de la East River accompagnés d'un chariot auquel ils ont fixé une boîte de carton d'approximativement un mètre cube. Ainsi, chaque matin, aux environs de 10 h, nous voyons arriver ces vendeurs, plus d'une dizaine puisque ceux de Battery Park circulent par *South Street Seaport* pour se rendre à leur lieu de travail. Est-ce une question d'espace, dû à la facilité de circuler que nous retrouvons plus de vendeurs de sacs à main que de vendeur de montre ou de lunettes de soleil? En effet, selon mes observations, j'ai pu dénombrer un seul vendeur de lunettes et quatre vendeurs de montres comparativement à plus d'une dizaine de

vendeurs de sacs à main (incluant ceux de *Battery Park* qui venaient de temps à autre tester le commerce de *South Street Seaport*).

Illustration 1 : Modèle de chariot utilisé à *South Street Seaport* et *Battery Park*



*Illustration de l'auteur

Une journée de travail pour un vendeur à *South Street Seaport* débute généralement aux alentours de 10 h et se termine pour la plupart à 20 h. Ce n'est que quelques-uns d'entre eux, surtout les plus jeunes, qui demeurent jusqu'à 21 h. Durant toutes ces heures, les vendeurs sont peu mobiles, et demeurent sur place si ce n'est que pour aller manger dans une cantine mobile. Par contre, il est à noter que les vendeurs de montres travaillent avec une plus grande mobilité. Il m'est arrivé à quelques reprises de croiser l'un d'eux dans l'une des rues avoisinantes au site historique.

Battery Park

Quant à lui, Battery Park se situe à l'extrémité sud de l'île de Manhattan, bordé des rues State, à l'est, et Battery Place, au nord. Il se situe près du Financial District, à dix minutes de marche de *South Street Seaport*. Comme il est mentionné ci-haut, il n'y a pas de magasins de grande chaîne dans ce secteur. On retrouve dans le parc uniquement des vendeurs ambulants installés sur des tables amovibles. C'est aussi le point de départ des traversiers pour se rendre à Staten Islande, à la Statue de la Liberté, ainsi qu'à Ellis Islande, haut lieu de tourisme new-yorkais. Ces deux dernières destinations représentent les principaux attraits touristiques reliés à Battery Park.

Au même titre que *South Street Seaport*, Battery Park est un grand espace à aire ouverte où les gens peuvent circuler librement. Alors, la vente de contrefaçon se fait un peu de la même manière. Ce qui veut dire que les vendeurs ont un lieu commun où ils se rencontrent et discutent lorsqu'ils ne sont pas à la recherche de clients potentiels. Puis, lorsqu'ils ne sont pas réunis à cet endroit, ils doivent poursuivre eux-mêmes les clients, ce qui les oblige à sillonner les sentiers du parc. De façon générale, ils s'assoient sur un banc public et attendent. Lorsqu'un passant circule devant eux, alors ils déclament leur discours de vendeurs qui généralement se résume à : « *Handbags* », « *watches, watches, Rolex* » et « *Sunglasses* ».

Là aussi, il semble y avoir plus de vendeurs de sacs à main que de vendeurs de montres ou de lunettes. Toutefois, il était difficile de déterminer un nombre exact puisqu'il m'apparaissait, lors de mon travail terrain, que le nombre de vendeurs était plus instable qu'à *South Street Seaport*. Mais à en voir le nombre de chariots, il semblait y en avoir autant que de vendeurs, il est à noter qu'un vendeur de montres est plus difficile à identifier dû à la légèreté de son matériel.

Puisqu'ils arrivaient de la promenade longeant l'East River depuis *South Street Seaport*, les vendeurs de *Battery Park* avaient un horaire de travail similaire à leurs collègues. Ils arrivaient aux alentours de 10 h 30 et repartaient à 19 h afin de s'arrêter et de discuter à *South Street*. En plus de ceux qui faisaient les deux sites de vente, certains d'entre eux se rendaient près de *Ground Zero*, qui se trouve à quelques rues au nord. Parmi ceux qui faisaient ce trajet,

on retrouvait majoritairement des vendeurs de montres. Probablement, parce qu'ils avaient une meilleure mobilité que les vendeurs de sacs à main, encombrés de leur chariot.

Canal Street

Véritable centre d'attraction touristique, *Canal Street* est constamment envahi par les touristes et les automobilistes en provenance de Brooklyn par le pont de Manhattan et du New Jersey par le Holland Tunnel à l'Ouest. Tout près de *Canal Street*, entre les rues *Baxter* et *Mott*, se trouve la petite Italie; haut lieu de la culture italienne à New York. On y retrouve de nombreux touristes à la recherche de petits cafés et de charcuterie italienne.

Principale artère du quartier chinois, *Canal Street* représente le cœur d'un important centre économique où l'on retrouve de nombreux commerces locaux et familiaux. On retrouve deux types de commerce sur *Canal Street*, d'une part il y a une forte concentration de bijouteries à l'est de Broadway. D'autre part, l'Ouest se caractérise par son nombre impressionnant de vendeurs ambulants, catégorie dans laquelle s'insèrent les vendeurs de contrefaçon. L'auteur et journaliste Tim Philips surnomme cette artère commerciale comme étant « *The Courterfeit Alley* ». Elle est pour lui le Disney World de la contrefaçon : « [...] *you need to walk 15 minutes south, to one of the most lucrative and notorious sources of knockoffs in the world : Canal Street*¹⁴⁰ ».

Il est à noter que le tourisme dans le quartier chinois se limite principalement à *Canal Street* entre les rues *West Broadway* et *Bowery*. Ce qui représente une distance approximative d'à peine un kilomètre. Il est difficile d'évaluer le nombre exact de touristes qu'il peut y avoir de chaque côté de *Canal Street* et dans les autres rues du même quartier. Par contre, considérant la densité de gens que l'on retrouve sur ces trottoirs et la difficulté que l'on a à y circuler, ce nombre ne peut qu'être de l'ordre de plusieurs milliers. À eux seuls, les vendeurs de contrefaçon, selon ce que j'ai pu dénombrer lors de mon travail terrain, sont près de 150 à exercer ce commerce uniquement sur *Canal Street*. Et ça, sans compter les vendeurs ambulants

¹⁴⁰ Tim Philips, 2006, *Knockoff; The Deadly Trade in Counterfeit Goods*, p.38

installés sur des tables et ceux qui opèrent des cantines mobiles (ce sujet est abordé dans la section portant sur les vendeurs). Contrairement aux deux sites précédemment présentés, *Canal Street*, par son abondance de touristes et par son manque d'espace qui la caractérise, se différencie par son atmosphère lourde et peu conviviale. De toute évidence, cet espace restreint a eu pour effet de modeler les techniques de vente et l'échange de produits entre les vendeurs et les clients.

Contrairement aux autres vendeurs, ceux de *Canal Street* n'ont peu ou pas de commodités favorisant leur confort. Ils ont peu d'espaces où s'asseoir et ne peuvent trouver ombrage que sous les auvents des commerçants déjà installés ou sous les échafaudages dispersés un peu partout dans le quartier. En plus de cet inconfort, certains vendeurs de *South Street Seaport* m'ont informé, lorsque je les questionnais quant aux raisons qui expliquaient leur absence à *Canal Street*, qu'ils n'aimaient pas cet endroit, car ils se sentaient mal à l'aise de se positionner devant un commerce permanent et de lui faire obstacle en quelque sorte.

De plus, *Canal Street* est le seul endroit où il vaut vraiment la peine de parler de la présence de l'Islam chez les vendeurs de contrefaçon, puisqu'aux deux autres endroits il est quasi invisible pour ne pas dire complètement absent. En effet, il suffit de passer sur *Canal Street* aux heures de prière pour se rendre compte que l'Islam est présent chez les vendeurs de contrefaçon. Généralement, aux alentours de 17 h, les vendeurs se retrouvent en petit groupe dans des lieux isolés le long des rues transversales à *Canal Street*, ils y sortent un tapis de fortune dissimulé à l'intérieur de leur marchandise, le placent sur le sol et entament leur rituel religieux relié à la prière. À *South Street Seaport*, je n'avais vu qu'un seul individu faire la prière, contrairement à une trentaine à *Canal Street*, majoritairement les plus âgés.

Illustration 2 : Type de valise utilisé sur *Canal Street*



*Illustration de l'auteur

Parmi les trois sites de vente, *Canal Street* représente le point central du commerce de la contrefaçon à New York. Comme nous le verrons plus loin, les vendeurs africains achètent leur marchandise directement des Chinois implantés dans le même quartier. Peu importe son

lieu de vente, tout vendeur doit d'abord transiter par le quartier chinois afin de se procurer son matériel. D'ailleurs, le quadrilatère formé des rues Canal, Centre et Walker fut identifié comme étant le Triangle de la contrefaçon par l'administration Bloomberg à la suite de l'arrestation massive du 26 février 2008. Cette opération policière avait mis la main sur 32 magasins faisant le commerce de la contrefaçon et sur une marchandise évaluée à 1 million de dollars¹⁴¹. Il est à noter que cette répression n'a pas mis un terme au problème de la contrefaçon dans le quartier chinois. Au contraire, cela n'a que modifié les techniques de vente.

Nous avons vu pour le cas de *South Street* et *Battery Park* que les vendeurs de sacs à main étaient plus nombreux que les vendeurs de montres ou de lunettes. Par contre à *Canal Street*, le nombre de vendeurs pour chaque produit se répartit plus équitablement. Et selon une estimation personnelle, il y aurait plus de vendeurs de montres que de vendeurs de sacs à main et de lunettes. Cela s'explique probablement dû au fait qu'il y ait moins de place pour circuler à *Canal Street* qu'aux autres endroits. Ainsi, il devient quasi impossible aux vendeurs de sacs à main de se déplacer avec un chariot et une boîte d'un mètre cube dans les rues achalandées du quartier chinois.

C'est pour les mêmes raisons, que les vendeurs de sacs à main n'utilisent pas cet équipement, mais plutôt une valise de type à bagage. Il est à noter que ce ne sont pas que les vendeurs de sacs à main qui utilisent ce genre de matériel, il y a aussi les vendeurs de DVD copiés à bon marché. Pour leur part, les vendeurs de montre et de lunette utilisent les mêmes techniques que leurs acolytes de *South Street*, soit celle de mettre leur marchandise dans les poches de leurs pantalons. Par contre, certains d'entre eux utilisaient un sac de papier grand format avec des poignées de corde (comme ceux qui nous sont offerts lors de notre magasinage) pour y loger la totalité de la marchandise nécessaire pour une soirée.

De plus, comme l'espace est restreint, et que la présence policière y demeure active, les vendeurs de contrefaçon ont dû développer des techniques de vente qui sont différentes des autres endroits et mieux adaptées aux contextes que représente *Canal Street*. Ainsi, comme ce sont les touristes qui défilent devant eux, les vendeurs n'ont qu'à scander le nom ou le type de produit qu'ils possèdent. Et lorsque ceux-ci sont abordés par un client potentiel, ils doivent

¹⁴¹ Voir l'article de Christine Hauser du New York Times daté du 27 février 2008 <http://www.nytimes.com/2008/02/27/nyregion/27chinatown.html?scp=7&sq=christine%20hauser%20counterfeit&st=cse>, ainsi que sur le site officiel de la Mairie de New York.

trouver un endroit un peu plus calme et discret afin de procéder à la vente et à l'échange du produit. Contrairement à South Street et Battery Park, où l'espace est grand tout en offrant une certaine discrétion. *Canal Street* pour sa part demeure à la vue de tous y compris celle des policiers. C'est pourquoi les vendeurs, au moment de finaliser une vente, se retirent dans un endroit à l'abri des regards; soit dans la ruelle pour ce qui est des vendeurs de sac à main ou derrière un téléphone public pour les vendeurs de montre ou de lunettes.

Contrairement à leurs acolytes de *South Street* et de *Battery Park*, la journée de ces vendeurs débute un peu après l'heure du dîner. En effet, ce n'est que vers 13 h que nous voyons arriver les premiers vendeurs, ainsi que les premiers touristes. Par contre, je n'ai pu m'expliquer pourquoi, mais l'heure de départ des vendeurs de contrefaçon ne coïncide pas avec celle des touristes. Ainsi, les touristes ont l'habitude de quitter les lieux entre 20 h 30 et 21 h, à la fermeture des commerces. Pour leur part, les vendeurs quittent plus d'une heure et demie après, soit aux alentours de 22 h -22h30, selon la qualité du commerce.

À ce moment de la journée, ils se réunissaient tous sur un même coin de rue, plutôt que de se disperser tout au long de *Canal Street*. Ils ne choisissaient pas toujours le même coin de rue, cependant ils choisissaient plus fréquemment le coin des rues Broadway et Canal, probablement parce que c'est le coin de rue le plus achalandé. Pour ce qui est des vendeurs de sacs à main, ceux-ci sortaient de leur valise un drap qu'ils étendaient sur le trottoir pour y déposer leurs sacs à main.

Cet étalage était particulier à *Canal Street*, les vendeurs de *South Street* et de *Battery Park* n'y avaient pas recours. Seulement à un autre endroit, j'ai pu constater cette pratique et c'était un soir de fin de semaine à *Bryant Park* lorsque des autobus voyageurs se garaient le long de la 42^e rue. Ainsi, les vendeurs de sacs à main s'installaient sur le trottoir, le long de l'autobus, près de la porte où sortaient les touristes.

Il est à noter qu'au-delà du nombre élevé de vendeurs sénégalais sur *Canal Street*, on retrouve également un nombre important de vendeurs de contrefaçon d'origine asiatique. Mais comme ce sont eux ou leurs confrères qui possèdent (occupent) les locaux le long de *Canal Street* ceci a pour effet de modifier leurs techniques de vente. En possédant les commerces du quartier, il est plus facile pour un vendeur asiatique de dissimuler de la marchandise contrefaite. Ce qui ne les oblige pas à transporter avec eux une quantité considérable de marchandise. D'ailleurs, les Asiatiques ont pour habitude d'offrir de la contrefaçon aux

passants en brandissant un dépliant sur lequel sont affichés différents modèles de sac à main. Contrairement aux Africains, les Asiatiques se déplacent continuellement. Ils brandissent leur dépliant, lorsqu'un client potentiel se manifeste, le vendeur l'invite à le suivre jusqu'à l'intérieur d'un commerce situé non loin d'où ils se trouvent. Ainsi, les vendeurs asiatiques sont beaucoup plus discrets que les Africains puisqu'ils ne transportent sur eux aucune marchandise.

Ces différentes procédures de vente entre les Asiatiques et les Africains pourraient aussi représenter un trait culturel ou de personnalité différente. De cette façon, les Asiatiques préféreraient la discrétion à la visibilité. Ce qui expliquerait pourquoi ils auraient abandonné si facilement la distribution de leur produit à un groupe de vendeur africain. C'est pourquoi on ne peut parler de concurrence entre les deux groupes, malgré le fait que le second utilise le territoire et la marchandise du premier. Toutefois, il est évident que les Asiatiques ont fait le choix de laisser aller le contrôle de la distribution et qu'à tout moment, ceux-ci pourraient mettre un terme à cette bonne entente. Mais d'un autre côté, devons-nous nécessairement parler de relation de pouvoir entre les Asiatiques et les Africains que l'un laisse le champ libre à l'autre à la suite d'une négociation entre les deux groupes? Ou pouvons-nous plutôt appréhender cette relation comme une complémentarité, un choix de la part des Asiatiques de permettre aux Africains de vendre leur marchandise? Laquelle, j'en suis certain, ils tentent de se départir le plus rapidement possible. De ce point de vue, les Africains ne viendraient plus prendre les parts de marché aux Asiatiques, mais plutôt viendraient augmenter le volume de vente de ces derniers. Le nombre de consommateurs désirant se procurer un sac Louis Vuitton contrefait sur *Canal Street* apparaît être illimité. Ainsi, le fait que les vendeurs africains vendent de la contrefaçon provenant de Chine dans le quartier chinois ne nuit aucunement à ces commerçants. Au contraire.

En plus de cette concomitance « Asiatiques/africains », il existe le soir sur *Canal Street* un groupe de vendeurs qui se distingue légèrement des autres vendeurs. Toutefois, cela ne pourrait pas être considéré comme étant un fait établi et exclusif. Il est à noter que le soir sur *Canal Street*, entre 21 h et 22 h 30, les vendeurs qui y sont présents ne représentent pas le même profil que ceux le jour. Par exemple, le soir il y avait un petit groupe de vendeurs d'origine malienne. Selon les dires de l'un d'entre eux, ils arrivent à 16 h et repartent à 22 h 30. Alors, il y a des vendeurs de jour qui laissent leur place à d'autres vendeurs le soir. Toutefois, il

faut noter qu'il y a superposition des horaires puisque ceux qui arrivent tôt l'après-midi quittent les lieux vers 19 h. Bien après l'arrivée des vendeurs de soirs. Il faut également préciser que malgré le fait que nous retrouvons à ces heures une plus forte concentration de Maliens, nous retrouvons également des Sénégalais. Ces derniers se sont, pour la plupart, initiés à ce commerce depuis peu. Ce qui nous amène à une seconde caractéristique de ce groupe de vendeurs

En plus de retrouver une plus forte concentration de Maliens, on retrouve le soir sur *Canal Street* de jeunes vendeurs fraîchement arrivés en Amérique ou dans le milieu de la vente de contrefaçon. Ils arrivent soit d'une autre ville américaine, comme Détroit ou Columbus, ou d'un autre pays, comme c'est le cas pour Bamako, jeune Malien à New York depuis un an, qui arrivait de Hong Kong. En plus de ces nouveaux arrivants, on retrouve dans le marché de la contrefaçon des immigrants de longue date, mais qui, pour leur part, n'ont intégré ce commerce que tout récemment. Pour les autres, en raison des conjonctures économiques des dernières années, ils ont perdu leur emploi (issu du secteur formel et parfois bien rémunéré) et se sont réfugiés dans le secteur informel et illégal que représente la vente de contrefaçon.

Existe-t-il des raisons formelles expliquant cette distinction entre les vendeurs occupant *Canal Street* le jour et le soir? L'explication la plus plausible demeure celle de la saturation de l'espace le jour sur *Canal Street*. En effet, comme je l'ai déjà mentionné, il y a près de 150 vendeurs de contrefaçon d'origine africaine dans le quartier chinois. Il devient ainsi avantageux à un nouveau groupe d'arrivant (sénégalais, malien ou autres) d'occuper cette plage horaire laissée libre par les vétérans. Encore une fois, pouvons-nous véritablement aborder ce phénomène uniquement par une relation de pouvoir entre les vieux et les jeunes, entre les Sénégalais et les Maliens? Dans la relation « premier arrivé », premier servi, on ne retrouve pas nécessairement la notion de relation de pouvoir. On retrouve plutôt celle du respect de ceux qui étaient là avant nous. Ce qui est étrangement lié à la valeur familiale africaine fondée sur le respect des aînés.

Ainsi, nous ne pouvons pas parler de relations de pouvoir entre ces groupes puisque leurs frontières ne sont pas exclusives comme nous serions tentés de le démontrer. Au contraire, malgré cette représentation élevée des Maliens le soir au coin de *Canal Street* et Broadway, il est également possible de rencontrer de leurs compatriotes au même endroit, mais à une autre heure du jour.

Les particularités des lieux

Comme nous l'avons souligné en début de chapitre, l'espace est une question vitale pour les vendeurs de contrefaçon. Puisque l'espace est vital, alors celui-ci doit posséder certaines caractéristiques recherchées par ces vendeurs et est déterminé, en grande partie, par la marchandise vendue. Tous conviendront que nous ne pouvons vendre n'importe quoi, n'importe où. Donc, les produits de luxe contrefaits possèdent en eux un minimum de caractéristiques (clientèle ciblée, statut légal et caractéristique physique) qui détermineront l'emplacement où ils seront vendus.

Il a également été présenté que New York constitue une place de choix quant à l'achat de produits contrefaits. À tel point que la vente de contrefaçon d'objet de luxe représente un attrait touristique au même titre que la statue de la Liberté et l'Empire State Building. Ainsi, puisque les produits de luxe, originaux compris, ne constituent pas des objets d'usage quotidien et que sa clientèle provient principalement de l'extérieur (bien qu'il soit possible d'observer un nombre incalculable de sacs à main *Louis Vuitton* au bras de New-yorkaise de tout horizon), sa vente ne pourra se faire au coin d'une rue résidentielle, comme c'est le cas pour les produits domestiques.

Ainsi, les vendeurs de contrefaçon doivent, pour se rapprocher de leur clientèle, miser sur des lieux fortement fréquentés par les touristes et où ceux-ci sont disposés à vouloir se procurer un produit de luxe, tel un sac à main *Louis Vuitton*. De cette façon, les vendeurs de contrefaçons sont à la recherche de lieux fréquentés par une clientèle renouvelable que représentent les touristes, sans toutefois nuire ou faire obstacle à d'autres commerçants. Comme c'est le cas sur la 5^e avenue. Toutefois, ils peuvent s'installer devant des commerces bien établis si ceux-ci, à la suite de négociations informelles, acceptent leur présence. Ce qui est le cas sur *Canal Street*.

Dans le cas qui nous concerne, le produit possède en lui-même une seconde caractéristique qui influence le lieu de sa vente. Il est difficile pour le commerçant, à raison du caractère illicite du produit, de louer légalement un espace commercial, et d'y mettre une enseigne. De plus, il est sujet à la pression policière. Ainsi, les vendeurs de contrefaçon

d'objets de luxe sont forcés à vendre leur marchandise à l'extérieur et où la circulation se fait assez librement afin de faciliter la fuite en cas de nécessité. Malgré tout, ce lieu de vente à aire ouverte se doit de posséder une certaine densité et un bon renouvellement de touristes. Ce qui vaut pour *South Street Seaport* et Battery Park. Contrairement à ces deux parcs, *Central Park*, bien qu'il soit un terrain vague, libre de circulation et relativement visité par les touristes, ne possède pas une densité ou un renouvellement de visiteur suffisamment fort pour que celui-ci soit investi de façon permanente par un groupe de vendeurs de contrefaçon.

Dans ce chapitre portant sur les lieux de vente, les trois principaux lieux de vente de contrefaçon d'objets de luxe à New York ont été présentés; leurs caractéristiques particulières et communes, l'influence qu'ils ont sur les techniques de vente et l'influence de ces vendeurs sur ces lieux. Ainsi, les lieux de vente sont déterminés par la nature même de la marchandise, mais également par une négociation entre ce groupe de vendeurs et un groupe d'opposants constitué par des vendeurs de la 5e avenue et par la présence policière. Dans le chapitre suivant, il sera question de la marchandise, de ses caractéristiques, de son origine et des raisons pour lesquelles une marque plutôt qu'une autre est contrefaite.

Chapitre 5 : La marchandise

Ce présent chapitre a pour objectif, d'une part de nommer et détailler la marchandise qui est vendue par les vendeurs de contrefaçon à New York; d'autre part, identifier d'où provient cette marchandise, comment elle a été introduite dans la ville de New York et comment elle s'est retrouvée entre les mains d'un groupe de vendeurs spécialisés.

Tout d'abord, les produits circulant à l'intérieur du dispositif de vente relié à la contrefaçon d'objet de luxe se résument en ce que nous pouvons caractériser comme étant la triade sacrée de la contrefaçon du luxe. Cette triade sacrée est constituée de sacs à main, de montres et de lunettes. Tous ces objets sont une copie plus ou moins conforme de grandes marques européennes telles que *Louis Vuitton*, *Rolex*, *Gucci*, *Versace*, *Prada*, *Chanel*, etc.

Parmi les produits les plus représentatifs de la vente de contrefaçon à New York, on retrouve l'un des sacs *Louis Vuitton*, soit le modèle *Speedy 30* en damier ou au monogramme *LV* ou le modèle *Papillon 30* monogramme multicolore sur fond blanc. Pour ce qui est des autres marques et modèles, ils sont plusieurs et souvent plus difficiles à identifier. Ils ne possèdent pas de traits distinctifs comme c'est le cas pour les modèles de *Louis Vuitton*. Pour des raisons similaires et par ce que je n'avais pas un accès illimité au matériel des vendeurs, il était également difficile d'identifier les marques et modèles de montres et de lunettes. Par contre, les montres de marques *Rolex*, *Tag Heuer* et *Omega* sont les plus souvent proposées par les vendeurs de rue.

Ces produits, bien que visibles à celui qui veut bien les voir, sont généralement affichés avec retenue. Ils se transigent de vendeur à client sous le couvert de la discrétion. Cependant, à en croire certains sites Internet, l'affichage des produits contrefaits était beaucoup plus ouvert que ce que j'ai pu constater lors de mon travail terrain¹⁴².

Il est à noter que les produits que l'on retrouve sur des tables opérées par des vendeurs

¹⁴² [Http://www.littleviews.com/home/newyork/fake_bags.cfm](http://www.littleviews.com/home/newyork/fake_bags.cfm), on retrouve sur ce site internet des photos montrant des sacs à main *Louis Vuitton* étalés dans des magasins à la vue de tous. Il est à noter que ces images datent de 2003 et qu'il n'était plus possible en 2010 d'exposer autant de marchandise contrefaite et cela de façon aussi voyante.

ambulants ne constituent pas des produits contrefaits. Pour leur part, ces produits sont bien différents dans leurs aspects physiques et légaux. En effet, ces produits représentent des produits d'utilisation de tous les jours (gants, foulard, accessoires électroniques, etc.) ou des souvenirs à l'effigie de New York (la statue de la Liberté, des accessoires aux couleurs des célèbres taxis jaunes, etc.). Contrairement à la vente de contrefaçon, ces produits sont intégrés à l'intérieur d'un marché légal dans lequel la ville délivre des permis de vente à des individus (rarement des Sénégalais) ayant un droit légal de vivre et de travailler aux États-Unis et contrôle la marchandise qui y est vendue¹⁴³.

Revenons aux produits contrefaits. Au-delà des observations visuelles que j'ai pu faire lors de mon travail terrain, comment pouvons-nous comprendre ou expliquer les raisons qui amènent un produit à être copié et pas un autre? L'important n'est pas tant de savoir si les sacs à main sont plus populaires que les montres ou que les lunettes. Il n'en est rien. Il ne suffit pas de savoir quels sont les grandes marques et modèles copiés, ou de savoir que le modèle *Speedy 30* de *Louis Vuitton* est un excellent vendeur au point où nous en voyons fréquemment chez de jeunes femmes de tous horizons, tant dans le métro que dans les rues de New York, et même à Montréal. L'important, je crois, est de savoir ce qui amène un produit à être copié et pas un autre. Et comme je le demandais aux vendeurs sénégalais lors de mon terrain : « Pourquoi vendez-vous ce genre de marchandise et pas une autre »? Et tous me répondaient : « Parce qu'elle se vend bien à New York ». N'est-il pas mieux de comprendre pourquoi ces marques (copiées) sont si populaires auprès des touristes? Le geste ou l'acte, d'acheter un produit contrefait à New York est en soi une expérience. Toutefois, il serait exagéré de croire que le produit n'a aucun effet dans la constitution de cette expérience. Une fois identifiées les raisons qui amènent un produit à être copié et pas un autre, nous pouvons mieux comprendre quels sont les produits susceptibles d'être copiés.

La naissance des grandes marques

La réponse à ces questions se trouve à l'intérieur de chacune de ces marques; dans leur histoire et leur évolution. La qualité et la popularité de celles-ci sont au cœur même des

¹⁴³ Nous y reviendrons davantage dans la section portant sur les vendeurs.

raisons qui amènent les contrefacteurs à les reproduire. Toutes issues du luxe, ces marques créent leur image sur un paradoxe très simple. Celui de rendre une marque le plus désirable à tous et la rendre accessible au plus petit nombre¹⁴⁴.

Pour y parvenir, ces compagnies jouent sur l'histoire; leur histoire, leur renommée, leurs exploits d'antan et sur un savoir-faire traditionnel. Pour d'autres marques, celles qui ont qu'une histoire courte, elles usent de stratégie marketing et d'innovation.¹⁴⁵

En effet, toutes les grandes marques contrefaites possèdent quelques caractéristiques communes qui font d'elles des marques distinguées issues du grand luxe européen. Tout d'abord, ces marques sont originaires principalement de France (*Louis Vuitton, Hermès, Cartier, Chanel, Dior, etc.*) d'Italie (*Prada, Gucci, Versace, Armani, Dolce & Gabbana*) et de Suisse pour ce qui est de l'horlogerie (*Rolex, Tag Heuer*). De plus, elles ont toutes, sauf exception de *Dior, Versace, Armani et Dolce & Gabbana*¹⁴⁶, été fondées entre 1837 (*Hermès*) et 1921 (*Gucci*). Elles ont donc pris racine dans une société en effervescence où le luxe, l'art et la beauté étaient à l'honneur. Pour ces dernières, l'effet de l'histoire y compte pour beaucoup.

Pour cette raison, regardons brièvement pour quelques-unes d'entre elles quel fut leur parcours historique et sur quoi elles fondent leur notoriété. Tout d'abord, *Louis Vuitton* est l'une des compagnies du luxe les plus connues au monde. On retrouve des magasins LV à la grandeur de la planète; tant en Occident que dans le monde asiatique. On retrouve des succursales en Angleterre et aux États-Unis depuis 1870.

Louis Vuitton, l'homme, a fondé sa boîte (1854) à la suite du succès qu'il a connu comme emballeur-malletier auprès de l'Impératrice Eugénie (conjointe de Napoléon III, Empereur de France), qui en a fait son emballeur-malletier personnel¹⁴⁷. En plus de l'impératrice, le maintenant célèbre malletier français reçoit à la suite de la présence de cette dernière à l'ouverture du Canal de Suez en 1869, une commande spéciale du Khédivé d'Égypte¹⁴⁸.

Agissant librement au sein de sa propre entreprise, Louis Vuitton, sensible aux transformations que subit sa société, a pour ambition de révolutionner le monde du voyage. À

¹⁴⁴ Bleuzenn Monot, *La guerre à la contrefaçon; Le grand pillage des marques*, ellippses, 2009, p.48

¹⁴⁵ Marie-Claude Sicard y fait la distinction entre luxe moderne et luxe contemporain dans *Luxe, mensonges et marketing* paru en 2010 aux éditions Pearson.

¹⁴⁶ Ces marques ont été fondées au tournant de la deuxième moitié du XX^e siècle.

¹⁴⁷ Il est également emballeur malletier personnel du roi Alphonse XII d'Espagne. S.Bonvicini p.137

¹⁴⁸ Stéphanie Bonvicini, *Louis Vuitton; une saga française*, 2004, p.100

la recherche de la perfection, il crée les malles de voyage à couvercle plat, plus facile à empiler les unes sur les autres que celles à couvercle bombé.

Dès 1880, il est victime de son succès et ses produits sont sujets à la contrefaçon. Afin de remédier à la situation, Louis Vuitton crée une toile à carreaux dans les teintes de beige et de marron. Toutefois, cela semble insuffisant, son fils George, son associé et successeur, crée en 1897 la toile monogramme arborant le célèbre LV entre croisés.

Aujourd'hui, *Louis Vuitton*, près de 150 ans après sa création, demeure un incontournable dans le monde du luxe. Toujours présent dans les accessoires de voyage, *Louis Vuitton* est également dans la maroquinerie, les souliers, le prêt-à-porter, l'horlogerie, la joaillerie et l'édition de livre. Selon le top 100 des marques d'Interbrand¹⁴⁹, *Louis Vuitton* aurait le 18e plus gros chiffre d'affaires au monde, 23,17 milliards de dollars (voir Tableau 1).

L'innovation et la renommée auprès d'une élite dans le domaine du luxe ne sont pas l'apanage de *Louis Vuitton*. Au contraire, bon nombre de grandes marques du luxe ont à leur manière innové et ont été au service d'une royauté. C'est le cas notamment de l'horloger français *Cartier* (1847). Il crée en 1888 la première montre-bracelet sertie pour dame. Il est également le fournisseur officiel du roi Édouard VII d'Angleterre, du roi Alphonse XIII d'Espagne, du roi Carlos du Portugal, du Tsar Nicolas II, du Prince de Galles (roi Édouard VIII qui abdique en 1936), etc.¹⁵⁰

Des montres comme *Rolex* et *Tag Heuer*, en plus de représenter l'innovation, sont au cœur d'exploits techniques encore jamais égalés. Par exemple, *Rolex*, en plus d'inventer le mécanisme permettant le remontage automatique (mécanisme présent dans toutes les montres d'aujourd'hui), est l'horloger qui détient le record d'étanchéité à l'eau et est la première montre à se rendre sur le sommet de l'Everest. Quant à *Tag Heuer*, c'est l'une de ses montres qui détient le record de la mesure du plus petit écart dans l'histoire du sport; 2/10 000 de seconde.

Pour d'autres griffes, telles que *Prada* et *Dior*, leur innovation n'est pas d'ordre technique, c'est plutôt grâce à leur audace qui a révolutionné le monde de la mode. Christian Dior, en 1947, est à l'origine du New Look, à cette époque nous parlons de la bombe *Dior*. Tout le monde en demande, il habille les plus grandes personnalités et vedettes féminines du

¹⁴⁹ Pour plus de détails, voir le site internet <http://interbrand.com/fr/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2011.aspx>

¹⁵⁰ Pour plus de détails voir le site internet <http://www.cartier.fr/fr/horloger-joaillier/cartier-montre-femme#/la-maison-cartier/a-travers-le-temps>.

moment (la duchesse de Windsor, Farah Pahlvi, conjointe du Shah d'Iran, Marilyn Monroe, etc.). Pour ce qui est de *Prada*, fondée en 1913, elle prend véritablement son essor à la sortie de sa première collection de sacs à main en pocono (nylon soyeux) en 1983.

Précédemment, il a été mentionné que le luxe se fonde sur un paradoxe, celui de créer des produits désirables à tous, mais accessibles à un groupe restreint. Ainsi nous venons de voir qu'effectivement, les grandes marques du luxe ont, au cours de leur histoire, créé des produits désirables par tous, mais accessibles à peu de gens; surtout certains souverains et autres personnalités publiques.

Tableau II : Les plus grandes marques du luxe

Marques de luxe	Fondation	Pays d'origine	Chiffre d'affaires (en milliard de dollars)/ (rang mondial)*
<i>Rolex</i>	1905	Suisse	**
<i>Louis Vuitton</i>	1854	France	23,17 (18)
<i>Cartier</i>	1847	France	4,78 (70)
<i>Hermès</i>	1837	France	5,35 (66)
<i>Tag Heuer</i>	1860	Suisse	**
<i>Prada</i>	1913	Italie	**
<i>Omega</i>	1848	Suisse	**
<i>Gucci</i>	1921	Italie	8,76 (39)
<i>Chanel</i>	1908-1910	France	**
<i>Tiffany & Co.</i>	1837	É.-U.	4,50 (73)
<i>Armani</i>	1974	Italie	3,79 (93)
<i>Burberry</i>	1866	Royaume-Uni	3,73 (95)

* Informations prises sur le site Internet <http://www.interbrand.com>.

** Absence du top 100 de Interbrand

Du luxe à la mode

Le luxe et la mode représentent deux concepts différents. Le premier vient du latin *luxus*, qui signifie débauche, excès. Il était présent chez tous les souverains, peu importe la

civilisation, peu importe l'époque. Le luxe était présent en occident chez tous les rois de l'ancien régime, toutefois, la mode n'y trouvait pas preneur.

Au Moyen Âge et plus tard à la Renaissance, des édits somptuaires ont été émis. Au total de onze, ils spécifiaient quels tissus la noblesse devait porter et ne pas porter. Par exemple, le velours était interdit aux paysans. Ces édits somptuaires ont pris racine à une époque où nous étions convaincus des inégalités entre les individus où la position sociale de chacun était déterminée à la naissance et relativement bien acceptée. À cette époque la notion de mode n'avait pas lieu d'être.

Il faut bien comprendre que la mode et son engouement ont pris racine à un endroit précis et à une époque bien précise. Elle a pris en effet racine dans une société où la notion d'individu représente la valeur suprême de la société. Ce n'est donc pas fortuit si elle s'est d'abord développée dans les deux pays où cette valeur était la mieux représentée; soit la France et l'Angleterre du XIX^e siècle¹⁵¹. Ainsi, l'habillement ne possédait plus la fonction de distinction selon les lois qui le régissaient à mesure que nous lui accordons une valeur individuelle fondée sur la notion de choix.

Ces vieilles marques du luxe telles que *Louis Vuitton*, *Hermès*, *Cartier* ou *Rolex* ont toutes à leur manière été un signe de fiabilité, d'un savoir-faire traditionnel sur lequel s'est fondé leur réputation. Toutefois, depuis cette belle époque, le modèle de consommation de la population a grandement changé. Comme l'indique Naomi Klein, dans *No Logo; la tyrannie des marques*, le consommateur n'achète plus un produit selon ses attributs, mais plutôt selon le sens social que possède cette marque ou ce logo, dans la société et dans la vie des individus¹⁵². Jusqu'à la fin des années 1970, le logo de la marque était pour la plupart, sauf la toile monogramme LV, caché sur l'étiquette à l'intérieur du col. « Le cavalier de Ralph Lauren et l'alligator de Lacoste ont quitté les terrains de golf et se répandirent en tous sens dans les rues déplaçant avec détermination le logo sur le devant de la chemise. Ces logos remplissaient la même fonction sociale que le fait de garder l'étiquette du prix sur le vêtement [...] »¹⁵³

Pour Jean Baudrillard : « Tous les objets sont pris dans le compromis fondamental d'avoir à signifier, c'est-à-dire à conférer le sens social, le prestige, sur le mode de l'*otium* et du

¹⁵¹ Frédéric Monneyon, *Sociologie de la mode*, PUF, *Que sais-je?*, 2010, p. 10.

¹⁵² Naomi Klein, *No Logo; la tyrannie des marques*, Leméac, 2001, p. 31

¹⁵³ *Ibid.*, p.54.

jeu-mode archaïque et aristocratique avec lequel cherche à renouer l'idéologie hédoniste de la consommation – et de la morale démocratique de l'effort, du faire et du mérite¹⁵⁴. » Alors il devient impératif de prendre conscience du fait qu'au-delà de l'évidence pratique des objets, se cache une obligation sociale où la consommation d'un objet, ou d'une marque, possède une dimension hiérarchique et distinctive. Ainsi, les grandes marques porteraient en elles la certitude officielle du groupe et de la sanction bourgeoise¹⁵⁵.

Jusqu'à maintenant, ce qu'il a été tenté de faire est de comprendre pourquoi certains objets sont contrefaits. Tout d'abord, les grandes marques du luxe actuel ont été identifiées; leurs origines, leurs spécificités, leur innovation et la place qu'elles occupent dans l'économie. Par la suite, la distinction entre le luxe et la mode a été faite. Pour y arriver, la notion d'individu a été abordée, car sans lui l'idée de la mode ne peut avoir lieu. Et enfin, au cours des dernières décennies la marque a pris une nouvelle signification où celui-ci n'est plus pris en compte pour ses attributs ou sa fonctionnalité, mais pour sa signification symbolique et sociale.

De ces raisons, la phrase précédemment citée : « Le luxe est fondé sur un paradoxe : il faut rendre la marque désirable de tous et inabordable au plus grand nombre, pour quelle reste un signe de distinction, » prend tout son sens. C'est au sein de ce paradoxe que naît l'idée de produire et de distribuer des produits contrefaits.

De l'original à la contrefaçon

Maintenant que les marques et produits susceptibles d'être contrefaits ont été identifiés ainsi que les raisons expliquant pourquoi ils le sont, les thèmes du processus de fabrication et de redistribution de ces produits à l'intérieur de nos sociétés seront abordés. Comme il a déjà été mentionné, le monde actuel se caractérise par la globalisation de ses échanges, tant politiques, économiques qu'humains. Quelle influence ce phénomène peut-il avoir sur la production de contrefaçon?

Jadis la contrefaçon était le résultat d'un processus artisanal, maintenant que la globalisation caractérise l'ensemble des marchés, la contrefaçon s'est industrialisée, et par le

¹⁵⁴ Jean Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, 1979, p.12.

¹⁵⁵ Jean Baudrillard, *Le système des objets*, Gallimard, 1968, p. 23.

fait même, elle s'est grandement perfectionnée. En effet, la contrefaçon a toujours eu lieu; tant dans la Rome antique que dans les nouvelles colonies. La contrefaçon de produits et de procédés est, pour certains auteurs, comme l'apanage des pays affectés par un retard de développement économique et technique. « [...] les processus d'imitation sont l'une des constantes de l'histoire économique, les pays neufs ont sans cesse, depuis la première révolution industrielle, utilisé la reproduction des techniques, des produits, des modèles ou des dessins, comme un des leviers de rattrapage du "retard" qu'ils subissaient dans la maîtrise des techniques et dans la conquête de marchés; [...] »¹⁵⁶.

Bien que ce ne soit qu'aux XVIII^e et XIX^e siècles que la contrefaçon devienne un véritable fléau, une bataille commerciale et sociale¹⁵⁷, elle prend un nouvel essor à la fin des années 1970 avec l'avènement de la globalisation. Comme le mentionne Guilhem Fabre : « La contrefaçon est ici directement ou indirectement liée à la sous-traitance, il apparaît comme un effet boomerang du processus d'internationalisation de la fabrication.¹⁵⁸ »¹⁵⁹

En effet, l'internationalisation de la production des produits manufacturiers, par l'entremise de la délocalisation, la fragmentation de la production et la création de franchises, offre de nouvelles et de plus grandes opportunités aux contrefacteurs actuels¹⁶⁰. Cette stratégie a pour principal objectif de minimiser les coûts de production d'un produit et indirectement élargir le marché sur de nouveau territoire. Quant à elle, la fragmentation de la production consiste en la fabrication de diverses pièces nécessaires à la fabrication d'un même produit. La fabrication de ces pièces se fait généralement par sous-traitance dans différents pays qui ensuite sont redirigés vers un même endroit afin de procéder à leur assemblage. La stratégie derrière cette procédure est, comme dans le cas de la délocalisation, de minimiser les coûts de production.

¹⁵⁶ Bonin, Hybert, 2006, La contrefaçon et les guerres industrielles ; l'Union des fabricants et l'Inpi acteur de la lutte contre la contrefaçon, Droz, p.775

¹⁵⁷ Gérard Béur, et coll., *Fraude, contrefaçon et contrebande de l'Antiquité à nos jours*, Droz, p.13.

¹⁵⁸ Propriété intellectuelle, contrefaçon et innovation; Les multinationales face à l'économie de la connaissance, 2010, Publication de l'Université de Rouen Havre, p. 42.

¹⁵⁹ En 2007, lors d'un discours prononcé dans le cadre d'un projet de loi de lutte contre la contrefaçon, Christine Lagarde, alors ministre française de l'Économie, des Finances et de l'Emploi, parlait de la contrefaçon en ces termes : « La mondialisation de l'économie se double d'une mondialisation de la contrefaçon, qui peut nous laisser craindre une véritable contrefaçon de la mondialisation [...] » Discours disponible sur le site internet suivant http://www.senat.fr/cra/s20070919/s20070919_5.html

¹⁶⁰ Un article sur le site Internet, www.ocnus.net, Female Factory workers; Disparate Life Leads to suicide, dévoilait la production de sac à main Gucci en Chine, où le salaire annuel de ces femmes est inférieur au prix de vente d'un seul article qu'elles fabriquent.

Dans un souci d'élargir son territoire de vente, une entreprise à grande ambition crée des franchises ou des licences de vente¹⁶¹. Mais du même coup, l'entreprise dévoile à ses correspondants, ses fournisseurs et à leurs franchisés l'information nécessaire quant à la fabrication, la présentation de leurs produits et rend accessible leur logo. De cette tendance, les grandes compagnies ont, pour ainsi dire, perdu le contrôle de la production et de l'exclusivité de leur savoir-faire. Laissant ainsi le champ libre aux contrefacteurs. Ces derniers sont généralement ces sous-traitants qui produisent licitement des originaux le jour et font un surplus de production la nuit lequel sera intégré à un marché parallèle¹⁶².

En plus de bénéficier de cette internationalisation de la sous-traitance, pour reprendre le terme de Guilhem Fabre, la contrefaçon bénéficie également des mêmes outils, Caméra miniature, imprimante laser, scanner, disques optiques, etc., des mêmes principes économiques et des mêmes lois internationales concernant l'ouverture des marchés et des frontières que le commerce légitime.

Au total, près d'une soixantaine¹⁶³ de pays dans le monde seraient des pays producteurs de contrefaçon¹⁶⁴. Toutefois, il est à préciser que la production ne repose pas uniquement sur les pays en développement, mais également sur les pays développés, notamment le Canada et les États-Unis, mais surtout l'Italie avec ses nombreux ateliers clandestins. À l'échelle mondiale, la Chine vient en tête de liste dans la production de produits contrefaits. Selon certaines estimations, à elle seule la Chine produirait plus de 70 % de la contrefaçon mondiale¹⁶⁵. Parmi les autres pays producteurs, nous retrouvons la Thaïlande, le Viet Nam, l'Espagne, le Maroc, la Russie, etc.

La distribution

Les années 1990 sont une grande période de changement au plan politique et économique. C'est la chute du mur de Berlin, l'effondrement du communisme, la signature de

¹⁶¹ Moisés Naim, *Le livre noir de l'économie mondiale; Contrebandiers, trafiquants et faussaires*. 2007, Grasset, p.155

¹⁶² B. Monot, *La guerre de la contrefaçon; le grand pillage des marques*, p. 86-87

¹⁶³ B. Monot *La guerre de la contrefaçon; le grand pillage des marques*, p.91

¹⁶⁴ Incluant tous les types de contrefaçon; médicaments, monnaies, pièces mécaniques, vêtements sport, accessoires de mode, maroquinerie, etc.

¹⁶⁵ *Ibid.*, p.94

l'Accord de libre-échange nord-américain (1992) et de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) (1994). De ces traités est née l'ouverture des marchés et des frontières, la mobilité internationale devient de plus en plus facile. Fini le temps où le coût pour voyager était exorbitant, voire inaccessible pour la majorité. Toutefois, ce n'est pas que la démocratie, l'économie néolibérale (le commerce international légitime) et les touristes bénéficient de ces nouveaux réseaux sans frontières. Depuis leur création, ces mêmes réseaux sont empruntés, et cela de façon de plus en plus importante, par différents réseaux de crimes organisés, dont celui de la contrefaçon.

La distribution des produits contrefaits devient complexe et mouvante, facilitée par le transport par conteneur. Il y a annuellement 300 millions de conteneurs qui quittent les différents ports du monde, dont 26 % depuis la Chine uniquement¹⁶⁶. Ces conteneurs empruntent de longs trajets sinueux pour enfin aboutir dans d'autres ports partout dans le monde. Il n'est pas nécessaire de dire que tous ces conteneurs ne sont pas systématiquement vérifiés. Mais, ce qui rend la contrefaçon de plus en plus insaisissable c'est le fait qu'elle utilise des réseaux d'acheminement et de distribution exploitant une panoplie de vecteurs inimaginable. De cette façon, on peut affirmer que, contrairement au commerce légitime, la contrefaçon est créative. Et de plus en plus, les produits contrefaits sont envoyés dans les pays de distribution sous la forme de pièces détachées, ce qui complique la tâche des douaniers¹⁶⁷.

Par ailleurs, les contrefacteurs sont devenus des experts dans l'utilisation de la rupture de charge. Ce procédé consiste à faire transiter la marchandise dans un port tiers entre le pays exportateur et le pays où sera commercialisée cette même marchandise. Parmi ces ports de transition on retrouve, entre autres, le port de Dubaï. Par la suite, les conteneurs de marchandise contrefaite sont redirigés vers la destination finale; le port d'Anvers (Belgique), d'Amsterdam (Pays-Bas), de Hong Kong et différents ports américains.

Entre le moment où la marchandise contrefaite arrive à sa destination finale et le moment où les vendeurs de rue en prennent possession, le parcours de celle-ci demeure assez flou dans la littérature. D'après mes observations lors du travail terrain, les vendeurs font une demande d'achat auprès de certains commerçants d'origine asiatique implantés sur *Canal Street*. Ces commerçants agiraient, bien que cela n'ait pu être confirmé, en tant

¹⁶⁶ M. Levinson, *The Box*; comment le conteneur a changé le monde, p. 438.

¹⁶⁷ Union des fabricants, 2010, *L'impact de la contrefaçon vu par les commerçants français*, p.55

qu'intermédiaire entre le producteur/distributeur et le vendeur de rue. Ainsi, ce dernier entrerait en contact avec le commerçant intermédiaire pour lui fait part de ses besoins en marchandise.

Le vendeur de rue est en quelque sorte un travailleur autonome, il doit payer de sa poche sa propre marchandise. Une fois en possession de la marchandise, il en est l'unique propriétaire et responsable. Elle lui appartient jusqu'à ce qu'il réussisse à la vendre. Selon le témoignage de quelques informateurs, il est pire pour eux, au moment d'une arrestation, de perdre toute leur marchandise plutôt que de payer une amende ou faire des travaux publics. Puisque le rachat de la marchandise représente une somme supérieure à l'amende encourue. Pour un nouveau vendeur, il doit absolument être parrainé par l'un de ses collègues, s'il veut avoir la chance d'entrer en contact avec l'un des commerçants intermédiaires.

Généralement, le vendeur de rue achète une quantité déterminée de marchandise. Cette quantité varie selon le produit vendu; sac à main, montre ou lunette de soleil, mais elle est suffisamment grande pour que celui-ci n'ait pas à s'en procurer quotidiennement. Parallèlement, cette quantité est limitée par les moyens rudimentaires à sa disposition pour la transporter. Ce n'est pas le cas de tous les vendeurs, plusieurs d'entre eux (surtout ceux vendant sur *Canal Street*) se sont réunis afin de louer un mini entrepôt près de leur lieu de travail dans le but d'y déposer leur marchandise une fois la journée terminée plutôt que de la transporter dans les transports en commun. Ce qui leur permet, d'une part de minimiser l'effort physique, mais surtout d'éviter d'éveiller les soupçons quant à leurs pratiques commerciales.

Peu importe si la consommation est un geste de distinction sociale entre les différentes classes ou bien un moyen individuel pour se démarquer ou pour être identifié socialement, l'essentiel demeure. Un objet, peu importe sa forme ou sa fonction, contient en lui une symbolique, un signe social le rendant plus grand que ce qu'il est réellement. Ainsi on peut conclure pour ce qui est de la marchandise que tout produit de luxe ayant en lui inscrit un certain prestige social connu et reconnu, mais surtout recherché par la population est susceptible d'être contrefait. Et c'est cette logique, selon moi, qui importe plutôt que de savoir quels sont les marques et les modèles les plus populaires. Ces derniers sont plus susceptibles de changer que cette logique, qui attribue aux objets une fonction sociale supérieure à ses fonctions esthétiques et mécaniques. Enfin, il est à retenir que la nature de cette marchandise est liée à l'endroit où celle-ci peut être vendue puisqu'elle pourra dans certains cas déterminer

les relations entre différents groupes sociaux. C'est-à-dire que la nature illicite de cette marchandise détermine le lieu où elle sera vendue et par quel type de vendeur elle sera écoulee. Cela vaut aussi pour les relations sociales entretenues entre les différents agents sociaux : les vendeurs, les représentants de l'ordre, la clientèle, les résidents, les commerçants, etc.

Chapitre 6 : Les vendeurs

Les vendeurs de contrefaçon ne sont ni des vendeurs d'assurance ni des vendeurs d'autos. Selon certaines caractéristiques et procédés de ventes, nous pouvons les considérer comme étant un groupe de vendeurs distinct qui marchande des produits spécifiques dans des lieux prédéterminés. Certes, ils partagent des caractéristiques communes, desquelles il est possible de dégager une description sommaire reflétant approximativement ce que peut être un vendeur de contrefaçon à New York. En outre, il y a les relations qu'ils entretiennent, en tant que vendeurs, avec les différents agents sociaux qui les entourent et avec qui ils interagissent. Ils se caractérisent également par leurs motivations, leurs aspirations, leurs désirs et leurs objectifs personnels. Bien que ces objectifs soient différents d'un vendeur à l'autre, ceux-ci empruntent une même ligne directrice marchande qui est celle de l'amélioration des conditions de vie et un possible retour dans leur pays natal.

Ce chapitre présentera un portrait général des vendeurs, en plus des différentes relations sociales entretenues par ce groupe de vendeurs. Dans un premier temps, les relations immédiates seront abordées, celles qu'ils entretiennent entre eux et, dans un second temps, celles entretenues avec leur communauté d'origine. Puis, une description et une analyse seront faites sur la façon qu'ils ont d'aborder la population, les touristes, les clients potentiels. Comment s'adressent-ils aux passants afin de leur offrir leurs marchandises et comment ces derniers réagissent vis-à-vis de ces vendeurs? Enfin suivra une analyse de la relation existante entre ce groupe d'immigrants et les autorités publiques.

L'objectif principal de ce chapitre est de mieux définir le mode de vie des vendeurs de contrefaçon, comprendre comment ils se définissent eux-mêmes et comment ils définissent la situation dans laquelle ils évoluent. De plus, l'objectif est de vérifier si les relations qu'ils entretiennent ont un impact quant à leur maintien dans ce commerce ou si au contraire, elles tendent à les extirper de ce secteur économique. C'est au-delà de cette section que nous pourrons apporter un nouveau regard, celui de l'anthropologie, sur le phénomène de la contrefaçon.

Portrait général

Comme il est mentionné en introduction de ce chapitre, les vendeurs de contrefaçon à New York ne sont pas un groupe d'individus homogène ayant un parcours et des aspirations similaires. Ils représentent davantage un groupe hétérogène où chacun se différencie de l'autre par son attitude vis-à-vis du commerce qu'il pratique et le monde dans lequel il évolue. D'un autre côté, lorsque je côtoyais ces gens, je remarquais quelques similitudes entre eux qui m'amenaient à proposer une description générale de ce groupe.

Le genre et l'âge

Premièrement, la majorité des gens que j'ai côtoyés lors de mon travail terrain étaient des hommes; âgés de 25 et 50 ans. Il y avait très peu de femmes; quelques-unes sur *Canal Street* et une seule à *Battery Park*. Sur plus de deux cents personnes, j'identifiais moins d'une dizaine de femmes. Sans que je n'aie pu valider moi-même cette information en me rendant sur les lieux à plusieurs reprises, une informatrice me racontait que la nuit à *Time Square* il y avait un groupe de femmes qui feraient de la vente de contrefaçon. Selon Lena, vendeuse de contrefaçon depuis dix ans, il est difficile pour une femme de faire ce genre de commerce. Pour sa part, elle m'affirmait avoir de la difficulté à travailler sous la pression policière et trouver également difficile le fait de quitter le matin et sans savoir si elle allait être de retour le soir. De plus, elle disait qu'il pouvait être ardu, pour une femme de se déplacer dans les rues de New York à travers les passants et les automobilistes avec le lot de marchandise.

Pour ce qui est de l'âge, on distingue deux groupes de vendeurs. Il y a « les plus vieux », ceux qui sont à New York depuis le milieu des années 1990. Ceux-là se retrouvent dans tous les lieux de ventes, tant à *South Street* que sur *Canal Street*, bien qu'il y ait certains vendeurs un peu plus âgés qui affirment ne plus avoir la capacité physique de travailler sur *Canal Street*. Ceux-là préfèrent commercer en d'autres lieux moins exigeants physiquement comme c'est le cas sur les abords de l'East River.

Il est à noter qu'un soir en me baladant dans les rues de Greenwich village, dans le sud-ouest de Manhattan, à l'angle de la 7^e avenue et de la 10^e rue, j'ai rencontré un Sénégalais implanté depuis plus de 25 ans en Amérique. Contrairement aux autres Sénégalais que j'avais eu la chance de rencontrer, il ne vendait pas de contrefaçon, mais plutôt des produits typiquement africains qu'il importait directement du Sénégal. En discutant avec lui, j'ai été surpris de constater qu'il possédait sa citoyenneté américaine. Ce qui lui donnait le droit de travailler aux États-Unis. Malheureusement, je n'ai pu connaître les raisons qui lui avaient permis d'obtenir ce droit. Cependant, je faisais un lien entre le fait qu'il était aux États-Unis depuis de nombreuses années et le fait qu'il possédait ce droit. En effet, en 1986, le gouvernement américain votait une loi¹⁶⁸ permettant à tous les immigrants clandestins d'obtenir leur citoyenneté. Avait-il tiré profit d'une telle opportunité?

De l'autre côté, on retrouve un groupe de jeunes vendeurs. Quant à eux, ils ont récemment immigré aux États-Unis, cinq ans tout au plus. Contrairement à leurs aînés, ces jeunes vendent quasi exclusivement sur *Canal Street*. En effet, parmi la quinzaine d'informateurs que j'ai côtoyés et qui provenaient de *South Street Seaport*, deux seulement avaient moins de 30 ans. Ces deux jeunes vendaient des sacs à main, ce qui est particulier puisque de façon générale « les jeunes vendeurs » se spécialisent dans la vente de montres ou de DVD. Ils préfèrent vendre des montres probablement pour leur légèreté et la liberté de mouvement qu'elles offrent. Le vendeur de montres, contrairement au vendeur de sacs à main, n'a pas à traîner un gros équipement. Par contre, cet argument ne peut être valide auprès des vendeurs de DVD puisqu'ils ont à transporter une quantité considérable de marchandise. Toutefois, nous pouvons avancer le fait que la culture du DVD soit généralement associée aux générations plus jeunes. Il est donc possible que ce commerce attire, tant chez les vendeurs que chez les clients, davantage les jeunes que les vieux.

Lieux d'origine

Bien qu'ils soient d'origines différentes et qu'ils s'identifient eux-mêmes d'Ouest-

¹⁶⁸ Il s'agit de l'*Immigration Reform and Control Act of 1986 (IRCA)*. Cette loi fut adoptée afin de contrôler et de décourager l'immigration illégale aux États-Unis. Ses principales dispositions stipulent la légalisation des étrangers sans documents légaux et qui étaient dans cette situation depuis 1982.

africains, la plupart viennent du Sénégal. Il est possible de rencontrer des Maliens le soir sur *Canal Street*, ainsi que des Congolais (Brazzaville), des Guinéens (Conakry) ainsi que des Gambiens. Mais comme je le disais, aucun d'eux ne prendra la peine de spécifier que ce sont surtout des Sénégalais qui font ce commerce, mais plutôt des Ouest-Africains.

Il n'est pas banal de constater que ces vendeurs sont majoritairement des Ouest-Africains puisqu'au cours de mon travail terrain, j'ai constaté qu'à l'ensemble de la ville il existait un lien entre l'origine des immigrants et le secteur de l'économie qu'ils fréquentaient. Un peu plus loin dans cette section, cette question sera abordée plus en profondeur.

Les langues utilisées

Dans la littérature scientifique portant sur les vendeurs sénégalais à New York¹⁶⁹, on les présente comme étant exclusivement des Sénégalais, parlant français et wolof entre eux. Il est vrai, d'après mes observations, ils parleront entre eux wolof, puisque tous les groupes ethniques du Sénégal apprennent cette langue nationale à l'école. Qu'ils soient Peuls ou Soninkés. Par contre, lorsque deux vendeurs discutent entre eux et que l'un d'eux n'est pas apparenté aux ethnies sénégalaises, ou qu'ils ne parlent pas une langue commune, ceux-ci parleront en français ou en anglais, selon les capacités linguistiques de leur interlocuteur.

Lors de ma préparation à mon travail terrain, j'avais pris pour acquis, sachant qu'ils étaient Sénégalais, qu'ils parleraient français, la langue du colonisateur¹⁷⁰. Cependant, je fus surpris de constater que bon nombre d'entre eux ne parlaient ni français ni anglais malgré le fait qu'ils étaient aux États-Unis depuis quelques années. Si bien que j'ai dû renoncer à interviewer plusieurs vendeurs devant notre incapacité à nous comprendre.

Par exemple, un soir je me trouvais à Bryant Park, tout près de la New York Public Library, et je discutais avec Abou. Abou est originaire de Dakar, il est à New York depuis plus

¹⁶⁹ Victoria Ébin, *Les commerçants mourides à Marseille et à New York* 1993; Diouf 2000; Paul R. Paradise, *Trademark counterfeiting, Product Piracy, and the billion dollar threat to the U.S. Economy*, 1999; Donna Perry, *Rural Ideologies and Urban Imaginings: Wolof Immigrants in New York City* 1997; Schmidt di Friedberg et Blion, *Du Sénégal à New York. Quel avenir pour la confrérie mouride*, 2000; Paul Stoller, *Places, And Fields: The Politics of West African Trading in New York City's Informal Economy* 1996; P. Stoller et Jasmin Tahmaseb McConatha, *CityLife West African Communities in New York*, 2001;)

¹⁷⁰ Comme il est mentionné sur le site officiel du gouvernement sénégalais <http://www.gouv.sn/spip.php?rubrique19>, le français demeure jusqu'à ce jour l'unique langue officielle. Le Diola, le Malinké, le Pular, le Sérère, le Soninké et le Wolof sont quant à elles des langues nationales.

de dix ans. Depuis son arrivée, il vend de la contrefaçon. Malgré le fait qu'il soit à New York depuis plus de dix ans, je n'ai pu converser avec lui plus d'une vingtaine de minutes en raison de son incapacité à me parler en anglais ou en français. Lorsque nous discutons, il passait d'une langue à l'autre et parlait sans grande fluidité. Pour ces gens, pour qui il est difficile de parler français ou bien même anglais, l'appartenance à la communauté d'origine est suffisamment forte au point où l'apprentissage de la langue locale ne représente pas une nécessité urgente. Ils n'apprennent que quelques mots relatifs à leur travail et sans plus. L'incapacité de parler la langue locale peut être pour un immigrant un facteur décisif dans sa recherche d'emploi. Il lui sera difficile de comprendre non seulement le discours administratif relié à l'emploi, mais également de comprendre les directives de son patron et d'établir des relations sociales avec ses nouveaux collègues.

La religion

La religion prend une part importante auprès de vendeurs de contrefaçons. Davantage sur *Canal Street* qu'ailleurs, la présence de l'Islam est reconnaissable chez ces vendeurs. En effet, il n'est pas rare de voir s'isoler, le long des rues adjacentes à *Canal Street*, un groupe de vendeurs afin de procéder à différents rituels religieux. Par exemple, au alentour de 17 h, ils se rassemblaient le long d'une rue tranquille, lavaient leur visage ainsi que leurs pieds, puis déroulaient un petit tapis dissimulé à l'intérieur de leur marchandise qu'ils étendaient sur le trottoir. Tout près des commerces.

Toutefois, il est à noter qu'il fut difficile de discuter avec eux du sujet de la religion. À chacune de mes tentatives, ceux-ci semblaient réticents à aborder le sujet, soit ils me répondaient abruptement qu'ils ne faisaient pas ce commerce afin de financer la religion ou bien lorsque je leur parlais du mouridisme¹⁷¹, je n'arrivais pas à me faire comprendre. Un soir, j'ai demandé à Ousman la relation qu'il entretenait avec la religion et il me répondit :

¹⁷¹ Le Mouridisme est fondé au début du XX^e siècle sous l'influence du Cheik Amadou Bamba. Le Mouridisme assimile l'islam et la culture Wolof. Cette confrérie musulmane a pris naissance sous le contrôle colonial français. Elle s'est d'abord implantée dans la campagne sénégalaise, pour ensuite s'étendre à l'ensemble des grandes villes du monde. Le concept clé de cette confrérie est le travail et sa capacité d'adaptation économique. Au fil de son développement, elle est partie de sa campagne sénégalaise pour trouver du travail dans les centres urbains d'Afrique, puis de l'Occident. Maintenant, on retrouve des dahira (association religieuse dans les villes d'immigration) dans toutes les grandes villes du monde. Ainsi, elle a tissé des réseaux économiques à l'ensemble de ces villes. (Diouf 2000, Bava 2004)

Les gens mélangent la religion et la culture. Comme on voit à la TV des musulmans qui tuent des gens avec des bombes, ce n'est pas la religion qui leur dit de faire cela. La religion dit, si tu vas à la guerre, tu ne dois pas tuer les enfants et les femmes. Mais il y a des pays musulmans avec leurs bombes, ils n'y pensent pas, mais ils tuent des enfants et des femmes. Ce n'est pas dans leur religion, c'est dans leur culture. Pour les Ouest-Africains, ce n'est pas dans leur religion de faire du commerce, mais dans leur culture.

Pour sa part, Lena m'expliquait qu'elle ne faisait pas ce travail afin de financer la religion et ce n'est ni la religion qui lui dicte de faire ce travail. Par contre, elle dit que la religion l'aide à faire ce qu'elle fait, car elle lui donne espoir qu'un jour tout ira mieux pour elle et ses enfants restés en Afrique.

Leur statut d'immigrant

En plus d'être exclusivement des Ouest-Africains, les vendeurs de contrefaçons possèdent presque tous le même statut d'immigrant. Ils sont généralement des immigrants illégaux n'ayant pas le droit de séjour aux États-Unis, ni le droit de travailler, ni le droit de résider. Ils sont en sol américain clandestinement, sans services sociaux et sans protection. Cette situation sociale est commune à bon nombre de vendeurs de contrefaçon.

Il n'y a que quelques individus qui possèdent un statut légal, mais qui sont dans l'impossibilité de se trouver un autre emploi. Par exemple, Ousman possède sa citoyenneté américaine. À son arrivée à New York, il a occupé un emploi dans le secteur de la construction. Après quelques années à travailler durement et à épargner de l'argent, il a ouvert une boutique dans laquelle il confectionnait des vêtements de mode. Pendant plusieurs années, son commerce a bien fonctionné jusqu'aux jours où les gens ont cessé de fréquenter son magasin. Selon lui, c'est la crise financière de 2008-2009 qui aurait mis un terme à son commerce, car la population n'aurait plus eu suffisamment d'argent pour se procurer ses vêtements. Après avoir fermé son commerce et épuisé ses économies, Ousman est venu vendre de la contrefaçon dans le quartier chinois, le temps que ses affaires reprennent.

Lorsque je demandais à mes informateurs pourquoi ils faisaient ce commerce illégal, ils me donnaient la raison de leur statut d'immigrant. Selon eux, ils faisaient la vente de

contrefaçon parce qu'ils n'avaient pas, en tant qu'immigrants clandestins, la possibilité d'occuper un autre genre d'emploi. En effet, comme ils ne possèdent pas la citoyenneté américaine et qu'ils sont aux États-Unis clandestinement, ils ne peuvent pas, en théorie¹⁷², travailler pour un employeur dans le secteur formel de l'économie américaine.

Contrairement aux vendeurs ambulants¹⁷³ que l'on retrouve le long des grandes artères, les vendeurs de contrefaçon n'ont pas l'obligation de posséder un permis de vente. Afin de pouvoir vendre à leur kiosque, les vendeurs ambulants doivent posséder une licence. Cette licence émise par les autorités municipales leur assure d'être en règle et les éloigne de la surveillance policière. Ce qui n'est pas le cas pour les vendeurs de contrefaçon. Parmi les vendeurs ambulants, on retrouve principalement des Mauritanien, des Portoricain et des Maghrébin.

Ceux qui sont aujourd'hui vendeurs de contrefaçons étaient, avant leur départ pour l'Amérique, des commerçants respectés et respectables. Ils étaient marchands de livres, marchands d'art, vendeurs de chaussures ou vendeurs de vêtements. Ils étaient tous commerçants. Pour certains informateurs, il n'est pas surprenant de retrouver une forte propension à commercer chez les Ouest-Africain, car les pays d'Afrique française auraient tous le même problème, celui des emplois mal rémunérés. De ce fait, il n'y aurait jamais vraiment eu de bons emplois en Afrique de l'Ouest. Alors, si tous voulaient survivre, ils devaient prendre part au commerce informel de leur pays.

Par contre à leur arrivée aux États-Unis, des Sénégalais ont eu la chance, le temps que devait durer leur visa, d'occuper un emploi dans le secteur formel. Certains ont été commis de chambre dans un hôtel, d'autres ont lavé la vaisselle dans un restaurant. D'autres ont eu plus de chance et se sont trouvés un emploi mieux rémunéré dans le domaine de la construction et même dans le domaine manufacturier. Malheureusement, ces emplois n'ont duré que le temps de leur visa. En effet, la plupart des gens que j'ai rencontrés avaient pénétré aux États-Unis avec en poche un visa temporaire de trois mois.

Contrairement aux Sénégalais qui immigrent dans les pays méditerranéens, il est quasi impossible pour un Africain d'entrer aux États-Unis clandestinement. Comme le mentionne

¹⁷² Nous verrons plus loin qu'il est possible pour un immigrant clandestin de travailler pour un employeur du secteur formel.

¹⁷³ Nous aborderons le thème des vendeurs ambulants dans la sous-section *Vendeurs ambulants Vs Vendeurs de contrefaçons*.

Oumar Ba, il existe un marché florissant d'immigrants clandestins en route vers l'Espagne. Ils embarquent sur des pirogues longues à Dakar et quittent le Sénégal vers les Îles Canaries pour enfin accoster clandestinement sur les côtes espagnoles où les attendent des compatriotes¹⁷⁴. Cette façon de pénétrer les frontières américaines est possible pour les Cubains ou autres antillais, mais demeure quasi impossible pour les Africains dus à leur positionnement géographique. Donc, leur seul moyen de pénétrer les États-Unis est par l'obtention d'un visa temporaire de trois mois. Lequel leur permet de rentrer légalement en Amérique et, par la suite y demeurer clandestinement.

Même temporaire, un visa pour les États-Unis représente pour un Africain la possibilité de quitter de façon permanente son pays d'origine. Par exemple, Boubacar avait pour projet d'émigrer au Canada. Par contre, comme il est plus difficile, selon lui, d'émigrer au Canada qu'aux États-Unis, il a choisi ce dernier. En effet, comme le mentionnent Duncan et Waldorf¹⁷⁵, les États-Unis sont l'un des pays parmi les pays d'immigration les plus populaires et où les politiques d'immigration sont les plus amicales. Ainsi, il est relativement facile d'immigrer, par contre très peu de soutien est offert quant à l'intégration¹⁷⁶. Pour Boubacar, l'objectif premier était de quitter de façon permanente son pays d'origine. Ainsi, il a profité de l'obtention d'un visa temporaire de trois mois pour venir s'installer en Amérique. Par contre, il savait très bien en quittant son pays qu'il y resterait plus longtemps que la date inscrite sur son visa.

Pour ces Sénégalais, l'important était de quitter leur pays qui faisait, et qui fait encore, face à une situation économique désastreuse. « En me lançant dans la migration clandestine, j'ai 50 % de chance de mourir dans le désert ou dans l'océan et 50 % d'atteindre mon objectif. Or en restant au pays, je suis presque sûr à 100 % de mourir à petit feu.¹⁷⁷ » (Ba et Ndaiye, 2008). Ainsi, ils ne se soucient guère du statut d'immigrant qui leur sera accolé. De telle sorte que Papa, immigrant illégal, ne pense pas un jour avoir droit à ses papiers d'immigration. Et à vrai dire, il ne s'en préoccupe pas vraiment. Il dit même être bien dans ce qu'il fait. C'est de cette façon que des milliers d'immigrants, voire des millions, transforment volontairement

¹⁷⁴ Ba, Cheik Oumar, et Alfred Iniss Ndiaye, *L'émigration clandestine sénégalaise*, 2008, REVUE Asylon(s), no.3, Migrations et Sénégal, <http://www.reseauterra.eu/article717.html>

¹⁷⁵ Natasha T. Duncan et Brigitte S. Waldorf, *Becoming a U.S. Citizen : Th rôle of Immigrant Enclave*, 2009

¹⁷⁶ *Ibid.*, p.6.

¹⁷⁷ *L'émigration clandestine sénégalaise*,

quelque chose de temporaire en quelque chose de permanent, même si cela est illégal ou clandestin.

D'un visa temporaire à un emploi permanent

Comme nous venons de le voir, la majorité des vendeurs de contrefaçon étaient avant leur départ des commerçants de toute sorte, des habitués au commerce de la petite débrouille où chacun devait survivre. Et si on se souvient bien, l'un des objectifs de ce présent travail était de mieux comprendre pourquoi un groupe d'immigrants en est venu à contrôler un secteur illégal de l'économie de leur pays hôte.

La question est de savoir pourquoi les Sénégalais se concentrent dans ce genre de commerce et pourquoi ne retrouvons-nous pas d'autre nationalité, ou sinon très peu? La réponse à cette question se retrouve en partie dans l'adage bien connu, « Médecin de père en fils ». C'est-à-dire que les Sénégalais en sont venus à contrôler ce commerce à force d'y recommander leurs compatriotes. Et petit à petit, se sont ajoutées d'autres nationalités proches des Sénégalais, soit des Maliens, des Guinéens et des Gambiens.

À l'instar du concept de niche écologique utilisé en écologie, la vente de contrefaçon peut dans une certaine mesure être définie comme étant une niche économique occupée par les immigrants sénégalais et leurs voisins. En écologie, on utilise le terme de niche écologique afin d'identifier la place qu'occupe une espèce dans l'écosystème. Toutefois, il ne faut pas confondre niche écologique et habitat. Le terme de niche écologique réfère non seulement à l'aspect physique de l'habitat, mais aussi au rôle joué par une espèce dans cet habitat. La niche écologique fait référence à l'ensemble des facteurs (climat, altitude, courant marin, etc.) et des ressources (généralement de la nourriture) d'un milieu spécifique permettant à une espèce de survivre et de se reproduire dans ce même milieu.

Transposés à l'économie, nous pouvons identifier pour chacun des groupes vivant dans un même milieu une niche économique, où chaque groupe occupe une sphère de l'économie qui lui est propre. L'occupation de cette sphère se détermine selon un ensemble de facteurs; capital humain et symbolique relatif au groupe, contexte socioéconomique à leur arrivée, relations qu'entretient ce groupe avec d'autres agents sociaux, etc.. C'est par la niche économique que nous pouvons, avec variations et nuances, déterminer dans quelles sphères de

l'économie un individu va se réfugier. Par exemple, aux États-Unis un Européen aura plus de chance d'occuper de hautes fonctions dans une entreprise quelconque qu'un Africain ou un Latino-Américain. Toutefois, il ne faut pas y voir dans ce concept un déterminisme absolu, mais simplement un instrument de probabilité.

Dans les sciences sociales, nous abordons généralement le concept de niche économique à travers celui de l'économie ethnique¹⁷⁸ ou d'enclave ethnique¹⁷⁹. Dans un premier temps, Ivan Light définissait l'économie ethnique comme étant l'ensemble de travailleurs autonomes, d'employeurs, les membres de leur famille et leurs employés d'une même ethnie¹⁸⁰. Par la suite, il l'a définie comme étant le contrôle d'un secteur de l'économie par un groupe ethnique. Ce secteur de l'économie peut aussi bien être formel qu'informel, légal ou illégal.

Le contrôle d'un secteur de l'économie par un groupe ethnique s'explique quant à lui par un effet involontaire à la suite d'une série de décisions d'embauche. Par exemple, si l'embauche se fait par référence aux amis, aux proches, aux membres de la famille et aux voisins, ceux-ci ont de fortes chances d'appartenir au même groupe ethnique¹⁸¹. Comme l'ont démontré Wilson et Portes dans leur article portant sur l'enclave ethnique chez les immigrants cubains à Miami, les nouveaux arrivants ont l'habitude d'être engagés ou recommandés par des membres de leur communauté d'origine. Cette première embauche dans un secteur de l'économie en particulier offre à ces nouveaux arrivants l'opportunité d'apprendre le métier et par la suite de quitter cet emploi afin de devenir travailleur autonome, mais toujours dans ce même secteur¹⁸².

À la lumière de ces informations, comment pouvons-nous aborder la vente de contrefaçon contrôlée par les immigrants sénégalais? Tout d'abord en définissant comment la vente de contrefaçon peut représenter une niche économique pour les immigrants sénégalais en y déterminant quels pourraient être les facteurs qui ont poussé ce groupe d'individus à s'y

¹⁷⁸ Ivan Light et Steven J. Gold, *Ethnic economies*, 2000; *The ethnic economy* dans Neil Smelser et Richard Swedberg, *Handbook of Economic Sociology*, 2004.

¹⁷⁹ Kenneth L. Wilson et Alejandro Portes, *Immigrant Enclaves : Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami*, 1980; Roger Waldinger, *Le débat sur l'enclave ethnique : revue critique*, 1993; John R. Logan et coll., *Immigrant enclaves and ethnic communities in New York and Los Angeles*, 2002; Min Zhou et John R. Logan, *Returns on Human Capital in Ethnic Enclave : New York city's Chinatown*, 1989

¹⁸⁰ *The ethnic economy*, 2004, p.650.

¹⁸¹ *Ibid.*, p.651

¹⁸² *Immigrant Enclaves : Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami*, p.315.

installer.

Premièrement, comme nous l'avons vu dans le chapitre 3 portant sur le contexte dans lequel les Sénégalais ont immigré aux États-Unis, les Sénégalais sont arrivés au début des années 1980. Par la suite, se sont ajoutés, au début des années 1990, les Maliens, les Guinéens, les Nigériens et les Burkinabés. Soutenus par un pouvoir financier considérable provenant des Mourides, les Sénégalais sont rapidement devenus l'aristocratie des marchands ouest-africains à New York¹⁸³. En plus du support financier, les Sénégalais ont bénéficié du fait que ce commerce était libre à leur arrivée. Contrairement à leurs compatriotes ouest-africains pour qui le marché n'était plus libre à leur arrivée une décennie plus tard.

Au début de mon travail terrain, lorsque je demandais à mes nouveaux informateurs comment ils en étaient venus à faire ce boulot, bon nombre d'entre eux disaient connaître des amis qui faisaient ce commerce. En effet, il est connu à l'intérieur de la communauté sénégalaise qu'il existe ce commerce et qu'il est contrôlé par des compatriotes. Un jour j'étais assis avec Diouf, je lui demandais pourquoi tant de Sénégalais à New York, et ailleurs dans le monde, travaillent-ils dans la contrefaçon. À part de ne pas posséder de papiers légaux, il me dit ne pas savoir pourquoi ce sont des Sénégalais qui font ce commerce, mais affirme qu'il y en avait depuis son arrivée, il y a 15 ans.

- Mais pourquoi ce sont des Sénégalais et pas des Congolais?
- Je ne sais pas pourquoi les premiers ont été des Sénégalais, mais si aujourd'hui ce sont des Sénégalais et pas des Congolais, c'est dû au fait que lorsque nous arrivons dans un nouveau pays, nous sommes portés à aller vers les gens de la même race que nous. Alors, ils nous prennent en charge et nous présentent à des gens, nous trouvent un travail. Nous (les Sénégalais) c'est la contrefaçon. Alors, si un Congolais ne vend pas de contrefaçon c'est parce que ceux qui étaient là avant lui ne vendaient pas de contrefaçon.

(Entretien avec Diouf datant du 19 août 2010)

À la suite de ce commentaire, nous pouvons comprendre que l'exploitation d'une niche économique par un groupe d'immigrants se fait selon une chaîne de contacts tissée entre un groupe d'habitues et les nouveaux arrivants d'une même communauté. Au-delà du fait que ces

¹⁸³ P. Stoller et Tahmaseb McConotha, 2001, p.234.

nouveaux vendeurs doivent être recommandés par l'un de leurs pairs auprès des fournisseurs, rien ne démontre que ceux-ci doivent payer une taxe ou une dette à leur parrain.

Dans le même sens, un informateur me disait qu'il est venu vendre sur *Canal Street* après que des membres de sa famille l'aient invité à venir travailler avec eux. Pour certains c'est la famille qui les présentent et pour autres ce sont des amis. À son arrivée à New York, Bamako s'est installé dans le Bronx chez quelques amis. Un soir, ses amis sortent pour venir vendre dans la rue, il les suit et depuis plus d'un an, il vend de la contrefaçon sur *Canal Street*. Avant de s'installer à New York, Bamako a fait un séjour à Hong Kong où il a été vendeur, sans toutefois vendre de la contrefaçon. Selon lui, la vente de contrefaçon à Hong Kong était contrôlée par des immigrants nigériens.

Enfin comme le mentionnait Duncan et Waldorf, dans leur article *Becoming a U.S. Citizen : The Role of Immigrant Enclave*, plus la taille de l'enclave est grande, plus elle offre un soutien et des opportunités au sein de la communauté, et par conséquent, plus elle réduit le besoin de profiter des avantages associés à la citoyenneté. Inversement, plus cette communauté est dans son ensemble bien intégrée à la société d'accueil, plus elle augmente la propension des immigrants à choisir la citoyenneté¹⁸⁴.

L'économie ethnique ou la niche écologique reflète l'étroite relation existante entre l'appartenance à la communauté d'origine et l'intégration de ces gens au monde du travail. Dans un premier temps, l'économie ethnique pallie parfois le manque d'alternatives économiques offertes aux immigrants. Par contre, elle peut dans un second temps combler un déficit de capital humain (manque d'éducation, mauvaise connaissance de la langue locale, peu d'expérience de travail, statut d'immigrant, etc.) relatif à l'ensemble de la communauté.

Ainsi, en tentant de combler un manque de capacité à l'emploi, l'économie ethnique en vient à long terme à développer certains manques en une valeur réelle. Par exemple, elle offre un premier emploi, des contacts à des gens qui au moment de l'embauche n'en possédaient pas. Ce qui devait être temporaire devient permanent. De cette façon, l'immigrant a su convertir son manque de connaissance de la langue locale, son statut d'immigrant illégal, son manque d'expérience de travail en une stratégie de survie dans laquelle il a su établir des liens de coopération avec sa communauté d'origine.

¹⁸⁴ Duncan et Waldorf, p.7.

Leurs aspirations, leurs désillusions

*La contrefaçon est le fait de personnes de mauvaise foi qui ont délibérément choisi de copier les inventions ou les produits d'autrui de façon industrielle ou artisanale quoiqu'il puisse arriver.*¹⁸⁵

La définition que fait Patrick Brunot de la contrefaçon laisse présager que ces vendeurs de rues font ce commerce par choix individuel et rationnel. De plus, cette définition sous-tend qu'il y a quelque chose de permanent dans ce geste. Choisir signifie que nous procédions à la comparaison entre différents éléments. La prise de décision dans ce cas-ci représente un jugement favorable envers un de ces éléments comparés. Ainsi, il est peu probable que cette décision devienne invalide ou caduque à court terme. Il y a donc dans le fait de choisir un rapport au temps qui suppose la continuité, la durabilité de notre geste.

C'est donc nier le fait que les vendeurs de contrefaçons puissent avoir d'autres aspirations en Amérique que celles d'exercer un commerce illicite. Cette approche passe complètement à côté du fait que ces immigrants sont venus aux États-Unis avec une multitude d'aspirations sociales et économiques, qu'ils possèdent des objectifs de vie hors de l'illégalité. Le travail terrain m'a permis d'identifier certaines de ces raisons, de ces objectifs à atteindre en venant en Amérique et de comprendre les désillusions qu'ils auront acquises au moment de songer à leur retour en Afrique.

Lundi 9 août 2010, je discute avec Moustapha, il est Congolais et a quitté son pays en raison de la guerre. Pendant que je le questionne sur l'Afrique, il me rapporte les motivations qui l'ont amené en Amérique. Il m'explique qu'il est venu aux États-Unis dans l'intention d'avoir une vie meilleure, avoir de l'argent, une maison, fonder une famille. Cependant, il affirme, en tant qu'Africain, que l'Amérique est plus belle de l'extérieur que de l'intérieur. Il ne croyait pas avant son arrivée trouver le rêve américain aussi difficile.

La situation de Moustapha résume bien celle d'une majorité de gens qui ont fui leur pays dans l'intention de trouver mieux. L'Amérique représentait pour eux un nouveau départ.

¹⁸⁵ Patrick Brunot, *La contrefaçon*, 1986, p.58.

Par exemple, Léna, Malienne, quitte son pays natal à la suite du décès de son mari. Se retrouvant veuve, mère de deux enfants et dans l'impossibilité de se trouver un travail. Elle part seule pour l'Amérique croyant avoir plus de chance de trouver un emploi. Ainsi, elle laisse derrière elle ses deux enfants aux bons soins de sa mère. Il s'est écoulé dix années depuis son arrivée et elle n'a toujours pas revu ses deux enfants qui ont actuellement 12 et 14 ans.

Maintenant, elle vit seule avec son troisième enfant, né à New York. Comme elle n'obtient pas le droit à la citoyenneté américaine, elle se voit forcée d'intégrer le marché de la contrefaçon. Depuis les dix dernières années passées aux États-Unis, elle ne cesse de travailler sur son dossier d'immigrante afin d'y obtenir sa citoyenneté et ultimement avoir la chance de suivre une formation en soins infirmiers. Son objectif; prendre soin des gens malades. Léna trouve difficiles ses conditions de vie en Amérique, mais le pire pour elle est de demeurer loin de ses deux enfants. Elle garde espoir et croit qu'un jour le gouvernement américain lui accordera sa citoyenneté. Ce qui lui permettra d'accomplir ses rêves; celui de devenir infirmière et celui de retrouver ces enfants.

Certes, il y a des vendeurs qui font ce travail et pour qui ça les arrange, qu'ils en tirent avantage. Pour ces gens, la source de motivations réside dans le caractère autonome de leur emploi; être son propre patron. En plus de cette liberté d'emploi, certains vendeurs préfèrent la liberté que leur offre l'extérieur comparativement au milieu étroit de leurs emplois précédents. Comme me le racontaient Ousman et Diakou, ils ont la liberté de travailler à l'heure qu'ils veulent et quand ils le veulent. Pour Diakou, la semaine se termine quand l'argent est là. Selon lui, il est possible de récolter entre 100 et 150 \$ par jour à vendre dans la rue. Si, exceptionnellement, il vend plus qu'à l'habitude, il arrête de travailler et revient la semaine d'après. Il ne dit pas vouloir tant d'argent, bien qu'il me semble en démontrer un grand intérêt.

D'un autre côté, il y a des vendeurs qui font ce travail en l'absence d'autres occasions. Ils le font devant l'incapacité de faire autre chose. Pour eux, il est préférable de faire ce travail, sachant qu'il est illégal, que de ne pas travailler et ne pas avoir les moyens de payer les comptes. Pour ceux-là, la vente dans la rue demeure quelque chose de temporaire, ils souhaitent trouver un travail plus décent. Diouf, pour sa part, est épuisé de faire ce travail, c'est pourquoi depuis quelques mois, il consacre ses mardis et mercredis à la recherche d'un emploi. Diouf est un vendeur de contrefaçon par intermittence, il alterne entre des emplois conventionnels et la vente de contrefaçon. Lorsque je l'ai rencontré, il était à nouveau dans le

domaine de la contrefaçon depuis près de huit mois. Avant ça, il travaillait dans un magasin de vêtement près de Wall Street. Comme Diouf ne possède pas la citoyenneté américaine ni le droit d'y travailler, il n'aura jamais la possibilité de posséder un emploi formel, légal, enregistré auprès du gouvernement. Par contre, il n'est pas rare qu'un employeur œuvrant dans le secteur formel emploie un immigrant clandestin afin de s'éviter quelques frais. Ainsi, son appartenance à l'informel est en lien à son statut plutôt qu'à l'emploi. L'objectif de Diouf en travaillant dans un commerce de Wall Street est de cumuler suffisamment d'argent afin de planifier un retour définitif au Sénégal. Cependant, lorsqu'il a perdu cet emploi il a également perdu ses économies. Il a dû, pour cette raison, revenir à la contrefaçon et mettre temporairement son projet de retour sur la glace.

L'objectif ultime de ces gens est de retourner en Afrique, ou du moins avoir le loisir d'y séjourner quand ils le veulent. Pour la majorité d'entre eux, leur histoire aux États-Unis est un échec, le retour à la terre natale sera pour eux le dernier voyage. Par exemple, Boubacar me racontait que s'il avait su ce qui l'attendait en Amérique il ne serait pas venu. Pour d'autres, sans même souhaiter un retour définitif dans le pays natal, ils aimeraient ne plus avoir cette sensation d'emprisonnement aux États-Unis et avoir la chance de retourner en Afrique quand bon leur semble. Pour ces gens-là, ils aimeraient se construire une maison et y loger leur famille. Pour Bamako et Léna le retour au pays signifierait un rapprochement auprès de leurs enfants respectifs laissés derrière eux à leur départ.

Leur propre regard sur la contrefaçon

L'une des particularités de l'anthropologie au sein des sciences sociales, outre le travail terrain, est son désir de retranscrire la perception qu'ont les sujets sur leur propre réalité et leur propre mode de vie. Suivant ce principe, voici ce que représente, pour certains vendeurs, la vente de contrefaçon.

Simplement, ce commerce représente pour ces immigrants leur survie en Amérique et, peut-être même par le transfert d'économie, celle de leur famille restée en Afrique. De façon plus concrète, la vente de contrefaçon représente un domaine de vente où les Américains, encore une fois, tentent de protéger les riches de leurs monopoles en sanctionnant les pauvres. Selon certaines données, le marché mondial de la contrefaçon représente une perte nette de

plus de 700 millions de dollars annuellement. Argent qui est directement détourné des coffres de grosses compagnies. Malgré qu'il soit difficile d'identifier une clientèle cible de ces produits, nous pouvons déduire que la clientèle n'est généralement pas en moyen de se procurer les originaux. Donc, la clientèle peut représenter un ensemble d'individus ne faisant pas parti des gens les plus riches. Selon cette logique, la vente de contrefaçon constitue une redistribution de la richesse des riches vers les pauvres.

Pour Diouf, s'ils sont là à vendre de la copie, c'est une question politique. Selon lui, il n'y a plus aux États-Unis, depuis le 11 septembre 2001, autant d'emplois qu'auparavant, et les touristes achètent moins. Il ajoute : « Les riches veulent faire de l'argent en exploitant l'Afrique, mais ils n'acceptent pas que les pauvres fassent de l'argent à leurs dépens. C'est pour cela que la police ne nous laisse pas vendre de la copie ».

Dans cette optique, Ousman et Moustapha m'expliquaient que, parfois, ils avaient cette impression de démocratiser la consommation d'objets de luxe, généralement réservés aux riches. Selon Moustapha : « La vente de la copie est illégale, car la politique protège les gens riches, ces gens qui ont de grosses entreprises et qui peuvent se payer des montes à 25 000 \$ ».

Pour Ousman :

La vente de contrefaçon est illégale afin de protéger les grandes compagnies. Les gens riches qui ont de l'argent, ceux qui créent des compagnies et vendent leurs produits 2-3000 \$. C'est d'autres gens riches qui les achètent et font de la publicité en les portant. D'autres, moins riches, les voient et veulent s'en acheter, mais ils n'ont pas les moyens.

Ainsi, en offrant à ces derniers la copie de produits issus du luxe, la vente de contrefaçon aurait pour effet de démocratiser la consommation en offrant aux pauvres la possibilité de se procurer les mêmes produits que les gens riches. Selon Ousman, les riches cherchent à séparer le monde en classe, tandis que lui cherche à l'égaliser en offrant à tous les mêmes produits.

Lorsqu'il a commencé à vendre de la contrefaçon, Ousman se sentait mal de faire ce travail, car il ne trouvait pas ça logique. Mais à y réfléchir, il a perçu différemment ce qu'il faisait et il est allé chercher une certaine légitimité à le faire. Selon lui, les vendeurs de contrefaçon ne mentent pas à leur clientèle, car selon le prix et le lieu de vente, les clients

achètent en connaissance de cause et savent que les produits qu'ils achètent ne sont que des copies. Par contre, ce qu'il trouve le plus déplorable, c'est de savoir que des magasins autorisés à vendre des originaux vendent de la copie au même prix que les originaux afin de faire plus de profit. Pour Ousman, les vrais criminels ce sont ces commerçants et pas les vendeurs de contrefaçon.

À aucun moment, en discutent avec eux, je n'ai senti que ces vendeurs étaient dans une situation où ils bénéficiaient de façon consciente du labeur d'un autre quoi qu'il puisse arriver. S'ils en avaient la chance, chacun d'eux ferait autre chose. Devant rien, on ne prend que ce qu'il reste. Ils ne sont pas en Amérique dans l'espoir de profiter de qui que ce soit, mais plutôt pour survivre et aider leur famille demeurée en Afrique.

La relation entre les vendeurs et leur communauté

Une même famille

Comme l'énonçait Sombart au début du XXe siècle, dans *Economic life in the modern age*, l'économie capitaliste se caractérise par trois principes clés; l'acquisition, la compétition et la rationalité¹⁸⁶. Pour ce qui est des vendeurs de contrefaçon, la compétition n'est certainement pas le principe qui les caractérise le plus. Comme eux-mêmes l'identifiaient, il n'existe pas en Amérique, à l'instar du continent africain, ce sentiment de fraternité entre les citoyens. Au contraire, c'est cette fraternité, ce sentiment d'appartenance à leur communauté d'origine qui caractérise davantage la relation entre les vendeurs eux-mêmes et leur communauté d'origine. Malgré le fait qu'ils soient tous indépendants les uns des autres, des travailleurs autonomes en quelque sorte, il n'existe entre eux aucune compétition. En revanche, ils interagissent entre eux comme étant des membres d'une même famille. C'est principalement ce lien familial entretenu entre eux d'une part et avec le reste de leur communauté de l'autre, qui fait en sorte qu'aujourd'hui ils contrôlent cette niche économique et qui éloigne d'eux toute forme de compétition. Comme le mentionne Paul Stoller, dans *City Life*, le degré d'adaptation pour un immigrant ouest-africain résulte de ses capacités culturelles aussi bien que de son habileté à utiliser comme support les ressources fournies, sous différentes formes, par la

¹⁸⁶ Werner Sombart, *Economic Life in Modern Age*, 2001, p.6.

communauté ouest-africaine¹⁸⁷.

Tout d'abord, il est évident à les observer qu'il n'existe aucune compétition entre les vendeurs eux-mêmes, ils interagissaient entre eux sous une base fraternelle plutôt que compétitive. Ils discutent largement tous ensemble, en dépit du fait qu'ils sont là pour le commerce et non pour leur vie sociale. Il existe entre les vendeurs de contrefaçon une relation amicale nullement orientée d'un point de vue économique comme c'est normalement le cas dans l'économie formelle. Ce à quoi nous sommes habitués, c'est au caractère économique de nos relations de travail. Toutefois, dans le cas des Sénégalais vendant de la contrefaçon, le lien qui les unit se présente sous une forme sociale plutôt qu'économique.

Cette relation s'observe par la multitude d'échange non économique qu'ils ont entre eux, mais aussi par la nature des liens économiques lorsqu'ils en ont. Dans les relations économiques qu'ils entretiennent entre eux, ils développent énormément la notion d'entraide. Il m'est arrivé à plusieurs reprises de constater qu'il existait, bien que pas obligatoire, un système de redistribution des revenus entre collègues qui ont participé à une même vente. Par exemple, je me trouvais assis au milieu d'un groupe de vendeurs dans une petite rue adjacente à *Canal Street*. Une automobile s'arrête devant eux, le jeune homme s'adresse à l'un d'eux afin d'acheter une montre. Un premier vendeur se lève, présente les modèles qu'il a en sa possession, mais aucun ne satisfait le jeune homme. Devant son incapacité à offrir au client ce qu'il veut, le vendeur demande à l'un de ses collègues de venir avec sa marchandise. Ainsi, le second vendeur présente à son tour les modèles qu'il possède. Par chance, le client trouve ce qu'il cherche et paie le vendeur. Par la suite, le vendeur qui a finalisé la vente se rend dans une petite boutique au coin de la rue, revient et tend un billet de cinq dollars à celui qui s'est levé le premier et qui lui a permis de faire une vente.

Comme me l'expliquait Diakou : « Nous sommes tous une grande famille. Si tu achètes de Momar, tu achètes de moi, c'est la même affaire, nous sommes une grande famille ». Effectivement, ils sont tous une grande famille et ne cherchent pas à posséder, à l'instar de leurs nouveaux concitoyens, un maximum de biens et de capitaux.

Dans ce même esprit familial, Abdoulaye me racontait que, afin de faire face au coût de la vie et de survivre à New York, les vendeurs sénégalais avaient pour habitude de se

¹⁸⁷ P. Stoller et Tahmaseb McConotha, 2001, p.654

partager un même appartement. Ainsi, Abdoulaye habitait dans un appartement quatre pièces en compagnie de trois autres de ces collègues. La situation est similaire dans le cas de Bamako, souvenez-vous, ils vendaient de la contrefaçon depuis que des amis qui l'hébergeait l'avaient initié à la pratique.

Attachés à leur communauté d'origine

Ce sentiment de fraternité entre les vendeurs se transforme en sentiment d'appartenance et d'entraide envers la communauté d'origine en général. Ousman et Léna me faisaient part de l'importance de l'entraide qui régnait au sein de la communauté africaine à New York. En soi, l'action de migrer aux États-Unis est pour eux un geste de solidarité et d'entraide. Qu'ils soient Sénégalais ou Maliens, ils sont tous des immigrants africains et les conditions de vie dans lesquelles vivent leurs familles demeurées dans leur pays natal sont les mêmes. Et l'importance que reflète la communauté d'origine pour ces vendeurs est également la même.

Il est bien de le rappeler que ces gens, pour la plupart des Sénégalais, sont venus en Amérique en quittant un pays qui pouvait à peine leur offrir le nécessaire. Même si de plus en plus, les liens familiaux s'effritent dans ces pays, l'immigration ne constitue pas un choix individuel ou égoïste. Pour bon nombre de ces immigrants, la décision a été prise sous une base familiale.

Ces vendeurs ont quitté leur pays dû à de mauvaises conditions de vie, par manque de travail, par manque d'opportunités, par manque de ressources, etc. Ces gens n'ont pas quitté leur pays afin d'assouvir leur désir d'exotisme, de dépaysement ou bien pour prendre une retraite. Ils sont venus en Amérique pour s'en sortir, pour aider leur famille, donner un souffle à leur pays. La majorité de ces gens que j'ai rencontrés ont le désir sincère, mais peut-être irréalisable, d'un jour retourner en Afrique. Ainsi, certains d'entre eux me parlaient de se procurer une parcelle de terrain dans le but d'y faire construire une maison, une villa pour eux et leurs parents.

Mais en plus de ces gens qui veulent que leur pays bénéficie de leur migration par un retour, ces immigrants aident continuellement leur famille, mais également leur pays par l'entremise de transferts. En effet, les transferts d'argent faits par les immigrants vers la famille

dans le pays d'origine sont maintenant un fait bien connu et bien documenté. Pour l'Afrique seulement, les estimations de la Banque Mondiale pour l'année 2007 seraient de l'ordre de 23,1 milliards d'USD, dont 11,7 milliards pour l'Afrique subsaharienne. Plus précisément, le Sénégal bénéficierait de ces transferts pour une valeur de 1 milliard d'USD, toujours pour l'année 2007¹⁸⁸. Une vieille étude de 1999 estime que les immigrants sénégalais à New York auraient à eux seuls envoyés 20 millions de dollars pour une seule année¹⁸⁹. Suivant la tendance depuis le début des années 2000, il serait juste de croire que ce chiffre a considérablement augmenté au cours des dernières années.

Mais ce lien qui unit l'immigrant à sa communauté d'origine ne se fait pas uniquement selon des motifs familiaux, mais aussi globaux, où la communauté représente un ensemble. Par exemple, Ousman m'informait de l'existence d'une radio sénégalaise à New York. Cette radio a pour objectif d'offrir aux Sénégalais en Amérique la possibilité d'entretenir un lien avec leur communauté d'origine. De plus, il me disait que ce poste radio était un lieu où parfois la communauté d'origine demandait de l'aide à leurs confrères à New York. Il me disait que le soir avant notre rencontre, il avait entendu une jeune mère envoyer un cri du cœur afin que les Sénégalais à New York participent au financement des traitements médicaux nécessaires à la survie de son fils. Il me rapportait que ce phénomène n'était pas rare et que souvent des gens cotisaient entre eux afin de payer le rapatriement de la dépouille d'un compatriote de l'Amérique vers l'Afrique.

Mais, en plus d'entretenir une relation avec leur communauté d'origine demeurée au pays, les immigrants africains rencontrés lors de mon travail terrain entretiennent des liens d'entraide avec leur communauté d'origine installée à New York. Pour sa part, Léna me racontait toute l'importance qu'avait eue la communauté malienne pour son intégration dans sa nouvelle ville. Elle souligne le fait que la communauté aide à différents niveaux les nouveaux arrivants. Par exemple à son arrivée, elle dit avoir reçu de l'aide d'un point de vue financier et psychologique. Maintenant que ça fait dix ans qu'elle est à New York, c'est maintenant à son tour d'aider les nouveaux arrivants maliens à s'intégrer à leur nouvelle vie. Elle dit aider les gens à bien fonctionner dans la ville en leur expliquant comment fonctionnent les moyens

¹⁸⁸ Papa Amadou Sarr, *Transferts de fonds des migrants et développement en Afrique : Une étude de cas sur le Sénégal*, 2009, p.16-17.

¹⁸⁹ Serigne Mansour Tall, *L'émigration internationale sénégalaise d'hier à demain*, Dans Momar-Coumba Diop, *Le Sénégal entre le local et le global*, 2002, p.564

de transport, où sont les points de service qu'ils peuvent utiliser, où se trouver un appartement, etc.

Enfin, ces gens, en plus de former l'un des plus grands groupes de vendeurs de contrefaçon, représentent une communauté isolée qui a fait le choix de s'entraider, où chacun des membres peut utiliser les ressources offertes par celle-ci afin de se faire une place dans leur ville d'accueil. En faisant ce choix, ils ont réussi à passer au-delà de quelques-unes de leurs difficultés, par exemple, leur statut d'immigrant illégal, leur difficulté à parler la langue locale et peut-être leur manque d'expérience de travail en sol américain.

Vendeurs de contrefaçon Vs vendeurs ambulants

Le terme vendeur ambulant représente un terme générique sous lequel se regroupent trois types de vendeurs distincts; 1) les vendeurs itinérants, 2) les vendeurs de rues et 3) les vendeurs de contrefaçons. Ces trois groupes se distinguent l'un de l'autre selon trois caractéristiques particulières : leur marchandise, le lieu de vente et leur origine ethnique.

Le terme ambulant fait généralement référence aux commerçants ou aux artistes qui ont à se déplacer d'un lieu à l'autre dans l'exercice de leur profession tout en revenant périodiquement à un point fixe¹⁹⁰. Toutefois, pour deux des types de vendeurs ici présentés; vendeurs de rue et de contrefaçon, la notion de point fixe prend une place importante. Par exemple, la grande majorité de ces vendeurs possèdent un lieu fixe où chaque matin ils se rendent afin de vendre leur marchandise. Ainsi, la notion d'ambulant chez ces vendeurs se réfère au fait que leur installation n'est pas permanente, mais plutôt temporaire. Ce qui veut dire que chaque matin, avant leur arrivée, et chaque soir après leur départ, aucune trace ne subsiste de leur présence.

En ce qui concerne les vendeurs itinérants, on les retrouve dans les grands espaces publics, notamment les parcs, à la plage ainsi que dans le métro. Ils ont pour lieu de vente Central Parc, Brighton Beach et les différentes stations de métro. Une armée de vendeurs ambulants ratisse la totalité de l'île de Manhattan. Toutes rues de moindre importance, chaque parc où passe un touriste, possèdent son lot de vendeurs itinérants

En termes de marchandise, ces vendeurs offrent aux passants des produits de consommation d'usage quotidien à faible coût. Contrairement aux deux autres groupes de

¹⁹⁰ Définition prise dans le dictionnaire en ligne de Larousse au <http://www.larousse.fr>.

vendeurs, la marchandise offerte n'est pas spécialisée et elle est relativement facile à se procurer. Elle se résume à des bouteilles d'eau, des sachets de bonbons, des bâtonnets d'encens, etc. Ces produits sont facilement accessibles dans la plupart des magasins grande surface, et sont facilement séparables de leur ensemble. C'est-à-dire, qu'ils s'achètent en grande quantité, par exemple 24 bouteilles d'eau, et par la suite peuvent être revendus à la l'unité. Ainsi, le vendeur est en mesure de retirer un profit sur chacun des articles vendus.

Par la nature des produits vendus par ces vendeurs itinérants, la clientèle qui s'en dégage est elle aussi peu spécialisée. Ce sont généralement des citoyens ordinaires qui fréquentent les espaces publics, où une même personne peut chaque jour se procurer le même produit.

Pour ce qui est des caractéristiques individuelles et particulières des vendeurs, ils sont pour la plupart de jeunes adultes de sexe masculin, issus d'une minorité ethnique; Afro-Américains ou Latino-américains. D'après leur âge, leur habileté en anglais et à fonctionner dans la ville, ils sont fils d'immigrants ou bien eux-mêmes des immigrants, mais arrivés à leur jeune âge.

Quant à eux, les vendeurs de rues constituent le plus grand groupe de vendeurs. Ils sont présents dans l'ensemble de la ville et sont facilement repérables. Leur seul critère d'implantation semble être l'achalandage des lieux. C'est pourquoi nous les retrouvons près des grandes artères commerciales et des lieux touristiques (*Time Square, Central Parc, etc.*).

Comparativement aux vendeurs itinérants, les vendeurs de rues sont relativement plus organisés. D'abord, en rapport à la marchandise vendue, ces vendeurs proposent aux passants des articles spécialisés, comme des accessoires téléphoniques, de petites décorations, des accessoires vestimentaires (foulard, chapeau, ceinture, portefeuille), du parfum, etc. Nous pouvons également inclure dans cette catégorie les vendeurs de journaux, les opérateurs de cantines mobiles et ceux des marchés de fruits et légumes, les vendeurs de souvenirs à l'effigie de la ville de New York, etc.

Ces vendeurs ne peuvent se procurer leur marchandise dans un simple magasin grande surface. Afin de dégager un profit, ils ne peuvent se procurer ces produits séparément, à un prix unitaire élevé. Ils doivent forcément faire affaire avec un fournisseur, duquel ils pourront acheter une quantité considérable de marchandises à moindre coût et ensuite les revendre avec un profit.

De plus, comparativement aux deux autres groupes, les vendeurs de rues doivent respecter certaines conditions et contraintes municipales. Par exemple, avant de vendre dans la rue et d'y installer leurs présentoirs, ces vendeurs doivent avoir la permission de la ville. Ce qui implique que ces vendeurs possèdent un droit de résidence. C'est la première raison donnée par les vendeurs de contrefaçon pour expliquer pourquoi ils ne font pas ce genre de commerce.

La clientèle des vendeurs est davantage spécialisée que celle des vendeurs itinérants. Premièrement, les produits sont légèrement plus coûteux et ne sont pas d'usage quotidien. Lorsque nous possédons un protecteur de téléphone portable, il est raisonnable de croire qu'il durera une période plus ou moins longue. Donc, on retrouvera comme client, des résidents, mais également des touristes en quête de produits farfelus et particuliers.

Les vendeurs de rues se spécialisent aussi quant à leurs méthodes de travail. Comme mentionné plus tôt dans le texte, ces vendeurs ne sont pas, à proprement parler, des vendeurs ambulants puisqu'ils utilisent quotidiennement le même lieu de vente. Pour cette raison, ils sont en mesure d'utiliser un équipement de présentation qui leur permet d'étaler un maximum de marchandise. Toutefois, comme ce lieu de vente est permanent, mais non fixe, chaque jour ils ont l'obligation de ramasser tout ce matériel. Pour ce faire, bon nombre d'entre eux possèdent une camionnette dans laquelle ils peuvent le transporter.

Selon le concept de niche écologique vu précédemment, chacun de ces marchés (accessoires électroniques, parfum, cantine, journaux, fruits et légumes, etc.) représente en quelque sorte une niche économique différente. L'économie informelle ou secondaire de New York se réfère en grande partie à la notion d'économie ethnique. En effet, chacun de ces marchés semblent contenir une forte concentration de travailleurs d'une même ethnie. Comme j'ai pu l'observer lors de mon travail terrain, la plupart des marchands de journaux sont d'origine Indienne ou des Pakistanaise, ceux des marchés de fruits et légumes des Latino-américains. En déambulant dans les rues de Manhattan en compagnie d'un vendeur de contrefaçons, celui-ci m'expliquait qu'il y avait beaucoup de Mauritanien qui faisaient le commerce du parfum. Il expliquait cela par la simple chance qu'ils avaient de posséder leur permis de travail. Ce qui n'était pas son cas.

En plus de ces vendeurs de rue, on retrouve dans la majorité des endroits publics, surtout ceux dans le sud de l'île de Manhattan, une cohorte d'Asiatiques se déplaçant d'une

poubelle à l'autre en quête de bouteilles de plastique vides et récupérables. Ainsi, il n'est pas rare de voir passer ces gens munis d'un chariot d'épicerie dans lequel sont placés de quatre à cinq énormes sacs de plastique bondés de ces bouteilles.

Pour ce qui est du troisième groupe de vendeurs, ils sont à la croisée des deux précédents. Comme les vendeurs itinérants, les vendeurs de contrefaçon n'ont pas à demander une autorisation afin d'exercer leur commerce. Pour cette raison, ils sont soustraits du secteur formel de l'économie. D'un autre côté, leur travail est davantage organisé que celui des vendeurs itinérants et se rapproche davantage de celui des vendeurs de rues.

De plus, en raison de l'illégalité de leur présence au pays et de la pression policière (bien que cette pression semble être superficielle), ces vendeurs doivent préserver une mobilité leur permettant de fuir à tout moment. Ils ne peuvent donc pas installer de présentoirs sur leurs lieux de vente. Ce qui les encombrerait au moment de la fuite. De plus, ils risqueraient trop facilement de se faire saisir ce matériel de vente.

En somme, chacun des domaines de vente ambulante, malgré ses variances, se caractérise, en plus de la marchandise offerte et par son rapport à l'espace de vente, par l'origine ethnique du vendeur. Autrement dit, chacun des secteurs de l'économie secondaire et informelle est dominé par une ethnie différente. Cela s'explique, comme nous l'avons vu plus tôt, par la notion de l'économie ethnique où une ethnie se concentre et se spécialise dans un secteur de l'économie en particulier.

La relation vendeurs/clients

La relation unissant vendeurs et client dans le commerce de la contrefaçon est, en tous points, conforme à la notion de relation marchande. La relation marchande représente un acte d'échange dans lequel interagissent deux agents libres et égaux. Ils sont libres l'un de l'autre au sens où la relation qu'ils entretiennent est momentanée dans le temps et l'espace et sans obligation. Une fois l'échange terminé, les deux agents poursuivent leur chemin et mettent un terme à leur relation. Généralement, la relation marchande renferme en son sein la notion d'objectivité où ces agents, par leurs caractéristiques personnelles, ne devraient influencer les termes de la vente. Ainsi, le prix doit être déterminé selon les propriétés de l'objet, telles que; les matériaux, le procédé de fabrication, son utilisation précédente et de son usage actuel.

Concernant la liberté des agents impliqués, il semble à première vue qu'il s'agit d'individus totalement libres. L'organisation de ce commerce (à l'extérieur, le long d'artères commerciales) fait en sorte que les passants sont libres de s'arrêter et consommer autant qu'ils sont libres de poursuivre leur route. Par contre, considérant que la clientèle partage certaines caractéristiques communes, cette affirmation sur la liberté des agents n'apparaît plus aussi claire.

Par exemple, un informateur m'identifiait quels touristes étaient les plus grands consommateurs de contrefaçon. Selon lui, les touristes américains et canadiens, principalement ceux de Montréal, étaient ceux qui consommaient le plus de produits contrefaits. Les Européens et les Asiatiques seraient quant à eux les pires consommateurs. Il émettait comme hypothèse le fait que les Européens étaient sous un contrôle juridique beaucoup plus sévère que les Nord-américains concernant la contrefaçon. Ils craignent d'acheter de la contrefaçon et quelle soit confisquée à leur retour en Europe. Les Asiatiques, quant à eux, n'achèteraient pas aux Ouest-Africains, préférant acheter de leurs congénères. Simplement par l'origine ethnique des consommateurs nous pouvons identifier des raisons sociales et politiques qui contraignent la libre action des agents impliqués dans une relation marchande.

De façon plus globale, l'acte de vente dans le domaine de la contrefaçon est représentatif de tout acte de vente; le vendeur fait la première offre aux passants, et ceux-ci ont le choix de s'arrêter ou de poursuivre. Il faut comprendre, comme nous l'avons vu dans la section portant sur les lieux de vente, que l'endroit où le vendeur pratique son commerce influencera son approche vis-à-vis des clients potentiels. Par exemple, la pratique de vente à *South Street* et de *Battery Park* est très similaire. Comme ce sont deux des espaces ouverts, achalandés et des passages obligés pour accéder à certains des plus grands attraits touristiques de New York (Ellis Islande, la statue de la Liberté, Taxi d'eau, etc.), les clients potentiels ne sont que de passage à ces endroits et les vendeurs de contrefaçon doivent les poursuivre afin de leur présenter leur marchandise.

Par contre sur *Canal Street*, le plus grand attrait touristique est *Canal Street*. Pour un touriste qui se rend dans cette rue, son objectif est d'être dans cette rue. Il est alors en mode consommation, en mode consommation de copie. Ainsi, les vendeurs ne sont pas à la poursuite des touristes, mais plutôt debout devant un commerce, et scandent le nom des grandes

marques qu'ils possèdent : « *Rolex, Rolex, Rolex, watches, watches* ». Il arrive parfois que ce soient les touristes eux-mêmes qui s'arrêtent et jettent un œil sur la marchandise. Ce qui est plus ou moins le cas à *South Street* et *Battery Park*.

La relation de coopération que ces vendeurs entretiennent entre eux et avec leur communauté d'origine, cette même relation existe entre les vendeurs et leurs clients. Ce n'est que dans de très rares circonstances que nous pouvons observer de l'animosité entre ces deux groupes. De façon générale, les vendeurs sont à l'écoute et prêts à faire le nécessaire pour permettre aux gens d'obtenir ce qu'ils recherchent. Allant jusqu'à faire appel à l'un de ses collègues pour y parvenir.

Sans être harcelants, il peut arriver parfois que ces vendeurs se fassent insistants. Par exemple, une jeune fille accompagnée de son conjoint était à la recherche d'un modèle précis de sac à main, que visiblement aucun vendeur ne possédait. Devant l'impossibilité de trouver ce qu'elle cherchait, elle décide de mettre fin à l'échange. Toutefois, le vendeur ne voulant pas abandonner des clients potentiels aussi facilement, offre au conjoint de la jeune fille une montre. Après avoir refusé à quelques reprises, celui-ci finit par accepter. Sa décision semblait avoir été prise dans l'optique de mettre fin à cette relation plutôt que celle de combler un besoin réel. En observant la scène, j'ai bien vu qu'il y avait un malaise dans cet échange. Alors, lorsque le jeune couple a quitté les lieux, je me suis lancé à leur poursuite afin de recueillir leurs commentaires. La seule chose qu'ils m'ont répondu a été : « *We were held hostage!* »

En effet, la relation marchande prend fin dans le temps et l'espace au moment où le client remet au vendeur la somme exacte qui a été préalablement déterminée entre eux. Pour ce qui est de l'objectivité du prix, il est difficile de déterminer si le prix obtenu a été fixé en fonction des caractéristiques du produit et non celles des échangistes. Mais, peu importe sa qualité, un produit nécessite un temps de fabrication plus ou moins long. Ce temps n'est jamais l'équivalent de zéro. Et peu importe sa qualité, un produit physique, solide, réel, par exemple un sac à main, nécessite une quantité plus ou moins grande de matériaux. Sans tenir compte du coût de la main-d'œuvre, est-ce que le coût moyen d'une montre ou d'un sac à main contrefaits, qui se situe respectivement aux alentours de 30 et 80 \$, est établi en fonction des caractéristiques et des propriétés du produit? Selon ce que nous aurons répondu à la question précédente, nous pouvons nous demander si la relation marchande, dans le commerce de contrefaçon d'objet de luxe, atteint l'objectivité. Puis, afin de poursuivre notre questionnement,

pouvons-nous en affirmer autant de l'acte d'échange du produit original?

La relation entre les vendeurs et les autorités publiques

« Mais mes hommes leur laissent toujours quelques sacs, même si on est supposé tout confisquer. Après tout, il faut bien qu'ils mangent, tous ces types, qu'ils soient africains ou italiens. Si on leur prenait tout, ils n'auraient plus rien à vendre.¹⁹¹ »

Comme nous l'avons vu précédemment, la vente de contrefaçon représente pour différentes raisons un commerce illégal aux États-Unis et dans la majorité des pays occidentaux. Pour cette raison, il est tout à fait cohérent qu'il y ait, près des lieux de vente, une présence policière significative et constante. Comment les vendeurs de contrefaçon vivent-ils avec cette présence policière? Certains s'en moquent, d'autres trouvent très difficile de ressentir quotidiennement cette pression.

Au cours des dernières années, la présence policière s'est légèrement accrue. Depuis son arrivée en 2002, le maire Bloomberg multiplie les efforts afin d'enrayer ce fléau urbain. Par exemple, le 26 février 2008¹⁹², les enquêteurs new-yorkais ont procédé, dans le triangle de la contrefaçon (*Counterfeit triangle*)¹⁹³, à des arrestations mettant la main sur une quantité de marchandise évaluée à plus d'un million de dollars et contrecarrant ainsi les activités d'une trentaine de commerçants. Parmi les grandes marques saisies, on retrouve notamment : *Coach, Gucci, Dolce & Gabbana, Dior, Prada, Rolex, Fendi, Burberry, Calvin Klein, Dora the Explorer* et *Oakley*. Toutefois, malgré cette offensive musclée de 2008, le problème ne s'est indéniablement pas réglé et la présence de vendeurs de contrefaçon demeure un phénomène observable.

¹⁹¹ Donna Leon, *De sang et d'ébène*, 2008, p.68

¹⁹² L'information a été recueillie dans un article du New York Times (City Raids 'Counterfeit Triangle,' Shutting 32 Storefronts) de Sewell Chan relatant ces événements. Malheureusement, il n'y a qu'un vendeur qui a mentionné ces informations, mais sans toutefois y pénétrer dans les détails

¹⁹³ Le « Counterfeit Triangle », nommé ainsi par le maire Bloomberg, est formé des rues Canal, Walker, Centre et Baxter.

Comme le mentionne Ivan Light, l'existence de l'économie informelle dans les grandes villes peut se résumer à une relation de tolérance entre les travailleurs clandestins et les autorités publiques, la police en particulier. Selon Light : « [...] les policiers éprouvent souvent de la compassion pour les immigrants qui sont victimes des circonstances économiques qui les contraignent à vivre dans des conditions illégales et sordides.¹⁹⁴ »

Certains vendeurs rencontrés corroboraient cette thèse de la tolérance des policiers à leur égard. Selon leurs dires, l'intervention policière se résumerait généralement à une simple demande de circuler. En effet, lors de mon travail terrain, à aucune reprise je n'ai observé une arrestation policière auprès de présumés vendeurs de contrefaçon. Même qu'un soir à l'heure de la prière, j'ai observé une scène similaire où un policier demandait à un groupe de vendeurs de disposer, de quitter les lieux. Toutefois, l'un des vendeurs s'est levé et a demandé au policier s'il pouvait poursuivre sa prière avant de quitter les lieux. Le policier fait un signe de la tête lui permettant de poursuivre.

Évidemment, certains sont plus rigides, plus arrogants, mais de façon générale, ils sont compréhensifs. Ils savent qu'au-delà du fait qu'ils vendent de la marchandise illicite et qu'ils ne possèdent pas leurs papiers d'immigration, ils ne sont pas des gens dangereux. Léna pour sa part dit ne pas avoir de relation avec les policiers :

« Ils font leur travail c'est tout. Certains passent et ne disent rien, par contre, d'autres nous arrêtent aussitôt qu'ils nous voient. Mais, ils ne sont pas si sévères, ils savent que nous sommes pauvres. [...] Ici malgré le fait qu'ils soient parfois arrogants, ils sont gentils. En France, ils n'ont aucune compassion. Si tu te fais arrêter, ils t'expatrient, ils te retournent dans ton pays sans même avoir eu le temps de te préparer. »

De toute évidence, en étant indulgents envers les vendeurs de contrefaçon, les policiers sont en position de jouer un double rôle par rapport à ce type de commerce. D'un côté, leur devoir est de faire respecter l'ordre et les lois au sein de la population. Mais d'un autre côté, ils ont le loisir de laisser passer certaines actions illicites, par compassion ou à la suite de relations corruptibles. Dans ce cas-ci, il est difficile de déterminer s'il y a de tels genres de

¹⁹⁴ Ivan Light, *Immigration et économie ethnique dans les villes géantes*, 2004, p. 440.

liens entre les vendeurs de contrefaçon à New York et la police. Comme le film *Beautiful* cherche à le démontrer, il existerait dans d'autres lieux de la corruption entre la police et les vendeurs de contrefaçon. Bien que cela soit une fiction exploitant l'idée de taxation auprès des policiers de Barcelone, il est possible de croire que cette situation existe à New York. Néanmoins, selon mes observations, il semble y avoir un réel laisser-faire.

Comme je le mentionnais plus haut, l'administration Bloomberg tente par des moyens offensifs d'enrayer la contrefaçon de la métropole américaine. Par contre, au-delà des arrestations du 27 février 2008, il n'y a, au quotidien, que très peu d'arrestations malgré une présence policière constante sur les lieux de vente. En effet, de 10h à 19h à *South Street Seaport*, nous retrouvons un à deux véhicules de police à quelques mètres du lieu où les vendeurs se reposent et se rassemblent.

Quant à *Canal Street*, le nombre de policiers dans le quartier se multiplie à mesure que la journée avance. Passant de quelques-uns durant la journée, à plus d'une dizaine le soir. En effet, aux alentours de 20 h, les policiers se présentent sur *Canal Street* en fourgonnette laissant présager qu'ils passeront à de nombreuses arrestations. À cette présence, les vendeurs de contrefaçon réagissent en se déplaçant vers un endroit plus isolé à deux ou trois rues au nord de *Canal Street*. Le temps passe et une heure plus tard, les policiers quittent *Canal Street* à leur tour. Laissant ainsi le champ libre aux Sénégalais. La présence policière dissipée, les vendeurs reviennent, et reviennent plus que jamais.

Ils sont près d'une centaine à dévoiler aux passants la totalité de leur marchandise. Je ne suis jamais allé en Afrique, mais lorsque je me trouvais au milieu de ces vendeurs africains en plein cœur de New York, j'avais parfois l'impression d'y être. Ainsi, les vendeurs de sacs à main étalent sur le trottoir, près de la rue, une grande étoffe sur laquelle ils placent soigneusement leur marchandise afin que tous y aient accès. Plus discrets, les vendeurs de montres nous dévoilent leur marchandise tout en la gardant à l'intérieur de leur valise.

Durant ces deux heures où dure cette ambiance de marché africain, la présence policière, bien que réduite au minimum, soit deux ou trois policiers seulement, demeure active. Il est très rare de voir des arrestations lors de ces manifestations. Pourtant, tous les éléments sont présents afin de les inculper de vente de produits contrefaits. Pour cette raison, il est légitime de croire qu'il y a, pour une raison ou une autre, de la part des policiers une tolérance envers les vendeurs de contrefaçon.

Malgré cette tolérance, plusieurs informateurs m'expliquent qu'effectivement, les policiers procèdent parfois à des arrestations, parfois majeures comme ce fut le cas le 26 février 2008, mais souvent mineures. Diakou me disait que presque tous les vendeurs de contrefaçon à New York ont déjà, à au moins une reprise, été arrêtés par la police. À ce moment-là, les policiers font une saisie de la totalité des produits qui sont en possession du vendeur. Par la suite, celui-ci est amené au commissariat de police où parfois il doit attendre de trois à quatre jours avant de comparaître devant un juge.

Selon Léna, c'est une chance pour eux d'être aux États-Unis en matière de justice, car le temps d'attente de trois ou quatre jours avant de comparaître est réduit à néant dans certains pays européens, dont la France. Léna m'expliquait qu'elle connaissait des compatriotes maliens installés clandestinement en France pour qui le droit de comparaître ne faisait pas partie de leur option. Ainsi, selon ces informations, ces gens n'ont pas eu la chance d'exprimer leurs droits et ont été forcés de regagner leur pays d'origine sans même avoir la chance de préparer leur retour. Certains auteurs¹⁹⁵ soulèvent le fait qu'en France, il existe une catégorie d'immigrants pour qui les droits fondamentaux sont réduits au minimum. Par exemple, dans son texte, Victoria Ebin explique qu'il existe en France, contrairement aux États-Unis, un contrôle des identités qui est exercé auprès des immigrants. Ainsi, si l'un d'eux ne présente pas son formulaire ou une carte d'identité valide celui-ci risque la déportation immédiate. Le sort des vendeurs de contrefaçons à New York pourrait être le même et seraient alors déportés à la moindre arrestation, mais comme nous venons de le voir cela n'est pas le cas, puisqu'il y a, aux États-Unis, des sentences relativement « bonbon ».

En effet, les sentences encourues pour vente de produits contrefaits sont de l'ordre de 200 à 400 \$. Si l'accusé ne possède pas cette somme, il a la possibilité de faire pendant deux à trois jours des travaux communautaires. Selon mes informateurs, c'est souvent cette option qui est choisie par la magistrature. Il peut être difficile pour un vendeur de contrefaçon de payer cette somme puisque généralement ils ont perdu leur marchandise. Selon eux, racheter l'équivalent de la marchandise saisie devient difficile puisque le montant s'additionne à l'amende qu'ils doivent payer.

Ce type de sentence, où la survie des commerçants n'est pas véritablement ébranlée et

¹⁹⁵ Victoria Ebin, *Les commerçant mourides à Marseille et à New York*, 1993.

où les pertes sont assez facilement absorbées, a probablement pour effet de maintenir vivant un tel commerce. De plus, il n'y a pas aux États-Unis d'interdiction légale de consommer des produits contrefaits. Alors, il n'y a rien de ce côté qui peut à moyen/court terme freiner la demande pour ce genre de produits. De cette façon, si les consommateurs sont libres de se procurer ces produits et que les vendeurs sont plus ou moins restreints dans leurs actions commerciales, il est probable que le problème soit porté à se reproduire dans le temps.

En sommes, les vendeurs de contrefaçon sont pour la plupart de jeunes hommes originaires de l'Afrique de l'Ouest arrivés à New York au cours des quinze dernières années. Leur présence dans la vente de contrefaçon s'explique en partie par un manque d'opportunités et à leur statut d'immigrant clandestin. Par contre, il faut nuancer cette explication par le fait que ce commerce satisfait quelques-uns de leurs besoins. Par exemple, celui de combler leur manque d'expérience de travail, leurs difficultés linguistiques et l'impossibilité pour eux de posséder un emploi légal. De plus, ce commerce leur permet de satisfaire certaines de leurs attentes concernant le mode de vie recherché. Par exemple, l'absence de contrainte et possibilité de socialiser au travail. En plus des motifs qui les amènent à occuper cette niche économique, la relation qu'ils entretiennent avec les autorités publiques, notamment les policiers, peut expliquer quant à elle les raisons qui les maintiennent dans un tel commerce. Cette relation, peu importe qu'elle soit faite de tolérance ou de compassion, a peu de rôles à jouer dans l'établissement d'un tel genre de commerce. Par contre, il est probable que la tolérance des policiers sur le terrain et le peu d'impact des sentences attribuées aux vendeurs pris en défaut ont davantage un rôle à jouer dans le maintien de ce commerce.

Conclusion

Cette recherche est partie de l'idée contraire à celle voulant que la contrefaçon soit issue de la volonté malfaisante d'un groupuscule d'individus mal intentionnés cherchant à faire du travail d'autrui leur profit. Son principal objectif était d'expliquer en détail les raisons et les motivations qui poussent un groupe d'immigrants à se spécialiser dans la vente de contrefaçon.

Pour y parvenir, ce phénomène a été réinséré avec toute sa complexité dans le contexte économique, politique et international dans lequel il évolue. En procédant à l'analyse des conditions indirectes (externes) et des conditions directes (internes), deux types de causes sont identifiés pouvant expliquer pourquoi un groupe d'immigrants en vient à introduire et contrôler un commerce du secteur de l'économie informelle jugé illégal par les autorités publiques.

Dans un premier temps, le contexte global entourant la vente de contrefaçon a été reconstitué. Indissociable de son aspect juridique, la contrefaçon contrevient directement à la valeur occidentale du droit à la propriété intellectuelle, de laquelle est issue la notion de brevet. À leur tour, ces principes prennent racine dans la pensée philosophique occidentale de l'individu représentant la valeur suprême de la société. C'est cette même pensée philosophique centrée sur l'individu qui a mis au monde la pensée économique capitaliste. Pensée qui aujourd'hui, via la mondialisation, domine le monde et ses échanges et crée des inégalités dans la redistribution des richesses à l'ensemble de la planète.

Comme dans toute logique juridique, celui qui dénonce la faute est rarement celui qui la commet. Ce qui veut dire que dans la lutte à la contrefaçon, ce sont rarement les pays producteurs qui dénoncent ce commerce. Au contraire, ce sont les pays qui en sont désavantagés, ces pays qui possèdent une large part des sièges sociaux et qui ont une forte activité économique dans le domaine de la recherche et le développement permettant l'obtention de brevet. Il faut comprendre qu'il y a chevauchement dans la liste des pays possédant sièges sociaux et brevets et ceux qui dénoncent la vente de contrefaçon. Car, rappelons-le, six grands pays (Les États-Unis, le Japon, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et les Pays-Bas) détiennent 83 % des brevets émis mondialement et 96 % des retombées économiques en lien au droit à la propriété intellectuelle sont attribuées aux pays développés. Ces pays ont donc avantage à étendre ce droit à l'ensemble des pays comme étant

un droit universel, sachant que celui-ci leur sera favorable.

Et pourtant, ces pays aujourd'hui grand défenseur du droit à la propriété intellectuelle n'ont pas toujours, historiquement, agi en ce sens. Comme le mentionne Bonin, la contrefaçon est un processus de fabrication entrepris par des pays ayant une économie relativement jeune, de sorte que l'imitation constituerait une étape de rattrapage vis-à-vis des pays avancés. Selon l'historien, le Japon aurait eu recours à ce processus envers les produits américains durant les années 1970. Les Américains, quant à eux, y auraient eu recours au XVIIe et XVIIIe siècle envers les produits anglais. Maintenant la Chine est identifiée comme étant le principal pays producteur de contrefaçon.

Sous l'angle de la question juridique, la contrefaçon apparaît comme étant une relation de pouvoir entre des pays dominants économiquement et politiquement et des pays plutôt pauvres et vulnérables à certaines politiques internationales.

En plus de leur pouvoir relatif, ces pays dominants profitent au plan social et culturel d'une image positive et demeurent le symbole de liberté à l'échelle mondiale. Cette image véhiculée par les médias de masse, crée le rêve et font naître des valeurs consuméristes auprès de la population des pays pauvres. Ainsi, des millions de gens quittent, ou ont quitté, leur pays pour des motifs économiques et culturels, parfois à l'aide de moyens rudimentaires et dans l'illégalité, pour des pays riches afin de tenter d'y faire fortune et de répondre à leurs nouveaux besoins de consommation.

Mais une fois les frontières traversées, la réalité est toute autre. Ces immigrants sont laissés à eux même. Discriminés par leur manque d'expérience de travail contextualisé dans leur pays d'accueil, l'absence (ou la non-reconnaissance) de scolarité et l'établissement de réseaux sociaux forts, ils se retournent vers leur communauté d'origine, en guise de stratégie, et intègrent le secteur secondaire de l'économie où l'on retrouve les emplois aux pires conditions, ceux délaissés par les travailleurs locaux.

Surreprésentée par l'économie informelle et l'économie ethnique, chaque sphère d'activité économique à l'intérieur du secteur secondaire du marché de l'emploi est occupée comme un quasi-monopole par différentes communautés. C'est le cas des Cubains à Miami (Portes 1981), et c'est également le cas des Sénégalais dans le domaine de la vente de contrefaçon à New York.

Ces vendeurs sénégalais (voire ouest-africains) implantés à New York ont quitté leur

pays d'origine; le Sénégal, l'un des 50 pays les moins développés. Arrivés en Amérique, ils ont intégré les réseaux sociaux et économiques que les membres de leur communauté d'origine avaient développés avant eux. Ces réseaux économiques représentent des réseaux d'échange transnationaux entre l'Amérique, l'Afrique et l'Europe. Rapidement les Sénégalais ont développé un monopole de la vente informelle à New York. Ainsi, les nouveaux Sénégalais fraîchement arrivés dans la métropole et en situation de précarité intègrent ces réseaux dans la vente de contrefaçon établis par leurs prédécesseurs. Avec le temps, se sont joints à ce groupe des immigrants partageant une culture commune ou similaire. Parmi ces groupes on retrouve; des Maliens, des Guinéens, des Gambiens et quelques Congolais.

Depuis des siècles, l'Occident¹⁹⁶ s'est forgé une conception du monde qui lui est propre et qui est en harmonie avec ses objectifs de sociétés, ses valeurs et ses aspirations. C'est le cas avec le droit de la propriété, le libre marché économique, les valeurs consuméristes, etc. Ce processus a été lent, voire perpétuel, il se fait à coup de réflexions philosophiques approfondies, de confrontations, de négociations et de décisions politiques. Qui plus est, ce processus est et doit être accepté par l'ensemble de la population et ne peut, uniquement, être imposé par la force.

Malheureusement, on assiste depuis quelques décennies, avec la création de diverses organisations internationales, à un désir de la part de l'Occident d'universaliser des valeurs qui lui sont propres. Bien que ces valeurs soient légitimes, elles n'ont rien d'universelles; elles ne sont ni partagées ni applicables n'importe où. Elles ne peuvent être imposées à l'ensemble des populations mondiales, si celles-ci ne prennent pas le temps de se les approprier, de les discuter et finalement de les adopter. L'Occident impose une conception du monde qui lui a pris des siècles à développer. Dans une telle situation, il est certain qu'elle en sortira avantagée, qu'elle aura une longueur d'avance sur les autres civilisations. Ce qui aura pour effet de créer une relation d'inégalité entre, d'un côté, l'Occident et, de l'autre, le reste du monde. Évidemment, certaines exceptions surgiront, mais la balance du pouvoir sera pour longtemps dans le camp de l'Occident.

C'est dans ce contexte, et pas seulement à partir de l'idée que l'individu fait des choix rationnels, que nous devons appréhender le phénomène de la contrefaçon.

¹⁹⁶ Dans ce cas-ci l'Occident représente surtout les pays d'Amérique du Nord et de l'Europe de l'Ouest.

D'un point de vue anthropologique, on constate qu'aux yeux des vendeurs leur présence dans le secteur de l'informel, ou plus précisément dans la vente de contrefaçon, ne représente pas un choix rationnel fait dans l'unique but de profiter du travail d'autrui. Pour plusieurs, l'intégration au commerce de la contrefaçon représente l'une des principales ouvertures de travail qui leur soient offertes. C'est notamment le cas de tous ces Sénégalais en situation d'irrégularité quant à leur statut d'immigrant. En effet, une large part des vendeurs d'origine sénégalaise ne possèdent ni visa, ni permis, ni autorisation de travailleur ou même de résider aux États-Unis. Pour ces gens, il est alors difficile de se trouver un emploi formel, légal, bien rémunéré et offrant de bonnes conditions de travail.

Pour certains, ce problème de statut s'ajoute à une difficulté de se trouver un emploi faute de posséder des aptitudes et des compétences applicables et reconnues par le marché de l'emploi américain. C'est le cas de tous ceux qui, malgré une présence de plus de dix ans en Amérique, n'arrivent pas à utiliser la langue locale avec une connaissance suffisante leur permettant de communiquer sur les lieux de travail et de se faire valoir auprès d'employeurs potentiels.

Ainsi, ces gens en difficulté, voire dans l'impossibilité, de se trouver un emploi adéquat, respectable et licite se réfèrent, en guise de soutien, aux membres de leur communauté d'origine. Ceux-ci intègrent ces gens dans leurs réseaux sociaux et économiques. Comme l'expliquait Diouf, il vend de la contrefaçon parce qu'avant lui d'autres Sénégalais en vendaient. Et comme les Sénégalais ont été dans les premières communautés africaines à s'implanter à New York, ils ont trouvé à leur arrivée une niche économique (celle du commerce informel) complètement libre. Ils s'y sont investis au point d'en détenir le contrôle.

Et c'est pour la même raison qu'il y a peu ou pas de Congolais, de Nigériens, de Maghrébins qui vendent de la marchandise contrefaite. Les membres de leur communauté qui étaient déjà là se sont quant à eux, spécialisés dans un commerce qui était libre à leur arrivée à New York (la vente de produit africain; encens, beurre de karité, vêtements, maroquinerie, objets d'art africain, cantine mobile, etc.).

Toutefois, il faut également soulever le fait que la vente de contrefaçon possède en elle-même, dans son processus et son organisation, certains avantages que les travailleurs sénégalais recherchent. Bon nombre de ces vendeurs ne possèdent pas les caractéristiques

attendues d'une personne évoluant dans un système économique capitaliste. Ils n'accordent pas la même valeur au travail, ils n'ont pas cet esprit de concurrence et ce désir d'accumulation, d'en faire toujours plus, de la croissance perpétuelle.

En effet, pour eux le travail n'est qu'un aspect de la vie sociale plutôt qu'une fin en soi. Le travail leur permet d'amasser une quantité suffisante d'argent pour avoir de quoi vivre, pouvoir en transférer à leur famille restée au Sénégal et aider les membres de leur communauté d'origine qui sont dans le besoin et qui vivent comme eux à New York.

Leur attitude au travail traduit également ce désir de travailler pour socialiser plutôt que de socialiser pour travailler. En effet, plutôt qu'être agressif dans leur technique de vente (même si cela peut arriver à l'occasion), ils préfèrent passer une bonne partie de leur temps à discuter entre eux. Parfois même, j'ai vu des vendeurs demeurer toute la journée à la même place sans se lever, et discuter avec des copains. Le soir, ces vendeurs se levaient et repartaient sans avoir fait aucune vente. Mais, ils avaient discuté et peut-être cela leur suffisait.

En discutant entre eux, en développant des liens sociaux et non pas que des liens économiques, rarement les vendeurs ont démontré entre eux un sentiment de concurrence. « Si tu achètes l'une de mes montres ou celle d'un autre, c'est la même affaire. Nous sommes comme une grande famille. » Cette phrase qu'un jour m'a dit Abdou la casquette est peut-être exagérée et fait référence davantage à une image qu'à une réalité, il n'en demeure pas moins que cette phrase représente bien l'esprit d'entraide et fraternité que l'on retrouve à l'intérieur de ce groupe de vendeurs de contrefaçon. De façon générale, lorsqu'un vendeur vient aider l'un de ses collègues à compléter une vente, ce premier redistribue, sans que cela soit une obligation de sa part, une part des profits au second en guise de remerciement. Ce geste démontre bien qu'ils ne jouent pas, ou sinon dans une moindre mesure, le jeu de la concurrence. De plus, certains vendeurs ne démontrent pas un désir d'accumulation dépassant le nécessaire à leur survie. En effet, ces vendeurs disaient vendre un nombre de jours par semaine prédéterminés, mais que s'ils parvenaient à récolter le montant qu'ils s'étaient préalablement fixé en moins de jours que prévu, plutôt que de poursuivre et d'en faire encore plus, ils préféreraient terminer leur semaine de travail. Ainsi, on peut affirmer que le commerce ne représente pas chez ces commerçants une course excessive vers le profit absolu. Pour eux, le commerce (l'économie) est encastré (*embedded*) dans le social et non l'inverse, comme c'est le cas dans les sociétés capitalistes.

En plus de tenter une explication concernant les raisons qui ont mené des immigrants sénégalais à se spécialiser dans la vente d'objets de luxe contrefaits à New York, il est important de soulever la part de responsabilité de l'administration publique et de son corps policier dans le maintien de ces immigrants dans la vente de contrefaçon.

Dans le chapitre 6 portant sur les vendeurs et le lien qu'ils entretiennent avec les autorités publiques, on vient à se demander si effectivement, ils ont un rôle à jouer dans le maintien de ces immigrants dans la vente de contrefaçon. Dans un premier temps, sans qu'on puisse identifier leur motivation première (corruption ou compassion), les policiers démontrent une certaine tolérance envers ces vendeurs illégaux, malgré les politiques entreprises par le maire Bloomberg afin de mettre un terme à ce commerce.

Il est démontré que la pression mise sur ces vendeurs peut dans une mesure relative être perçue comme étant une mise en scène, voire une mascarade, entretenue par les policiers. En effet, en leur indiquant de partir, tout en ne prenant pas soin de bien faire respecter leur demande, les policiers permettent aux vendeurs de contrefaçon de croire que leur pratique est respectée.

Lorsqu'un policier arrête un vendeur sénégalais pour vente illégale de contrefaçon, celui-ci est amené devant le juge et il le condamnera le plus souvent à quelques jours de travaux publics. Ce qui ne représente pas une grosse sentence pour ces vendeurs. Pour eux, il est préférable de travailler trois à quatre jours sans rémunération plutôt que de devoir payer une amende de 200 à 400 \$.

Et dans le cas où la sentence demandée est de payer cette somme, malgré le fait qu'elle peut représenter beaucoup, il n'en demeure pas moins que c'est une somme remboursable. Surtout, sachant qu'il est peu probable qu'il soit arrêté de nouveau suivant une première arrestation. Comme le mentionne Guilhem Fabre : « La contrefaçon va se développer, comme toute dynamique illégale, autour des conditions d'impunité qui l'entoure. C'est la conjonction entre les opportunités et les impunités qui favorisera le degré maximum de production, de distribution et de consommation de produits contrefaits [...] Le degré d'impunité ne recouvre pas seulement ici l'existence d'un cadre légal anticontrefaçon, mais son application

effective.¹⁹⁷ »

Ce travail a été fait avec le plus grand sérieux et le plus grand plaisir, avec la volonté de présenter le plus globalement possible le phénomène de la vente de contrefaçon d'objet de luxe dans les rues de New York. Cette démarche avait pour objectif d'aller au-delà de la simple condamnation des individus y prenant part, de dissocier leur participation à leur unique choix rationnel, tout en se souciant de ne pas aller à l'autre extrême et de créer un environnement trop déterministe.

Enfin, on peut affirmer qu'à la suite de contraintes indirectes (celles identifiées dans le cadre de référence), les agents sociaux développent des stratégies de survie à l'intérieur d'un cadre délimité par l'espace immédiat dans lequel ils évoluent (dans ce cas-ci, le cadre légal des États-Unis et plus particulièrement celui de la ville de New York). Et cette stratégie se crée selon l'interaction entre différents facteurs; dont l'identité (personnelle et ethnique) de l'individu ainsi que sa culture, le type d'occupation (dans ce cas-ci, le commerce de contrefaçon) et l'espace. De cette interaction naît chez ces gens une nouvelle identité floue qui fera le lien entre ce qu'ils étaient et ce qu'ils sont devenus. Selon le contexte, ils cumuleront ces identités nouvelles et anciennes, mais qui dans les deux cas leur seront propres. C'est-à-dire qu'un Sénégalais vivant à New York ne sera plus jamais un Sénégalais resté au Sénégal. Le Sénégalais de New York, vendeur de contrefaçon, ne sera pas celui de Harlem, vendeur de produits africains. Et le vendeur de contrefaçon sur *Canal Street* ne sera pas celui de *South Street Seaport*. Mais tous seront, pour des raisons diverses, Sénégalais. Au même titre qu'un vendeur de contrefaçon d'origine africaine fera partie de la grande famille des Sénégalais malgré qu'il soit Malien ou Gambien.

Dans un souci d'être le plus honnête possible, il faut également reconnaître que ce présent travail a quelques limitations que nous devons prendre en compte. La première limitation concerne la quantité d'informations recueillies auprès des participants à cette recherche. En effet, la durée du travail terrain (sept semaines) a pu rendre difficile la création de liens forts et rassurants entre le chercheur et ses informateurs. Dans un contexte où les participants sont des immigrants illégaux et que le chercheur représente, en quelque sorte, la

¹⁹⁷ G. Fabre, Propriété intellectuelle, contrefaçon et innovation; les multinationales face à l'économie de la connaissance, p.26

culture dominante, la participation à cette recherche n'allait pas de soi pour ces individus en position vulnérable.

Il aurait été préférable, afin de créer une certaine assurance auprès des participants potentiels, de faire un travail terrain beaucoup plus long. Comme ce fut le cas pour Philippe Bourgois. Dans le cadre de sa recherche portant sur la vente et la consommation de crack à New York, l'anthropologue américain a passé cinq ans à vivre dans le même quartier que ses participants. Dans le cas de cette présente recherche, un travail terrain d'une plus longue durée aurait permis de créer ce lien entre le chercheur et les participants. Ceux-ci auraient démontré plus d'enthousiasme à participer à la recherche et auraient, peut-être, fourni davantage d'information à leur sujet et à propos de leur participation au commerce de la contrefaçon.

La seconde limitation, bien qu'elle soit en lien à la première et qu'elle peut représenter une ouverture pour une recherche future, concerne le manque de différents points de vue provenant d'agents sociaux impliqués dans le processus entier de la contrefaçon. Il aurait été pertinent, afin de prendre en compte le phénomène encore plus globalement, de recueillir les propos de quelques représentants de l'ordre et de l'autorité publique (policiers et élus municipaux et fédéraux), de consommateurs et d'immigrants sénégalais (mais qui ne vendent pas de contrefaçon). Ces différents points de vue auraient permis d'identifier des raisons supplémentaires dans l'implantation d'un tel commerce, mais également dans son maintien. Et puisqu'il est toujours permis de rêver, pourquoi ne pas faire une recherche multi-site et de dresser un portrait de différents points de vente et de fabrication de produits contrefaits; Barcelone, Milan, Marseille, Hong Kong ou Pékin.

Enfin, l'objectif de ce travail n'aura pas été de légitimer la vente de contrefaçon, de la prendre à partie, mais plutôt de soulever qu'il peut y avoir incohérence de la part des décideurs de s'attarder à une problématique sans toutefois en connaître les véritables causes et conséquences. Il ne suffit pas de sanctionner sévèrement les vendeurs de contrefaçon. S'il existe une demande pour ce type de produit, il y aura une offre pour la satisfaire. Comme il est toujours plus pertinent de réparer un toit plutôt que de seulement mettre un seau afin de recueillir l'eau qui s'écoule, il serait tout autant pertinent de développer des politiques prenant en compte les causes primaires d'un problème plutôt que de sanctionner les effets d'un problème plus grand. La vente de contrefaçon est à concevoir comme étant un effet des inégalités entre les nations. Voilà une piste de réflexion pour un projet futur de recherche.

Bibliographie

- Appadurai, Arjun, 1996, *Modernity at large; Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, University of Minnesota.
- Arango, Joaquin, 2004, *Theories of International Migration*, In Danièle Joly, *International Migration in the New Millennium; Global and Settlement*, Farnham, Ashgate, pp.15-35.
- Ba, Cheik Oumar, et Alfred Iniss Ndiaye, L'émigration clandestine sénégalaise, 2008, REVUE Asylon(s),no.3, Migrations et Sénégal, <http://www.reseauterra.eu/article717.html>
- Babou, Cheikh Anta, 2002, Brotherhood solidarity, education and migration : the rôle of dahiras among murid muslim community of New York, *Africans Affairs*, 101, pp.151-170.
- Bailey et Waldinger 1991, *Primary, Secondary, and Enclave labor market : A training systems approach*; *American Sociological Review*, 56 : pp. 432-45
- Banque Mondiale, 2007, *Sénégal; À la recherche de l'emploi-Le chemin de la prospérité*, Mémoire Économique sur le pays.
- Baudrillard, Jean, 1968, *Le système des objets*, Paris, Gallimard.
- Jean Baudrillard, 1979, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard,
- Bauman, Zygmunt, *L'humanité comme projet*, *Anthropologie et sociétés*, 23, (3) pp. 13-38.
- Bava, Sophie, 2004, *Le Dahira urbain, lieu de pouvoir du mouridisme*, *Les Annales de la recherche urbaine*, no. 96, pp.135-143.
- Bentham J., 1989 (1782), Le calcul des plaisirs et des peines, *La revue du MAUSS*, 5, pp. 69-74.
- Bezbakh, Pierre et Sophie Gherardi, 2000, *Dictionnaire d'économie*, Larousse, Le Monde.
- Béur, Gérard, Bonin, Hubert et Claire Lemercier, 2006, *Fraude, contrefaçon et contrebande de l'Antiquité à nos jours*, Genève, Droz
- BIT, 2002, *Travail décent et économie informelle :sixième question à l'ordre du jour*, Bureau International du Travail, Genève, <http://www.ilo.org/public/french/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/rep-vi.pdf>
- Bonin, Hubert, 2006, *La contrefaçon et les guerres industrielles*, In Béur, Gérard, Bonin, Hubert et Claire Lemercier (eds.), *Fraude, contrefaçon et contrebande de l'Antiquité à nos jours*, Droz, pp.775-790.
- Bonvicini, Stéphanie, 2004, *Louis Vuitton; une saga française*, Paris, Fayard.
- Borjas, George J., 1989, *Economic Theory and International migration*, *International migration review*, vol.23, no.3, pp.457-485.

- Borjas, George J., 1990, *Friends or Strangers: The Impact of Immigration on the US Economy*, New York, New York Basicbook.
- Bourdieu, Pierre, 1980, *Chapitre 3; structures, habitus, pratiques*, In Pierre, Bourdieu, *Le sens pratique*, Paris, Éditions de Minuit, pp 87-109.
- Bourdieu, Pierre, 1984, Espace sociale et genèse des classes, Actes de la recherche en sciences sociales, 52-53, pp. 3-12.
- Boye, François, 1992, *Les Mécanismes économiques en perspectives*, In Momar-Coumba Diop (ed), *Sénégal : Trajectoires d'un État*, Dakar, Codesria, pp.39-94.
- Brunot, Patrick, 1986, *La contrefaçon*, Presses Universitaires de France, coll. Que sais-je ?
- Burch, Kurt, 1998, *"Property" and the Making of the International system*, Boulder, Lynne Rinner Publishers.
- Braudel, Fernand, 1979, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e-XVIII^e siècle*, Paris, A.Colin.
- Castells, Manuel, 2001, *La société en réseaux; l'ère de l'information*, Paris, Fayard.
- Castles, S. 2000, *International migration at the beginning of the twenty-first century: global trends and issues*, *International Social Science Journal*:165, pp. 269-81.
- Castles, Stephen. 2002, Migration and community formation under conditions of globalization, *International Migration Review*, vol.36, no. 4, 1143-1168.
- Castles, Stephen et Mark J. Miller, 2009, *The age of migration; International population movements in the modern world*, New York, The Guildford Press.
- Daffé, Gaye, 2008, *La lutte contre la pauvreté. Est-elle au cœur des politiques?*, In Gaye Daffé et Abdoulaye Diagne (eds.), *Le Sénégal face aux défis de la pauvreté; les oubliés de la croissance*, Paris, Cres, Karthala, Crepos, pp.9-27.
- Diagne, Abdoulaye et Gaye Daffé, 2002, *Le Sénégal en quête d'un croissance durable*, Paris, Karthala.
- Diop, Momar-Coumba, 2006, *Le Sénégal à la croisée des chemins*, Politique Africaine, no. 104, pp.103-126.
- Diop, Momar-Coumba, 2008, *Mobilité État et société. In Diop, Momar-Coumba (ed), Le Sénégal des migrations; mobilités, identités et sociétés*, Paris, Karthala OnuHabitat, pp.13-36.
- Diouf, Mamadou, 2001, *Histoire du Sénégal; le modèle islamo-wolof et ses périphéries*, Paris, Maisonneuve&Larose.
- Diouf, Mamadou, 2002, *Des cultures urbaines entre traditions et mondialisation*, In Momar-Coumba Diop (ed), *Le Sénégal contemporain*, Paris, Karthala, pp.261-288.
- Diouf, Mamadou, 2000, *The Senegalese Murid Trade Diaspora and the Making of a Vernacular Cosmopolitanism*, *Public Culture*, vol. 12, no. 3, pp. 679-702.
- Duncan, Natasha T. and Waldorf, Brigitte S., 2009, *Becoming a U.S. Citizen : The Role of Immigrant Enclaves*, *Cityscape*, 11 : (3),

- Dupont, Gérard-François, 2006, *Les nouvelles logiques migratoires au XXI^e siècle*, Outre-terre, 4, (17), pp. 15-25
- Ebin, Victoria, 1993, *Les commerçants mourides à Marseille et à New York*, In Grégoire Emmanuel (ed.), Labazée Pascal (ed.), Amselle J.L. (pref.), *Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest : logiques et pratiques d'un groupe d'hommes d'affaires contemporains*, Paris, Karthala; ORSTOM, p. 101-124.
- Ebin, Victoria, 2002, « *Little Sénégal* » : *Contre la Renaissance de Harlem; Les Immigrants sénégalais et la gentrification de Harlem*, Revue Asylon, Dossier Migration et Sénégal, [<http://www.reseau-terra.eu/auteur111.html>], Consulté en novembre 2011.
- Ebin, Victoria, 2008, « *Little Sénégal* » contre la renaissance de Harlem : Les immigrés sénégalais et la gentrification de Harlem, *REVUE Asylon(s)*, N°3, Migrations et Sénégal., url de référence : <http://www.reseau-terra.eu/article712.html>, Consulté en novembre 2011
- Fabre, G., Propriété intellectuelle, contrefaçon et innovation; les multinationales face à l'économie de la connaissance, Mont-Saint-Aignan, Publications des Universités de Rouen et du Havre.
- Glick Schiller, Nina, 2005, Transnational social field and imperialism : Bringing a theory of power to transnational studies, *Anthropological Theory*, vol.5, no.4, pp.439-461.
- Ikiémi, Serges, 2010, *Le Franc CFA : d'où vient-il? Où va-t-il?*, L'Harmattan.
- Kaspi, André, 1995, *Et la politique continue*, In André Kaspi (éd), *New York 1940-1950; Terre promise et corne d'abondance : L'emblème du rêve américain*, Paris, Éditions Autrement
- Keely, Charles B., 1971, *Effets of the Immigration Act of 1965 on Selected Population Characteristics of immigrants to the United States*, *Demography*, vol.8, no2. pp.157-169.
- Kellner, Douglas, 2002, Theorizing globalization, *Sociological Theory*, vol. 20, no. 3, pp. 85-305.
- Klein, Naomi, 2001, *No Logo*, Montréal, Leméac.
- Konadu-Agyemang Kwadwa et Baffour K. Takyi, 2006, *An overview of Africa Immigration to U.S. And Canada*, In Konadu-Agyemang Kwadwa, Takyi, Baffour K. et John Arthur, 2006, *The New African Diaspora in North America*, Lanham, Lexington Books, pp.2-12.
- Lacroix, Jean-Michel, 2006, *Histoire des États-Unis*, Paris, Quadrige, PUF.
- Latouche, Serge, 1991, *La planète des naufragés*, Paris, La Découverte
- Latouche, Serge, 1998, *L'autre Afrique; entre don et marché*, Paris, Albin Michel
- Latouche, Serge, 2001, *La déraison de la raison économique; Du délire d'efficacité au principe de précaution*, Paris, Albin Michel.
- Lee, Everett S., 1966, A Theory of Migration, *Demography*, vol.3, no.1, pp.47-57.

- Lefèbvre, François, 2003, Sénégal, reportage, Le Courier, le magazine de la coopération au développement ACP-UE, np196, pp.59-79.
- Leon, Donna, 2008, *De sang et d'èbène*, Paris, Calmann-Levy.
- Lévêque et Menière, 2003, *Économie de la propriété intellectuelle*, Paris, La Découverte « Repères ».
- Levinson, M., *The Box; comment le conteneur a changé le monde*, Paris, Max Milo
- Light, Ivan et Steven J. Gold, *Ethnic economies*, 2000; *The ethnic economy*, In N. Smelser and R. Swedberg (eds.), *Handbook of Economic Sociology, 2nd edition*, New York, Russell Sage Foundation
- Massey, Douglas S., 1999, *Why Does Immigration occur? A theoretical Synthesis*, In Charles Hirsman et coll., *The Handbook of International Migration: The American Experience*, New York, Russell Sage Foundation, pp.34-52.
- Mbodji, Mamadou, 2002, *Le Sénégal entre rupture et mutations; Citoyenneté en construction*, In Momar-Coumba Diop (ed), *Le Sénégal contemporain*, Paris, Karthala, pp.575-600.
- Mbodji, Mamadou, 2008, *Imaginaires et migrations, Le cas du Sénégal*, In Diop, Momar-Coumba (ed), *Le Sénégal des migrations; mobilités, identités et sociétés*, Paris, Crepos, Karthala OnuHabitat, pp.305-319.
- Monneyron, Frédéric, 2010, *La sociologie de la mode*, Paris, Presses Universitaires de France, Coll. *Que sais-je*.
- Monot, Bleuzenn, 2009, *La guerre de la contrefaçon; le grand pillage des marques*, Paris, Ellipses, 144 pages.
- Mouhamadou, Moustapha Lo, 2005, *Droits de propriété intellectuelle*, In Ambrosi, Alain, Peugeot, Valérie et Daniel Pimienta (éds), *Enjeux de Mots*.
- Ndiane, Mamadou, 2008, *Contraintes d'une croissance inégalement répartie*. Magazine du bureau régional de la Banque Mondiale à Dakar, no.10, pp. 22-23.
- Naïm, Moisés, 2007, *Le livre noir de l'économie mondiale; contrebandier, trafiquants et faussaires*, Grasset
- Ness, Immanuel, 2005, *Immigrants, Unions, and New U.S. Labor Market*, Philadelphie, Temple University Press
- Nwadiora, E., 1996, *Therapy with African families Western Journal of Black Studies*, 20 : (3), pages 117-124
- OCDE, 2008, *The Economic Impacts of Counterfeiting and Piracy*, 395 pages
- Okome, Moùbàolù Olùfùnké, 2006, *The contradiction of globalization: Causes of contemporary African Immigrtion to the United States of America*, In Konadu-Agyemang Kwadwa, Takyi, Baffour K. et John Arthur, 2006, *The New African Diaspora in North America*, Lanham, Lexington Books, pp.29-48.
- ONU, 2010, *Towards a New International Development Architecture for LDCs, The Least developed countries*, report 2010.

- Papa, Demba Fall, 2003, *Migration internationale et droits des travailleurs au Sénégal*, UNESCO.
- Paradise, Paul R., 1999, *Trademark counterfeiting, Product Piracy, and th billion dollar threat to the U.S. Economy*. Westport, Greenwood Publishing Group.
- Perry, Donna L., 1997, Rural Ideologies and Urban Imaginings : Wolof Immigrants in New York City, *Africa Today*, vol.44, no.2, 229-259.
- Petras, Elizabeth McLean, 1981, *The global labor market in the modern world-economy*, In Mary M. Krizt, Charles B. Keely et Sylvano M. Tomasi (éd.), *Global trends in migration : Teory and research on international population movements*, Center of migration studies, pp.44-63.
- Philips, Tim, 2006, *Knockoff the deadly trade in counterfeit goods; the true story of the world's fastest growing crime wave*, London, Kogan Page.
- Piore, Michael J., 1978, Dualism in the labor market, *Revue Économique*, 29 : (1), Emploi et chômage, pp. 26-48
- Piore, Michael J. (1979). *Birds of Passage: Migrant Labor and Industrial Societies*. Cambridge, Cambridge University Press
- Piore, Michael J.; Suzanne Berger (1980). *Dualism and Discontinuity in Industrial Society*. Cambridge, UK : Cambridge University Press
- Pison, Gilles, et coll., 1997, *Les changements démographiques au Sénégal*, Paris, Presses Universitaires de France, INED.
- PNUD, 2005, Rapport mondial sur le développement humain.
- PNUD, 2010, *La vraie richesse des nations : Les chemins du développement humain*, Rapport sur le développement humain 2010.
- Polanyi, Karl, 1983, *La grande transformation*, Paris, Gallimard.
- Portes, Alejandro, 1995, *The Economic sociology of immigration : essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*, New York, Russell Sage Foundation
- Portes, Alejandro, 1999, La mondialisation par le bas, *Actes de la recherche en sciences sociale*, no. 129, 15-25.
- Portes, Alejandro et Rubén G. Rumbaut, 2006, *A Portrait : Immigrant America*, University of California Press
- Powell, John, 2005, *Encyclopedia of North American immigration*, New York, Infobase Publishing.
- Portes, A. et William Haller, 2005 The informal economy, In N. Smelser and R. Swedberg (eds.), *Handbook of Economic Sociology, 2nd edition*, New York, Russell Sage Foundation.
- Portes, Alejandro et John Walton, (1981), *Labor, Clas, and the International System*, New York, Academic Press.
- Pouzoulet, Catherine, 2009, *New York, Modèle de la ville Monde; De 1975 à nos jours*, In Pauline Peretz, New York ; Histoire, promenades, anthologie et dictionnaire, Paris, Robert Laffont

- Powell, John, 2005, *Encyclopedia of North American immigration*, New York, Facts on file.
- Rea, Andrea et Maryse Tripiet, 2008, *La sociologie de l'immigration*, Paris, La Découverte
- Reich, M., Gordon, D.M. et R. Edwards, 1972, A theory of Labor Market Segmentation, *The American Economic Review*, Vol. 63 : (2), pp. 359-365
- Ritzer, George, 2003, The Globalization of Nothing, *SAIS Review*, Vol.23, No. 2, pp. 189-200.
- Robertson, 1992, *Globalisation : Social theory and global culture*, SAGE Publications Ltd
- Sarr, Papa Amadou, 2009, *Transferts de fonds des migrants et développement en Afrique : Une étude de cas sur le Sénégal*, Migration et développement, OCDE.
- Sassen, Saskia, 1988, *The mobility of labor and capital. A study in international investment and labor flow*, Cambridge University Press.
- Sassen, Saskia, 1996, *La ville globale; New York, Tokyo, Londres*, Descartes et Cie.
- Sassen, Saskia, 2009, *La globalisation; Une sociologie*, Paris, Gallimard.
- Sassen-Koob, Saskia, 1989, New York City's Informal Economy, In Alejandro Portes *et al.*, *The Informal Economy*, Johns Hopkins University Press. 61-77
- Schimdt di Friedberg, Ottavia et Reynald Blion, 2000, *Entretien; Du Sénégal à New York. Quel avenir pour la confrérie mouride*, Marseille Carrefour d'Afrique, no.1224, pp.36-45.
- Sicard, Marie-Claude, 2010, *Luxe, mensonges et marketing*, Montreuil, Pearson, coll. *Village Mondial*.
- Sombart, Werner, 2001, *Economic Life in Modern Age*, New Brunswick, Transaction Publishers.
- Soto, Hernando de, 1994 : *L'autre sentier, la révolution informelle dans le Tiers Monde*. Paris, La Découverte.
- Soto, Hernando de, 2005, *Le Mystère du Capital : Pourquoi le capitalisme triomphe en Occident et échoue partout ailleurs?*, Paris, Flammarion.
- Stalker, Peter, 2000, *Workers without Frontiers; The Impact of Globalization on International Migration*, Boulder, Lynne Rienner Publishers.
- Stoller, Paul, 1996, Spaces, Places, And Fields: The Politics of West African Trading in New York City's Informal Economy, *American Anthropologist*, New Series, vol. 9, no. 4, 776-788.
- Stoller, Paul, 2002, *Money Has No Smell: The Africanization of New York City*, Chicago, University of Chicago Press, 232 pages.
- Stoller, P. et McConatha, 2002, *City Life: West African Communities in New York*, pp.651-677
- Takyi, Baffour K. et Kwadwa Konadu-Agyemang, 2006, Theoretical Perspectives on African Migration, In Konadu-Agyemang Kwadwa, Takyi, Baffour K. et John Arthur, 2006, *The New African Diaspora in North America*, Lanham, Lexington Books, pp.13-27.
- Tall, Serigne Mansour, 2002, *L'émigration internationale sénégalaise d'hier à demain*, In

- Momar-Coumba Diop, *Le Sénégal entre le local et le global*, Paris, Karthala, pp.549-578.
- Tidjani, Bassirou et Adama Gaye, 2002, *Secteur privé et développement économique et sociale*, In Momar-Coumba Diop, *Le Sénégal entre le local et le global*, Paris, Karthala, pp.29-65.
- Todaro, M., (1969). A model of labor migration and urban unemployment in less developed countries, *American Economic Review*, 59, 138-148
- Todaro, M., (1976). Urban job expansion, induce migration and rising unemployment. A formulation and simplified empirical test for LDC's, *Journal of Development Economic*, 3, 165-187
- Touré, E.H. Seydou Nourou, 2002, *Tendances et perspectives de l'agriculture*, In Momar-Coumba Diop, *Le Sénégal entre le local et le global*, Paris, Karthala, pp.189-225
- UNDESA, 2009, *International Migration Report 2009; A global assessment*, Economics and social affairs, p.360
- Union des fabricants, 2010, *L'impact de la contrefaçon vu par les commerçants français*, Union des fabricants, Rapport.
- Waldinger, R, 1993, Le débat sur l'enclave ethnique : revue critique, *Revue européenne des migrations internationales : REMI*, 9 : (2) p. 15-29
- Wallerstein, Immanuel, 2002, *La mondialisation n'est pas nouvelle*, Postface à la deuxième éditions de *Le capitalisme historique*, Dans le cadre de la collection : « Les classiques des sciences sociales », [Site web],
[\http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales_index.html
 |
- Wallerstein, Immanuel, 2006, *Comprendre le monde ; Introduction à l'analyse des systèmes-monde*, Paris, La Découverte.
- Weigel, J.-Y., 1982, *Migration et production domestique des Soninkés du Sénégal*, Office de la recherche scientifique et technique outre-mer (ORSTOM)
- Wepman, Denis, 2007, *Immigration*, New York, Infobase Publishing.