

Construction d'un nouvel espace régional, symbolique et réel, par les entrepreneurs du nord du Mexique¹

Hélène RIVIÈRE D'ARC*

Lorsqu'on évoque aujourd'hui l'émergence de nouvelles zones de production, il est fait référence à un phénomène de polarisation survenant dans un contexte général de mondialisation. Alors que cette dernière marque le rétrécissement de l'espace qu'entraîne le progrès des communications, la polarisation des activités dans une zone ou dans une ville exprime le rôle de la proximité dans l'innovation et la nécessité du face à face dans certaines circonstances (SASSEN, 1992). Ces nouvelles zones de production peuvent également être perçues comme la réussite des « économies-territoires », selon l'expression de Pierre VELTZ (1994), où « s'imbriquent l'économique, le technique, et la complexité des relations sociales extra-économiques ».

Tous les États de la zone frontalière nord du Mexique, sauf le Coahuila, affichent des taux de croissance industrielle élevés correspondant à des sites urbains eux-mêmes en forte expansion. Sommes-nous alors en présence de nouvelles « économies-territoires » — une dizaine d'archipels tout au long de la frontière — basées sur le partage d'expériences locales ? Pour compléter l'énoncé de cette question, et poser les préalables qui l'accompagnent, on évoquera dès maintenant l'originalité de la situation géographique de cette zone. Celle-ci est triple : d'abord la présence de la frontière, précisément, qui entraîne certains phénomènes irréductibles ; ensuite, la proximité géographique entre les États du nord du Mexique et ceux du sud des États-Unis, à l'origine d'une pratique de dérogations en matière de taxe à l'importation, à l'exportation et à la circulation qui fait que l'application du traité de libre-échange (Accord de libre-échange nord-américain, Aléna) n'a pas provoqué localement de grands changements de comportement, ni d'habitude ; enfin, troisième

* Sociologue, CNRS-Credal, 27, rue Paul Bert, 94204 Ivry-sur-Seine, France.

¹ Ce texte est issu d'une communication présentée au colloque « *Competitividad territorial y recomposiciones* », El Colegio de México, avril 1995.

élément, on se trouve à proximité de zones à croissance forte, du côté américain, que d'aucuns ont parfois assimilées à des districts de type marshallien et post-fordiste : la Californie, Phoenix, Dallas... autant de sites du *Sunbelt* vers lesquels migrent les investissements, les idées et les hommes.

Notre zone test sera l'État de Chihuahua où l'on essaiera de comprendre comment la valorisation historique de la région, l'affirmation identitaire et l'appartenance à des réseaux sont les instruments qu'utilisent les entrepreneurs locaux mexicains pour élaborer, avec quelque succès, cette nouvelle configuration régionale, dans une dynamique qui n'est pas en phase avec ce que l'on peut observer à l'échelle nationale. Eux-mêmes sont les acteurs clés de cette élaboration.

La zone frontalière nord du Mexique regardant vers les États-Unis, et notamment l'État de Chihuahua dans le nord-ouest, bien qu'il n'ait connu aucune tradition manufacturière, affiche un rythme de croissance industrielle soutenu depuis trois décennies (autour de 5 % annuels depuis 1980). La création d'emplois industriels n'y a fléchi qu'entre 1991 et 1992 (pour devenir négative) mais elle est repartie à la hausse en 1993. Plus d'un tiers de la population active travaille dans le secteur secondaire. La balance commerciale reste positive et connaît même une explosion depuis la dévaluation du peso en décembre 1994. Cela n'est guère étonnant puisque l'industrie *maquiladora* représente la principale activité régionale². Une donnée cependant est intéressante : entre 1988 et 1990, l'emploi industriel en général est passé de 203 000 à 280 000 personnes — de 151 000 à 160 000 en *maquila*. Au cours de ces deux années, le rythme de croissance dans le secteur non *maquilador* a donc dépassé le rythme pourtant très fort jusqu'à 1988 de la croissance en *maquila* (qui représentait environ 10 000 à 20 000 emplois par an)³.

Ces données nous conduisent à poser l'émergence d'une nouvelle région de production, dont les limites géographiques sont floues. En effet, chaque élément servant à en définir la structure ou à identifier un réseau

² L'industrie *maquiladora* est un type d'industrie sous douane très présent au Mexique, surtout dans la région frontalière dont le programme d'implantation avait été élaboré dans les années 1960. Des capitaux américains se sont investis depuis lors assez massivement dans ces régions, en créant des usines sous-traitantes, filiales de multinationales, le plus souvent spécialisées dans la confection et l'électronique. Ces entreprises sont autorisées à importer tous leurs intrants sans payer de taxes et exportent au moins 80 % de leurs productions aux États-Unis, également exonérées de taxes. Aujourd'hui, le programme *maquilador* s'est complexifié mais a perdu de son originalité avec la mise en application de l'Alena. L'État de Chihuahua, et notamment la ville de Ciudad Juárez, possède les plus grandes *maquiladoras* du Mexique ainsi que le plus fort contingent d'emplois dans ce secteur d'activité. Les termes de *maquiladora* et de *maquila* sont employés indifféremment pour désigner ce type d'usine.

³ Il ne s'agit pourtant pas de mythifier cet État. Il ne représente que 3 % de la population du Mexique et un peu plus de 3 % de la production.

la dessine diversement : ce peut être un ensemble d'États frontaliers (Chihuahua, Sonora, pour le Nord-Mexique ; Texas, Nouveau-Mexique, Arizona, Californie du Sud pour le versant américain) ; ce peut être un axe urbain Chihuahua-Ciudad Juárez-El Paso-Dallas-Albuquerque, etc. Mais c'est bien la maîtrise d'un pan d'espace qui caractérise la prétention du groupe des entrepreneurs locaux, auquel est due cette dynamique de l'emploi industriel, ainsi que certains traits d'identité partagés qui les conduisent à interpréter en fonction de leurs héritages locaux et de leurs territoire d'appartenance les nouveaux modèles de la concurrence et de la globalisation.

Afin de caractériser la relation entre ces acteurs et la région qu'ils contribuent à dessiner, quelques mises au point sont nécessaires quant à la nature de la région économique en cours de formation — par rapport aux modèles maintenant connus et à la situation mexicaine actuelle — ainsi qu'une brève comparaison avec les situations régionales brésiliennes et asiatiques, avant d'analyser et d'interpréter le discours identitaire des entrepreneurs recueilli au cours de nombreux entretiens réalisés entre 1989 et 1993.

LE POINT SUR LA COMPÉTITIVITÉ DE LA RÉGION

De nombreux chercheurs se sont livrés à des analyses empiriques sur la méthode du développement par la sous-traitance que les États de la frontière nord du Mexique ont tenté dans les années 1960, à partir d'un modèle qui avait été expérimenté sous des formes plus ou moins similaires à Taïwan et à Singapour, et qui s'est également propagé dans la Caraïbe, en particulier à la Jamaïque et en République dominicaine.

Des économistes de l'université d'Austin et du Colegio de la Frontera Norte ont présenté la période de démarrage des *maquiladoras* comme étant de type fordiste malgré les fluctuations économiques et les années de récession qu'ont connues le Mexique et les États-Unis au cours des trois dernières décennies. La fin des années 1980 et le début des années 1990 marquent un changement dans la construction intellectuelle à la fois d'un nouveau projet et d'une nouvelle étape d'industrialisation du Nord.

Les économistes procèdent à de nouvelles typologies. Ils distinguent des producteurs flexibles post-fordistes, des manufactures de type fordiste (le plus souvent les grandes multinationales), les usines d'assemblage, avec travail intensif classique, et les usines mexicaines traditionnelles. La plupart de ces études concluent qu'il n'existe pas de synergie locale permettant de définir des districts du type de ceux qui ont été décrits pour la Californie, Dallas ou Phoenix, la plupart des entreprises dont les caractéristiques de fonctionnement sont dites post-fordistes étant des

sous-traitantes de grandes corporations nord-américaines ou, beaucoup plus rarement, japonaises⁴. On verra que cette observation peut être nuancée. Par ailleurs, ces études tiennent peu compte de la concentration spatiale d'un ensemble d'entreprises sur le territoire mexicain, dont des centaines sont de petite taille et intègrent peu de main-d'œuvre (de quatre à dix ou quinze personnes), mais dont la présence en ces lieux, notamment dans les villes de Juárez et de Chihuahua, est assez récente et n'est pas fortuite. Un de leurs objectifs principaux est d'entrer dans le marché des intrants à la disposition des *maquiladoras* (tabl. I).

TABLEAU I
Exemples de branches industrielles modernes et de services hors *maquila* à Ciudad Juárez. Évolution du nombre d'entreprises.

	1987	1990
Matériel photographique	72	142
Arts graphiques	115	117
Mécanique automobile	204	224
Électronique	62	68
Ateliers divers	263	364
Sur un total de	3 186	4 108

Source : Canacinfra.

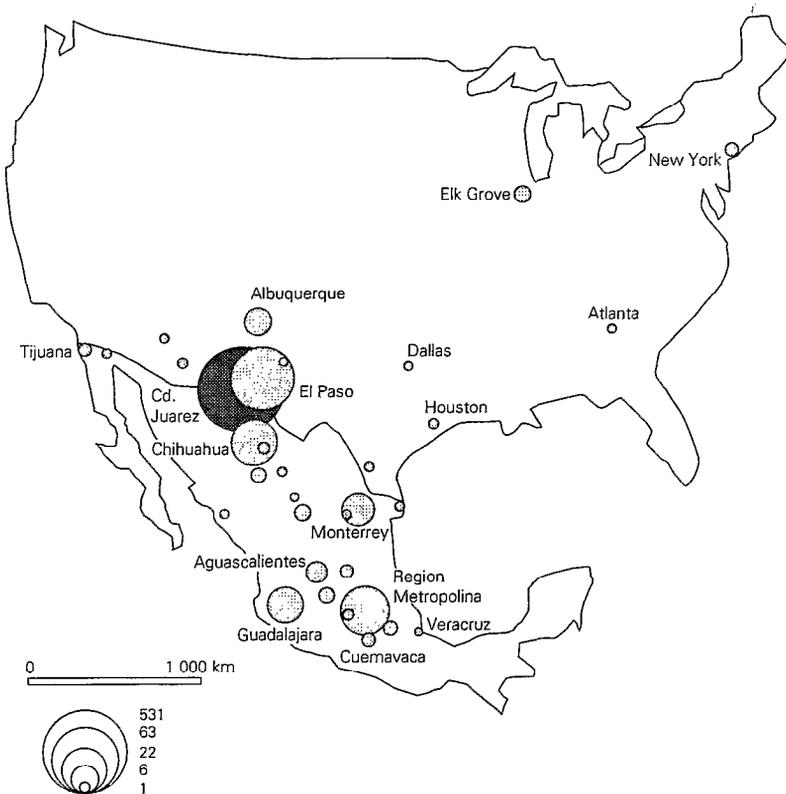
Il faut cependant retenir que, malgré cette croissance, les sources statistiques disponibles donnent toujours (pour 1991-1992, année où les effets de la récession nord-américaine ont été ressentis) une proportion d'intrants d'origine mexicaine dans la consommation des *maquiladoras* qui ne dépasse pas 2 % (1,5 % en 1985, source Secretaria de Comercio)⁵.

De leur côté, les élites locales (entrepreneurs et professionnels) réunies dans des associations et nombre de politiciens du Chihuahua préconisent la nécessité du passage à une étape plus intégrée, moins préoccupée

⁴ Pour une typologie des entreprises, voir, par exemple, Patricia A. WILSON (1989), Jorge CARILLO (1993). Pour une analyse des districts du sud des États-Unis, voir Allen J. SCOTT (1992) ainsi que Robert SALAIS et Michael STORPER (1993).

⁵ La carte de la figure 1 montre que parmi les participants à la foire aux producteurs d'intrants, qui a eu lieu en 1991 à Ciudad Juárez, à l'initiative de l'entreprise Desarrollo Economico de Chihuahua, la plupart des exposants avaient leur adresse professionnelle à El Paso (Texas). Or une partie seulement de ces intrants y est produite. Le reste transite par cette ville afin d'être dédouané. Il y a cependant une tentative assez marquée d'explorer le marché frontalier des intrants de la part d'entreprises du centre du pays, notamment de Toluca, Cuernavaca et Guadalajara. Par ailleurs, alors que les liens commerciaux et d'acquisition de savoir-faire sont forts avec la Californie, celle-ci n'est pas présente sur le marché des intrants contrairement à Albuquerque.

d'absorption de main-d'œuvre bon marché et davantage détectrice de créneaux locaux. Or cette étape tarde à se mettre véritablement en place, les maux et les freins à ce retard dénoncés à la fin des années 1980 l'étant encore aujourd'hui, pratiquement dans les mêmes termes. Les explications à cet état des choses sont diverses et ne semblent pas pouvoir être regroupées selon la branche d'activité de ceux qui les avancent.



Source : *Desarrollo económico de Cd. Juárez, a.c.*

FIG. 1. — Origine des participants à la dixième foire internationale d'intrants pour l'industrie, Ciudad Juárez, 1991.

De la difficile définition de ces espaces industriels issus de la dynamique *maquiladora*, et dans le contexte partout répété de globalisation, il convient alors de retenir l'accentuation du rythme de concentration territoriale qui ne se départit pas et ne s'interrompt même pas à l'échelle de l'État. Malgré les pressions publiques pour inciter à une distribution spatiale plus diffuse, le rythme de création d'entreprises semble expo-

nementiel dans les villes de Juárez (800 000 habitants) et de Chihuahua (600 000 habitants)⁶. Nous sommes donc en présence de deux sites industriels seulement.

Région peu peuplée, presque désertique, sans aucune tradition industrielle, où se télescopent taylorisme et formes de flexibilité issues de la tradition mexicaine du paternalisme ou de l'informalité, parfois d'une adaptation aux formes dites modernes de la gestion, le Chihuahua et l'ensemble de cette zone de transition au cœur spatial de l'Alena méritent que l'on pose la question de leur construction. Notre hypothèse est bien celle d'une couche émergente d'entrepreneurs ouverts aux idées néo-libérales dont la stratégie a été activée par la crise des années 1980 et par la libéralisation, enfin par les effets de proximité avec certaines des villes américaines les plus performantes dans le domaine de la récente compétitivité (Dallas, Los Angeles, Phoenix...).

COMPARAISONS INTERNATIONALES

L'analyse des conditions d'apparition de nouvelles zones de production moderne dans les pays qui ne font pas partie de la Triade, conduit à poser la problématique de la comparaison comme essentielle. Nous-mêmes avons tenté une mise en perspective du comportement, à vingt ans de distance, des entrepreneurs locaux de deux États asiatiques, Taïwan et Singapour, et du Nord-Mexique. Nous reviendrons sur quelques résultats de ce travail (PAIX-CLAVEL et RIVIÈRE D'ARC, 1994). Mais disons tout de suite que l'histoire de leur appartenance territoriale et leurs traits d'identité sont des facteurs qui rendent considérablement plus complexes des comportements que l'on pourrait croire universels, à plus forte raison dans le contexte de la globalisation. Il nous semble donc intéressant de lancer ici l'amorce d'une mise en perspective avec des situations régionales brésiliennes. Plusieurs auteurs — politologues et économistes — se sont interrogés à propos de l'apparition sur la scène locale du Nordeste, au Ceara, d'une catégorie de « jeunes entrepreneurs » marqués par « une forte identité territoriale qui dépasse la diversité des branches et la taille des entreprises » (DE MELO *et al.*, 1994).

Certes, le contexte du Ceara est très différent de celui du Chihuahua. C'est historiquement l'un des États les plus pauvres du Brésil. Il s'agit par ailleurs d'un État héritier d'une longue histoire sociale, très peuplé et traditionnellement spécialisé dans les activités artisanales, du textile et de la confection. C'est donc vers ces branches et vers l'alimentaire que se tourneront principalement les « jeunes entrepreneurs » qui veulent devenir modernes en ne rompant pourtant ni avec les activités traditionnelles, ni avec l'identité régionale.

⁶ Pour ce qui concerne le côté mexicain, bien sûr.

Point de différence important donc, ce passé. Mais, élément de rapprochement entre les deux régions, l'absence ici et là de tradition industrielle, autrement dit l'inexistence du passage par une période dite fordiste comme la connaîtrait par exemple l'État de São Paulo⁷. Cela fait que l'on peut comparer certaines organisations récemment créées à Fortaleza, comme le Pacte de coopération (1991), qui a réuni grands et petits entrepreneurs au sein du Centre des industries du Ceara (CIC), avec des associations du Chihuahua comme Desarrollo economico de Chihuahua ou Apimex⁸.

La « réussite » conjoncturelle du Ceara, en termes d'indicateurs, ressemble à celle du Chihuahua. Il a connu une croissance industrielle ininterrompue entre 1980 et 1992 qui atteint parfois 6 % l'an. En termes d'image de marque, il obtient cependant des résultats plus médiatisés à l'échelle du pays que le Chihuahua : les promoteurs du changement ont acquis en effet une place de niveau national au plan politique ; ils sont devenus les « jeunes-turcs ». La publicité pour « la mode du Ceara » apparaît sur les murs de São Paulo, à Rio et à Bahia...

On retiendra donc de cette mise en perspective un discours identitaire et territorialisé commun, avec une application dans des créneaux industriels très différents entre les deux régions.

LA CRISE DE 1994 ET L'ANALYSE DE LA SITUATION LOCALE

Plusieurs hypothèses renvoyant à la question territoriale au cours des dix dernières années sont venues modérer l'euphorie du discours sur la sortie de crise. Elles voyaient un Mexique coupé en deux. Certaines considéraient que le Nord parviendrait à tirer le Sud de l'avant. D'autres que le fossé entre les deux espaces s'accentuerait. D'autres, enfin, dans le contexte de la globalisation, avaient tendance à gommer l'existence et l'importance de l'échelle nationale au profit des recompositions régio-

⁷ Nous ne développerons pas ici la comparaison avec l'État de São Paulo qui connaît pourtant aussi une croissance des emplois industriels forte. Mais São Paulo représente par excellence la région qui vit encore beaucoup des caractéristiques de l'industrialisation fordiste. D'après une cartographie que nous avons réalisée avec Hervé Théry à propos de l'industrie textile et de la confection, qui permet de comparer les deux États (1980-1985), on peut constater que la « nouvelle industrialisation » au Ceara est concomitante d'une forte centralisation (à Fortaleza), alors que les petites entreprises sont beaucoup plus dispersées dans les petites villes de l'État de São Paulo.

⁸ Desarrollo economico de Chihuahua, entreprise de services aux entrepreneurs, créée par eux. Apimex, association regroupant de jeunes entrepreneurs pour la production d'intrants et pour la promotion de l'exportation. La comparaison porte sur la jeunesse des entrepreneurs, la recherche de la compétitivité (autour du slogan « qualité totale ») et surtout la nécessité de créer des liens entre petites et grandes entreprises, etc.

nales et d'une nouvelle multipolarisation. Or, quelles que soient les raisons précises et exactes de la crise financière, économique et politique que traverse le pays, celle-ci rappelle en même temps l'importance négligée de cette échelle, puisque la crise mexicaine ébranle à elle seule le monde des finances latino-américain (effet « tequila »), et parce que ses répercussions toucheront sans doute autant la dynamique industrielle du Nord que les activités du Sud, à travers leur cortège de difficultés sociales. Un exemple et une question pour illustrer ce propos émis à titre d'hypothèse : un nombre non négligeable des entrepreneurs que nous avons interviewés (peut-être un tiers) sont endettés en dollars car l'accès aux banques est plus aisé aux États-Unis qu'au Mexique et les taux d'intérêt moins élevés. Dès lors, que va-t-il se passer dans cette phase encore peu consolidée d'industrialisation locale pour ceux dont l'essentiel des ventes se faisait en pesos, même s'ils étaient endettés en dollars ? Enfin, les producteurs mexicains, longtemps accusés de produire pour un marché national captif, vont-ils bénéficier de cette vertigineuse chute du peso ? Il semble que oui. Néanmoins, dans la profondeur de cette crise, il y a des éléments qui ne peuvent pas ne pas infléchir certains des traits fondateurs du discours identitaire et régionaliste des entrepreneurs du Chihuahua, que nous allons présenter maintenant.

Précisons que, au cours des entretiens qui ont eu lieu durant les années 1990-1993, la plupart d'entre eux affirmaient faire confiance à la politique d'ouverture de Carlos Salinas et de son gouvernement, tout en s'affirmant politiquement plutôt dans la mouvance du Pan (Parti d'action nationale)⁹, et n'envisageaient pas une crise financière aussi brutale, même si certains justifiaient leur endettement en pesos par le risque constant de dévaluation.

DISCOURS IDENTITAIRE ET CONSTRUCTION SYMBOLIQUE RÉGIONALE

L'origine et la trajectoire des « entrepreneurs locaux » font d'eux un groupe très disparate¹⁰. Nous avons montré cette hétérogénéité dans d'autres travaux (RIVIÈRE D'ARC, 1994 b). Mais le groupe propose une rhétorique commune destinée à légitimer l'existence de ses membres comme acteurs d'une croissance locale ininterrompue depuis près de quinze ans et comme acteurs de la modernité locale. Cette modernité est

⁹ Voir l'excellente analyse de Yemile MIZRAHI (1994). Cette recherche montre comment l'adhésion au Pan a été un moyen de combattre le parti au pouvoir (PRI), considéré comme omniprésent, et excessivement centralisateur. Là aussi le voisinage avec les États-Unis a conduit à valoriser le bipartisme, le parti de gauche nationaliste (PRD) ne pouvant guère être pris en considération par les entrepreneurs.

¹⁰ Voir surtout les travaux d'Alejandra SALAS PORAS (s. d., 1993) ; également Carlos ALBA VEGA (1993).

envisagée comme un tout combinant néo-libéralisme économique et démocratie politique dans une sorte de confusion consensuelle. Le groupe des entrepreneurs s'estime en charge de la mise à l'ordre du jour de la performance et de la compétitivité économique, qui sont censées ne pouvoir s'épanouir que dans la démocratie politique.

Deux éléments de ce discours, illustrant la construction régionale par le biais de la construction identitaire, se détachent particulièrement dans cette rhétorique : le propos anti-centre (anti-Mexico, fortement décentralisateur) et en apparence très anti-interventionniste, et le discours sur l'adversité qui, école de volonté, permettrait de se situer dans le camp de la performance.

Enfin, une méthode stratégique, l'appartenance à des réseaux éventuellement transfrontaliers, mais, comme on le verra, très circonscrits géographiquement, leur permet d'affronter les nouvelles contraintes mondiales de la concurrence (fig. 2).

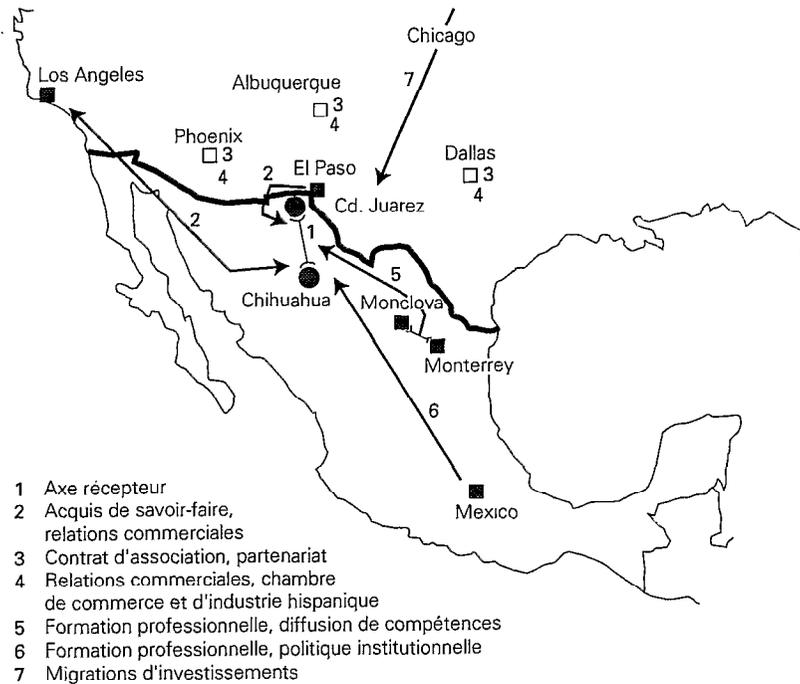


FIG. 2. — Les réseaux des entrepreneurs de Ciudad Juárez et Chihuahua.

Afin de mettre en relief l'efficacité de ce discours, rappelons quelques traits de la production économique du groupe : la plupart des entreprises sont très petites, 80 % d'entre elles ayant été fondées par leur actuel propriétaire. Beaucoup parmi elles ne posent pas la question des débou-

chés comme un problème aigu, même si la recherche d'un espace commercial frontalier apparaît néanmoins comme une nécessité pour un entrepreneur sur trois¹¹. Cela signifierait-il qu'est en cours de formation un marché régional important, suffisamment dynamique pour absorber une production encore modeste (hors *maquiladora*) ? On notera par ailleurs que la demande de l'État mexicain, à travers ses entreprises locales ou fédérales, représente encore un débouché important pour certains secteurs électroniques de pointe. Enfin, voici les quelques créneaux les plus représentatifs : l'électronique (codes-barres, compteurs, etc.), la fabrication de logiciels, la réparation de pièces électroniques et mécaniques, la fabrication de pièces mécaniques en de petites quantités correspondant aux exigences du *just at time* et des flux tendus ; enfin, la fabrication de produits de technologie simple (étiquettes, par exemple). De cette énumération, on peut retenir qu'un certain nombre de ces créneaux sont intégrés au circuit des *maquiladoras* (en particulier les pièces mécaniques et les étiquettes). Ils entrent plutôt dans un marché captif dont ils ne constituent pourtant pas tous des intrants au sens propre.

La construction identitaire des entrepreneurs s'érige donc autour de ces deux pôles : créneaux et valeurs. Dans l'un comme dans l'autre, on trouve des arguments de leur logique qui relèvent tant des déterminations de la globalisation que d'une singularité régionale déclinée à plusieurs échelles. Celle-ci s'élabore par la construction d'une mémoire mythique, d'un héritage. Il est vrai que, comme l'écrivent SALAIS et STORPER (1993)¹², il a été fort intéressant « d'expliquer la genèse du développement industriel des États-Unis [...] par l'existence d'un continent presque vide qui aurait engendré une demande pour des biens qui soient légers, rapides et bon marché plutôt que durables [...] degré élevé de séparation spatiale (automobile, avion, téléphone) qui aurait constitué un *tout* technologique ». De même, disent-ils, il a existé une périodisation des valeurs attachées à l'édification du personnage de l'entrepreneur (mobilité individuelle, égalité formelle des chances mais inégalité des destins particuliers...) et à la représentation de l'idéal-type légitime pour un Américain qui va du colon de la frontière, au XIX^e siècle, à l'homme de science intéressé par l'entreprise, à partir de la fin du XX^e siècle.

L'évocation de cette construction diachronique a une part d'utilité pour expliquer la situation régionale du Nord-Mexique et le discours des entrepreneurs aujourd'hui encore. Ne se trouve-t-on pas, dans le sud des États-

¹¹ Ce manque d'affirmation sur le problème du marché, qui entraîne une interprétation un peu contradictoire de plusieurs réponses, est peut-être dû à la façon dont les questions s'y rapportant ont été posées au cours de l'enquête.

¹² En particulier dans le chapitre V, « La haute technologie en Californie : un monde de production immatérielle dans un contexte marchand ». La « séparation spatiale » dont nous faisons mention dans la citation ci-dessus évoque les grands vides géographiques de l'Ouest américain à l'époque des pionniers.

Unis et le nord du Mexique, dans un espace très peu peuplé où le marché intérieur est somme toute en cours d'apparition ? Perpétuation des conditions géographiques donc, présence des mêmes éléments, mais, au lieu que l'on puisse les périodiser, ils se télescopent. On retrouvera pourtant deux types de produits-créneaux qui semblent toujours correspondre à cet espace et à cette société mobile : produits légers à durée limitée, et tout ce qui a trait à l'automobile et à la communication-téléphonie. Quant aux valeurs et aux qualités que les entrepreneurs mexicains veulent se donner, elles sont identitaires certes, mais liées aux traits de l'histoire régionale. Du point de vue des valeurs, une des plus prisées est la capacité de mobilité ; elle renvoie à une forte valorisation individuelle de celui qui a eu l'audace d'apprendre un savoir-faire — comme ouvrier ou technicien — à l'étranger, en particulier à Los Angeles et, ce qui est moins audacieux mais fréquent, à El Paso. Quant à l'idéal-type, ce serait une combinaison entre le *self-made-man* ressuscitant le mythe pionnier et l'ingénieur tourné vers l'activité entrepreneuriale après qu'il a fait son apprentissage dans un institut technologique prestigieux et parfois dans la *maquila*. Sur le plan spatial, ce serait la version mexicaine du modèle que Salais et Storper appellent « essaimage ». Sur le plan social, l'association père-fils répondrait assez bien à cette recherche de l'idéal-type : plusieurs petits chefs d'entreprise que nous avons rencontrés avaient travaillé comme ouvrier puis comme technicien à Los Angeles, avaient ensuite appris la technologie sommaire de certains produits porteurs, créé leur petite entreprise à Ciudad Juárez à leur retour et fini par y associer avec fierté leur fils.

Cependant, cette personnalisation du local par le recours aux valeurs d'une société mobile et individualiste se combine à son tour avec une adhésion aux critères internationaux de performance qui se traduit cette fois-ci par une hésitation ou un manque de confiance sur l'originalité de leurs pratiques de gestion pour les entrepreneurs mexicains. On peut dégager aussi de leurs propos la difficulté de réinterprétation de ce qui leur apparaît comme les modèles les plus performants au plan mondial : modèles « américain », « japonais » et « italien »¹³. Cependant, l'importance attachée à l'identité, destinée à « se donner une marque », au double sens régional et individuel, les oblige à essayer de construire un éventuel modèle « mexicain », bien moins affirmé toutefois que les modèles « asiatiques », par exemple. Lorsqu'ils s'aventurent à définir ce que serait un modèle mexicain, les entrepreneurs font alors appel à certains traits paternalistes des relations de travail au Mexique, qu'ils érigent en support de ce modèle en gestation. Ce dernier, disent-ils,

¹³ L'intérêt pour le modèle « italien » s'explique par deux raisons : la croyance dans la petite entreprise performante d'une part et le fait d'autre part qu'il y a d'assez nombreuses entreprises de céramique et de meubles, produits pour lesquels l'Italie est considérée comme à la pointe de la créativité et du marché.

permettrait le passage direct à la flexibilité et court-circuiterait la rigidité du système corporatiste syndical, lequel n'a d'ailleurs jamais beaucoup pénétré le milieu industriel du Chihuahua parce que les entreprises nationales y étaient de tout temps peu nombreuses.

C'est donc principalement par la référence à l'autre, dans un but de distinction, qu'apparaît la région ; cet autre étant d'ailleurs double. C'est le centre du pays symbolisé par la ville de Mexico, lieu du pouvoir central et de l'État, l'un des pôles géographiques, pourrait-on dire. Ce sont aussi les voisins et interlocuteurs nord-américains vis-à-vis desquels les entrepreneurs mexicains se veulent à la fois proches et autonomes, et qui correspondent à une multipolarité géographique : El Paso, Albuquerque, la Californie, le Texas, Chicago...

Les entrepreneurs du Chihuahua répandent volontiers l'idée que leur créativité et leur sens de la responsabilité collective, assumée par les plus riches et les plus prestigieux d'entre eux, sont à l'origine des changements économiques qu'a connus la région frontalière depuis les années 1960. Ils considèrent que, pour les provoquer, ils ont eu à faire face à une adversité de nature structurelle à l'échelle nationale et régionale : une adversité politique au plan national, une adversité géographique au plan régional.

Au plan national, quelques lieux communs sur les blocages qu'induit, ou a induits, l'intervention bureaucratique de l'État reviennent constamment. Selon la majorité d'entre eux, le protectionnisme tatillon a fini par figer la dynamique industrielle mexicaine. Les entrepreneurs se seraient alors contentés de répondre à la demande d'un marché national captif et protégé. Assez confortablement installés dans une absence totale de concurrence, ils n'auraient modernisé ni leurs produits (invendables sur le marché international), ni leur équipement, ni encore leur gestion inféodée au pouvoir syndical et à la loi du travail. Seuls les hommes d'affaires des États du Nord, et particulièrement ceux du Chihuahua, auraient réagi à cet étranglement, la proximité avec les États-Unis les aidant à moins craindre leurs voisins que leurs compatriotes. L'État est également accusé de bureaucratie, de centralisme extrême et inefficace, d'être, par clientélisme, le défenseur aveugle du corporatisme syndical (donc d'une législation du travail contestée). Il est accusé aussi de corruption. Cet ensemble d'accusations conduit les entrepreneurs à poser le principe de liberté comme synonyme d'un libéralisme où se combineraient l'économique et le politique¹⁴ et, plus concrètement, à percevoir

¹⁴ Eux qui ne font pratiquement jamais référence à l'Amérique latine, continent qui semble presque, pour eux, appartenir à la *terra incognita*, se réclament en revanche très souvent d'Hernando de Soto et de son fameux ouvrage *El otro sendero* qui met vivement en cause les bureaucraties d'État en Amérique latine.

le régime autoritaire et corporatiste du PRI¹⁵ mexicain comme non démocratique, malgré les « progrès » accomplis sous le gouvernement du président Salinas de Gortari.

Cette analyse s'accompagne, logiquement, d'une position vivement anti-centre et favorable à un maximum de décentralisation des pouvoirs, notamment en matière de renforcement des négociations directes entre villes (El Paso et Ciudad Juárez, par exemple), entre gouverneurs d'États frontaliers (Chihuahua, Texas, New Mexico...), entre chambres de commerce et d'industrie appartenant à ces États, en matière d'autonomie bancaire enfin (réseau des banques nationales comme Bancomex et Nafinsa...).

L'accent fréquemment mis sur la décentralisation renvoie à une identification avec le territoire qui prend généralement la forme concrète de l'État de Chihuahua. Ce territoire entre alors dans le champ symbolique : les entrepreneurs (mais non pas n'importe quel immigrant) sont présentés comme les héritiers des pionniers ; cela expliquerait leur goût pour l'indépendance, le risque et la réussite sociale qui s'exprime différemment dans les autres régions du pays et qui n'hésite pas à aller à contre-courant des idées admises à Mexico. Leur dynamisme suscite une mobilité sociale inconnue autre part et s'en alimente. Mais l'image du pionnier ne se réduit pas à son individualisme et à sa capacité à braver le système étatique. Il prétend s'être également endurci dans un milieu géographique difficile : loin des centres du pouvoir, qu'ils soient mexicains (Mexico et Monterrey) et (ou) nord-américains (le Nord-Est, la Californie, Dallas). Ce voisinage avec une pointe un peu perdue du sud du Texas et avec les États nord-américains les plus désertiques, au sens propre et figuré du terme, jusqu'à une époque récente, le New Mexico et l'Arizona, contribuerait à poser le démarrage d'un projet économique privé comme un véritable défi. La dureté du milieu géographique dont il s'agit de vaincre les agressions comporte également des allusions au climat rude et à la faiblesse des ressources locales (notamment en eau). Autant d'ingrédients qui permettent de composer la figure de l'entrepreneur, qu'il soit petit ou grand¹⁶.

L'image ainsi composée conduit bien évidemment à une profession de foi libérale qui, malgré l'assurance du discours approbateur tous azimuts sur l'Alena, cache certaines craintes qu'inspirent le modèle américain et l'idée de puissance qu'il dégage. La profession de foi libérale permet de donner confiance aux partenaires américains et aussi de leur envoyer cette image. Elle est donc très instrumentalisée mais n'a qu'une portée

¹⁵ Parti révolutionnaire institutionnel, au pouvoir depuis la Révolution mais dont le système a été ébranlé au cours des années 1980.

¹⁶ Voir les évocations de la rudesse de la vie régionale dans Oscar J. MARTINEZ (1982) ; voir également Fernando JORDAN (1989).

limitée géographiquement au nord du Mexique et au sud des États-Unis. Elle correspond à cette région qu'on peut identifier au marché intérieur en formation que représente la frontière au sens large. Ces craintes et l'image de soi qu'on essaie de camper expliquent le souci d'appartenir à des réseaux techniques, économiques et sociaux — nationaux ou inter-frontaliers — et de les entretenir.

La représentation des États-Unis que se font les Mexicains de la frontière correspond à une construction familière au plan de ses principaux traits : désertique, peu peuplée, pionnière, rude, etc. Elle porte aussi sur les relations entretenues avec des acteurs individuels ou collectifs de ce pays, sur le fonctionnement des réseaux qui s'y pratique et sur les effets presque quotidiens du voisinage. En même temps, et paradoxalement, cette image renvoie aussi à celle de la globalisation.

LES RÉSEAUX D'APPARTENANCE PEUVENT-ILS ÊTRE DÉFINIS À UNE ÉCHELLE TERRITORIALE ?

Sur cette représentation aréolaire de la région, construite sur des symboles géographiques, se greffent les réseaux, sur les limites territoriales et l'efficacité desquels il convient de s'interroger. Nous ne nous penchons pas ici sur le rôle des communications dont l'efficacité semble réduite en matière de téléphone et battue en brèche en raison des coûts élevés, mais tout de même capable de répondre aux contraintes de la mondialisation. En revanche, si l'on considère que les réseaux socio-économiques sont les instruments clés de la construction de l'environnement au sens sociétal du terme, il convient de restituer les héritages qui sont à l'origine de leur formation, et les conditions locales qui leur donnent leurs particularités.

Selon leurs filières de formation, et selon la branche de production de leur entreprise, les entrepreneurs appartiennent à des réseaux différents, mais certains lieux jouent le rôle de nœuds transversaux, ou de relais (la Canacinttra, par exemple)¹⁷.

Les diasporas constituent aujourd'hui des instruments particulièrement reconnus et efficaces de la projection mondiale de certains entrepreneurs locaux. Cela concerne particulièrement les Asiatiques, dira-t-on avec raison¹⁸. Mais, dans ce même esprit, des liens se nouent avec l'immigration mexicaine aux États-Unis, avec les chambres de commerce et

¹⁷ Deux textes présentent plus en détail les filières de formation et leur lien avec l'appartenance postérieure à des réseaux (RIVIÈRE D'ARC, 1994 ; PAIX-CLAVEL et RIVIÈRE D'ARC, 1994).

¹⁸ Voir différents travaux de Catherine Paix-Clavel, ainsi que ceux de Wayne A. Cornelius au Center for US Mexican Studies, University of California at San Diego.

d'industrie hispaniques du Texas et de la Californie, notamment. Il ne s'agit cependant pas, loin de là, de relations aussi structurées que celles qui unissent les membres de la diaspora chinoise, et surtout le phénomène n'a pas la même ampleur, mais il existe et se développe. Plus importante est la présence de toute une série d'associations dont certaines sont locales et d'autres régionales/internationales, d'autres enfin internationales. Plusieurs ont des fins très liées à cet élément essentiel de construction de l'identité territoriale qu'est la démarcation vis-à-vis du centre, Mexico. D'autres ont pour objectif la reconnaissance d'un prestige et d'une allégeance entre puissants entrepreneurs et petits entrepreneurs. Enfin, il y a adhésion à des *networks* dont l'origine est le plus souvent aux États-Unis et dont l'objectif est d'acquérir des savoir-faire et des connaissances en matière de performance. C'est souvent à travers ces derniers réseaux que sont construites les différentes formes de contrat de partenariat entre entreprises mexicaines et nord-américaines (par exemple, la nord-américaine située à Albuquerque échange l'apprentissage d'un savoir-faire contre la diffusion de ses produits au Mexique par sa partenaire située à Juárez).

Selon les différents types de réseaux, les lieux les plus fréquemment cités sont, du côté américain, El Paso, Los Angeles, Albuquerque, Phoenix et Dallas, et, côté mexicain, Monterrey, Torreon, Monclova et Mexico.

CONCLUSION

La comparaison proposée au début de ce travail nous avait servi à repérer plusieurs types de régions qui ont toutes en commun la recherche d'une identification instrumentalisée. Il s'agit, dans les différents cas que nous avons cités, de régions caractérisées par la croissance de l'activité et des emplois industriels concentrés dans une ou deux villes. Mais si, pour les Asiatiques, le petit territoire national sert avant tout à projeter leur stratégie mondiale, au Ceara (Brésil), par exemple, le discours sur l'identité est une tentative pour se donner une marque au plan national. En revanche, au Mexique, et au Chihuahua en particulier, la stratégie est davantage liée à la notion de « proximité » dans un espace pourtant lâche et peu dense, que la différence de niveau de développement rend vulnérable et difficile à consolider. Comment en effet, dans ce contexte, lutter contre la reproduction des relations de sous-traitance ? Comment être créateur dans des créneaux technologiques sophistiqués alors que des districts performants sont apparus dans le *Sunbelt* américain, dans cette « proximité » précisément ? Tout au plus peut-on tenter de proposer en petite quantité des produits à prix compétitifs en resserrant au maximum les salaires des ingénieurs, en formant des commerciaux et enfin en entrant dans des partenariats assez inégaux. Ou bien, à l'autre extrême, peut-on proposer des créneaux de sous-traitance à technologie sommaire.

L'opération d'identification régionale résulte alors d'une dialectique entre désir de singularité *chihuahuense* pour valoriser une « marque » mexicaine et s'autovaloriser, et projet d'intégration à une région « Mexamerica » protégée des maux qui rongent le « reste » du Mexique. Pour la construire, on fait appel à deux notions récurrentes, celle de pionnier, fortement liée à l'histoire locale, et une autre qui, dans l'imaginaire, renvoie souvent à la première, l'esprit d'entreprise.

Plus concrètement, les deux tiers des entrepreneurs que nous avons interrogés affirment, en faveur d'un maintien de l'efficacité des réseaux sociaux, que ce sont avant tout les contacts et amitiés qui permettent d'être performants. Qu'en second lieu, c'est la proximité. Enfin, beaucoup d'entre eux, la moitié sans doute, pensent que la réussite, après la formation citée en premier, repose sur la recherche de nouveaux marchés locaux dans la zone frontalière. Mais on se projette très rarement plus loin et, en tout cas, presque jamais en Amérique latine. On peut en conclure que, dans l'ensemble, l'idée et l'application de l'Alena conviennent assez bien, d'un point de vue économique, à cette configuration régionale en formation. Mais cela entraîne-t-il une accentuation du ressentiment qu'éprouvent les entrepreneurs locaux vis-à-vis du gouvernement central ? Les positions très vives prises par les autorités locales du Chihuahua en faveur d'un nouveau fédéralisme nous semblent aller dans ce sens.

On a montré la construction d'un espace symbolique, géographique et aréolaire, sur lequel se greffent des réseaux. Quand on l'examine du point de vue temporel, on n'échappe pas à la dialectique précédente : le symbolique et la construction d'une histoire, même imaginaire, créent cette nécessaire identité géographiquement circonscrite. Mais il en existe une autre qui résulte de la présence de la frontière, c'est l'utilisation qui est faite de l'irréductibilité de certains phénomènes que cette présence suscite (par exemple le lien très fort entre les activités formelles et informelles), que le fonctionnement de l'Alena pourrait ébranler.

En bref, la construction identitaire/régionale que nous venons de présenter sous des formes complexes « est la mesure et la conséquence d'une multipolarité grandissante » (LAÏDI, 1992), mais à une échelle spatiale réduite (si on considère la mondialisation ou la globalisation comme une échelle spatiale).

BIBLIOGRAPHIE

- ALBA VEGA (C.), 1993 — « Los empresarios de Chihuahua ». In : Taller « Trabajo y políticas de empleo en México », Paris, Credal-IHEAL.
- BENKO (G.), LIPIETZ (A.), dir., 1992 — *Les régions qui gagnent*. Paris, Puf, coll. Économie en liberté.
- BORREGO (J.), 1994 — Le développement de l'industrie du logiciel au Mexique. *Tiers-Monde*, 138.
- CAMP (R. A.), 1990 — *Los empresarios y la política en México : una visión contemporánea*. Mexico, Fondo de Cultura Económica.
- CARILLO (J.), 1993 — « Acerca de la producción flexible ». In : Taller « Trabajo y políticas de empleo en Mexico », Paris, Credal-IHEAL.
- HIERNAUX-NICOLAS (D.), 1993 — « Le modèle territorial du Mexique vers l'an 2000 : à la recherche d'un scénario viable ». In PRÉVÔT-SCHAPIRA (M.-F.), REVEL-MOUROZ (J.), coord.
- JORDAN (F.), 1989 — *Cronica de un país barbaro*. Chihuahua, Centro librero La Prensa.
- LAÏDI (Z.), 1992 — « Sens et puissance dans le système international ». In Laïdi (Z.), dir. : *L'ordre mondial relâché. Sens et puissance après la guerre froide*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- MARTINEZ (O. J.), 1982 — *Ciudad Juárez, el auge de una ciudad fronteriza a partir de 1848*. Mexico, Fondo de Cultura Económica.
- MELO (M. A. de) et al., 1994 — *Elites empresariais, processos de modernização e políticas públicas : o caso do Ceara*. Instituto de Estudos da Cidadania, Recife, Fundação Ford.
- MILLER (T.), 1981 — *On the border*. New York, Harper and Row.
- MIZRAHI (Y.), 1994 — *Recasting business-government relations in Mexico : the emergence of panista entrepreneurs*. Mexico City, Centro de Investigación y Docencia Económica, A.C.
- PAIX-CLAVEL (C.), RIVIÈRE D'ARC (H.), 1994 — *Les entrepreneurs locaux, acteurs et médiateurs de la nouvelle étape d'internationalisation des deux côtés du Pacifique : l'exemple du Nord-Mexique, de Singapour et de Taïwan*. Paris, Ministère de la Recherche et de la Technologie.
- PRÉVÔT-SCHAPIRA (M.-F.), REVEL-MOUROZ (J.), coord., 1993 — *Le Mexique à l'aube du troisième millénaire*. Paris, IHEAL, coll. Travaux et mémoires.
- REVEL-MOUROZ (J.), 1993 — « La nouvelle frontière : au cœur de l'intégration aux États-Unis ». In PRÉVÔT-SCHAPIRA (M.-F.), REVEL-MOUROZ (J.), coord.
- RIVIÈRE D'ARC (H.), 1994 a — Territoire et mobilité à la frontière nord du Mexique. *Géographie et Culture*, 10.
- RIVIÈRE D'ARC (H.), 1994 b — « Les entrepreneurs locaux ont-ils besoin de l'État ? » In Revel-Mouroz (J.), dir. : *Mutations dans le nord du Mexique*, IHEAL-Orstom.
- SALAS (R.), STORPER (M.), 1993 — *Les mondes de production*. Paris, éd. EHESS.
- SALAS PORRAS (A.), s. d. — *Grupos empresariales en Chihuahua, de 1920 al presente*. Mexico, CIDE, Documento de trabajo.
- SALAS PORRAS (A.), éd., 1989 — *Nuestra frontera norte*. Mexico, Ed. Nuevo Tiempo.
- SCOTT (A. J.), 1992 — « L'économie métropolitaine : organisation industrielle et croissance urbaine ». In BENKO (G.), LIPIETZ (A.), dir.
- SCOTT (A. J.), 1993 — *Tecnopolis : high-technology industry and regional development in Southern California*. Los Angeles, University of California Press.

- SLOSSE (G.), 1989 — *Epjaz, coopération dans un désert*. Paris, École nationale des ponts et chaussées, univ. Paris-XII, LATTTS.
- VELTZ (P.), 1994 — *Des territoires pour apprendre et innover*. La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube.
- WILSON (P. A.), 1989 — *The new maquiladoras : flexible production in low wages regions*. Community and regional planning working paper, Series n° 9, Austin, Texas.