

LE BUSINESS DES CAMPS

Les camps sont-ils un marché ? Oui, indéniablement. Privatisation croissante de la gestion, concurrence entre sociétés, business des nouvelles technologies, tests de nouveaux produits par des entreprises privées : les camps et leurs habitant·es génèrent indéniablement des profits, et les plus grands bénéficiaires ne sont pas toujours celles et ceux que l'on croit. Thibault Scohier propose ici un tour d'horizon de ce « business » juteux qu'est le « système camp ».

La réalité des camps migratoires s'est aujourd'hui banalisée. Il en existe de toutes sortes : informels ou officiels, anarchiques ou barbelés, organisés par les migrant·es eux·elles-mêmes ou par les autorités étatiques et supra-nationales. Mais dans tous les cas, le camp est aussi un lieu régi par des logiques économiques. La vie quotidienne nécessite des aliments, des marchandises, des matériaux ; si le camp est gardé ou sous la coupe d'un État, il devient une zone de travail, avec des salarié·es, du public ou du privé ; et même s'il est géré par des organisations sans but lucratif, il fait appel à une économie du don et du bénévolat.

L'argent y tient donc une place centrale. Aveugle à l'histoire particulière des encampé·es, il provoque une situation typique de notre époque : puisque tout est marché, le camp le sera aussi. Et il peut s'avérer très rentable. Si le Royaume-Uni a été un précurseur de la privatisation de l'enfermement des migrant·es (dès 1970, avant l'arrivée au pouvoir de Margaret Thatcher), il est devenu commun que les États ou les organismes comme le Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés (UNHCR) sous-traite la gestion des camps.

Passeur·ses et mafias : une réalité surestimée

Pourtant, dans l'imaginaire collectif, l'économie des camps renvoie d'abord à celle, souterraine, des réseaux de mafias et de passeur·ses. S'il y a « business » il doit être illégal et dangereux. Largement véhiculée par l'imagerie sécuritaire et les politiques qu'elle promeut, cette vision est pourtant réductrice. Les réseaux de passeur·ses les plus organisés et les plus étendus sont, par exemple, réservés à des publics qui peuvent

éviter les camps. Ces organisations visent avant tout les classes supérieures ou moyennes des pays en guerre ou instables ; leurs « client·es » prennent l'avion ou le bateau, il·elles ne passent pas les frontières à pied ou dans des embarcations de fortunes. Leur capital les éloignent des itinéraires migratoires les plus difficiles.

Bien sûr, les passeur·ses font partie de la réalité des camps, en particulier près des murs internes et externes de la « forteresse Europe ». Exploitant les obstacles dressés sur le chemin des migrant·es, il·elles sont présents à chaque étape du voyage : pour arriver aux limites de l'espace européen, pour y entrer et pour atteindre le pays de destination (souvent un pays du Nord, le Royaume-Uni, l'Allemagne...). Cela vaut bien sûr pour toutes les frontières à travers le monde, même si les routes migratoires sont fortement liées aux guerres, aux famines, à la pauvreté ou aux régimes politiques tyranniques. Les passeur·ses peuvent être organisé·es à différentes échelles mais, la plupart du temps, il·elles forment des réseaux fragmentés, disséminés et même indépendants les uns des autres. Il·elles peuvent même entrer en concurrence ou lutter pour imposer leur hégémonie sur un camp ou sur les personnes d'une origine particulière.

S'il·elles sont un facteur de violence, ce sont avant tout les migrant·es eux·elles-mêmes qui en sont la cible. Loin d'un système libre d'offres et de demandes, « l'aide » d'un·e passeur·se peut être contrainte et tenir du racket. Elle est aussi l'une des causes de mortalité des migrant·es sur leur itinéraire migratoire. Ventes de rafiots croulants ou de pneumatiques défectueux, mensonges sur les distances ou le temps de trajet... Il est rare que des passeur·ses « organisent » un camp ; le camp est pour eux·elles un terrain de « recrutement » (libre ou forcé). L'imagerie d'une chape de plomb quasi-dictatoriale qu'il·elles feraient régner est tout à fait exagérée ; s'il·elles exercent une influence, elle entre toujours en conflit avec d'autres volontés : celles de l'État, des organismes humanitaires, des populations locales... et bien sûr des migrant·es et de leurs processus d'auto-organisation.

Notons encore que, même s'il s'agit plus d'une exception que d'une règle, il peut arriver que la gestion d'un camp fasse l'objet d'un contrôle mafieux. Plusieurs scandales ont éclaté en Italie dans le courant des années 2010, quand il est

apparu que des coopératives (qui sont dans ce pays chargées de la gestion des camps) déléguaient ou sous-traitaient des activités à des clans mafieux. Ceux-ci détournent l'argent public... et aussi les migrant·es considéré·es comme une main d'œuvre bon marché et bien sûr, détaxée.

Le cas de Compas Groupe est exemplaire du système de fonctionnement de ce nouveau marché des non-migrations. L'entreprise est cotée en bourse au Royaume-Uni où se situe sa maison mère mais elle est présente dans plusieurs dizaines de pays. Elle est diversifiée et vend à la fois de l'éducation, de la nourriture et de la santé ; elle peut nourrir en même temps des réfugié·es

L'économie souterraine existe, mais sa place dans notre imaginaire est démesurée par rapport à son impact global. La véritable « économie des camps » se fait au grand jour, elle est légale, mondialisée, soumise aux sacro-saintes règles de la concurrence

Le camp privatisé : un modèle qui se généralise

L'économie souterraine existe, mais sa place dans notre imaginaire est démesurée par rapport à son impact global. La véritable « économie des camps » se fait au grand jour, elle est légale, mondialisée, soumise aux sacro-saintes règles de la concurrence supposément « libre et non faussée ». Le modèle anglo-saxon (États-Unis et Royaume-Uni) s'impose chaque année un peu plus aux autres États occidentaux et, surtout, aux organisations internationales. Dans ces deux pays, les « centres de traitement » des réfugié·es sont privatisés. Une poignée d'entreprises se partagent ce marché – GEO et CCA pour les États-Unis et G4S et Serco pour le Royaume-Uni. Derrières ces acronymes, des millions de dollars ou de livres de bénéfices. Aux États-Unis, le chiffre d'affaire du seul GEO s'élevait en 2015 à 1 milliard 843 millions de dollars – cela comprend toutes ces activités : centre pénitentiaire, de correction pour délinquant·es, et centres fermés pour les migrant·es et les réfugié·es. Au Royaume-Uni on estimait à 780 millions de livres la taille du marché des centres de détention de réfugié·es sur 20 ans (2004-2022).

En France, le phénomène est plus récent mais la privatisation s'accélère également. Dans ses centres de rétention administrative (CRA) la dimension sécuritaire est encore l'affaire des forces publiques... mais tout ce qui concerne l'approvisionnement et la gestion quotidienne est sous-traité vers le privé. Et pas n'importe lequel, les principales entreprises sont des mastodontes bien connus : Engie (qui se cache sous le nom de sa filiale GEPSA), Vinci et même Air France pour les camps situés dans les DOM-TOM ! Le savoir-faire britannique s'exporte puisque la multinationale Compas Groupe est aussi présente en France (sous le faux-nez de Scolarest).

encampé·es au Royaume-Uni et de riches client·es dans ses chaînes de restaurants gastronomiques. Après un scandale de corruption, elle a été forcée de signer une charte de bonne conduite... et a poursuivi ses activités. Participant à la limitation du droit de libre passage et de circulation des personnes, elle incarne en même temps la circulation débridée des capitaux et des actions : ses principaux·ales actionnaires sont un fonds immobilier new-yorkais, un groupe de services financiers britannique et l'une des principales banques suisses.

La Belgique est entrée dans le bal des privatiseurs après l'arrivée au pouvoir du gouvernement Michel I. Suite au manque de place criant et à l'augmentation du nombre de demandeur·ses d'asiles, il ouvre plusieurs milliers de lits « d'urgence » dont une partie sont réservés à des acteurs privés. FEDASIL travaillait déjà avec des prestataires extérieur·es mais issu·es du monde associatif et humanitaire. Ici c'est un mélange de nouvelles entreprises, mises sur pied pour l'occasion et de groupes « experts » de la gestion humaine qui ravissent ce « petit » marché de 35 millions d'euros. On retrouve parmi eux la fameuse G4S, l'une des entreprises dominant le marché britannique. Un rapport du CIRÉ (Coordination et initiatives pour réfugié·es et étranger·ères) estime la marge moyenne de ces entreprises aux alentours de 10 % (soit, tout de même, 3,5 millions d'euros).

Cette expérience coalesce tous les effets négatifs de la privatisation : inexpérience, réduction des coûts et maximisation des profits. Des enquêtes (menées par Alter Échos, le CNCD-11.11.11 et le CIRÉ) ont toutes pointé le manque de personnel social et humanitaire, la qualité déplorable de la nourriture et parfois des infrastructures surpeuplées, le paternalisme et le contrôle sur la vie des réfugié·es... Le centre

de Couvin montre aussi que les conflits d'intérêts peuvent être politiques : le directeur du centre, ancien fonctionnaire, était également militant de la N-VA et proche des hautes sphères du parti dont l'un des membres les plus médiatiques devait justement assumer la charge de la question migratoire... Malgré tout ces signaux, l'administration considérait, après un an et la fermeture des centres d'urgence, que l'expérience était concluante et pourrait bien se répéter.

La mondialisation du marché de l'humanitaire

Si les États privatisent sur leur territoire, c'est aussi le cas des organismes internationaux créés, à la base, pour protéger les réfugié·es, les apatrides, bref, toutes les personnes dont l'État ne peut plus assurer les besoins minimaux ou qui ont fui leur État. Le UNHCR a toujours travaillé avec des acteurs privés mais, peu à peu, les entreprises remplacent les ONG ; les chargé·es de communication remplacent les bénévoles et le don devient charité des premier·ères de cordée. Dans un entretien avec Nicolas Autheman pour *Le Monde Diplomatique* (juin 2018), un responsable des Nations unies explique : « C'est aujourd'hui un énorme secteur. Certains l'appellent "l'industrie de l'aide". Nous savons que cela représente au moins 25 milliards d'euros par an. Évidemment, d'un point de vue commercial, il y a de l'argent à faire, et, pour cette industrie, une nouvelle efficacité à prouver. »

Comme dans beaucoup d'autres domaines, l'idéologie néolibérale et sa conception entrepreneuriale du monde sont toujours accompagnées du « principe de réalité ». Puisque notre époque est ainsi, puisque le marché existe, puisque les entreprises ont les moyens, puisque les États serrent les cordons de la bourse (pour appliquer l'autre volet du même programme : l'austérité). Le UNHCR expérimente donc la privatisation transnationale. Cela peut aller de la mise en avant d'entreprises à travers des dons (ou des rabais) à l'introduction de ces entreprises dans la gestion et l'économie quotidienne des camps.

IKEA peut vendre des cabanes en kit au UNHCR en échange d'une publicité positive et d'une aura de mécène dont l'éclat éclipsera, au hasard, des affaires insignifiantes de fraudes fiscales. Dans ce cas de figure, la marque suédoise n'est qu'un prestataire et le UNHCR (ou les organisations qu'il mandate) est censé rester en charge de la gestion du camp. Mais, comme s'interrogent les travailleur·ses du Haut Commissariat eux-mêmes, où fixer la limite ? Et si IKEA propose de « tester » des produits sur les réfugié·es ? L'entreprise est-elle toujours charitable ou échange-t-elle des services en profitant d'une situation de faiblesse ? Surtout : les cabanes en kit sont-elles vraiment au bénéfice des réfugié·es ? Même si elles sont particulièrement petites (3,5m² par personne) et construites dans

un bois si facilement inflammable que certains pays européens les ont interdites d'utilisation pour les camps situés sur leur sol ?

L'affaire est d'autant plus rentable pour IKEA ou pour toutes les entreprises spécialisées de ce secteur que la nature même du camp – il doit être temporaire, surtout pas permanent – le rend particulièrement attractif. Meubles et immeubles fournis ne sont pas conçus pour durer, l'obsolescence est donc inscrite dans le contrat. Et le public étant captif – il doit prendre ce qu'on lui donne – l'utilisateur·rice ne peut pas se plaindre de la qualité du produit ou de son absence. Ce ne sont pas les responsables du UNHCR qui dormiront dans les cabanes d'IKEA. Pour le marchand de meubles ou le marchand de tentes, ce genre de commerce est une aubaine.

D'un autre côté, le UNHCR peut directement privatiser la vie quotidienne des réfugié·es. C'est ce qui s'est passé, en 2015 au camp de Zaafari en Jordanie. Deux chaînes de supermarchés, l'une américaine, l'autre koweïtienne, ont été invitées par le UNHCR à s'installer dans le camp. Les réfugié·es recevaient chacun·e une carte de crédit régulièrement approvisionnée et ne pouvaient l'utiliser que dans un de ces deux temples de la consommation. Même si l'organisation internationale affirme avoir limité la marge des entreprises à 3 %, le ver est dans la pomme. Et c'est très bien comme ça ! Toujours cité par Nicolas Autheman, l'ancien directeur du camp de Zaafari explique : « Le fait d'avoir deux supermarchés aux logiques commerciales affichées, dans lesquels vous pouvez, avec 1 dollar par jour, dépenser ce que vous avez et acheter ce que vous voulez, a transformé les gens en consommateurs heureux. »

Dans cette optique, le business des camps soutient trois buts principaux. D'abord ouvrir toujours plus de dimensions de la vie humaine au marché, même s'il s'agit de la gestion d'une urgence ou d'une misère humaine. L'opportunité du profit est partout, il suffit de s'en saisir. Ensuite, utiliser l'image de son action comme une valeur à part entière. L'entreprise peut apparaître comme une bienfaitrice, engagée dans la lutte contre les conditions de vie précaire des réfugié·es. Le poids de l'argument communicationnel augmente d'année en année. Enfin, et même si elle n'est pas toujours consciente, la privatisation des camps privatise aussi l'esprit des encampé·es. Le business des camps s'auto-reproduit : en plus de rapporter, il éduque de nouveaux·elles consommateur·rices. La boucle est bouclée : l'humain est marchandise et acheteur de marchandises ; il paye deux fois.

(suite de l'article en p. 46)

Business & technologies : la valeur des sans-droits

Comment réagiriez-vous si notre gouvernement proposait de simplifier notre vie grâce à la biométrie* ? Plus besoin de clés pour rentrer chez soi, utilisez plutôt un scan de la main entière – vos poches seront plus légères ! Et puis, au magasin, les paiements sans contact ne sont pas encore assez performants : pourquoi ne pas régler avec un scan de votre iris ? Cela réduira le cash en circulation... donc les vols, les trafics et là encore : vos poches seront plus légères ! Pure science fiction, pure dystopie ? Pas du tout. Cela ne se passe pas (encore) sur notre sol – les populations et les associations défenseuses des droits humains y sont réticentes. Par contre, le contrôle biométrique* est de plus en plus appliqué dans les camps de réfugié·es. Parfois sur le sol européen : le camp « officiel » de Calais, par exemple, fonctionnait avec un système scannant la paume de tou·tes les entrant·es. Mais dans les pays du Sud, la logique est poussée chaque année un peu plus loin. Les supermarchés du camp de Zaatar, déjà mentionné, fonctionnent avec un scan de l'iris. Si un·e réfugié·e veut exercer son pouvoir de « consommateur·rice heureux·se », il·elle doit payer en offrant son œil au scanner. Ainsi tout est parfaitement contrôlé : qui achète quoi, en quelle quantité... Au-delà même de cette utilisation que le UNHCR qualifie de « pratique », les Nations unies utilisent l'em-

(en particulier les États-Unis) et les limites sont parfois difficiles à distinguer entre une demande et une exigence de la part de l'État financeur. Les États-Unis, reconnus comme l'un des pays où la surveillance généralisée est devenue régulière et presque banale, ont-ils accès aux bases de données du UNHCR ? L'existence de cette seule possibilité devrait remettre en question les standards éthiques du Haut Commissariat.

Le fait que des technologies de pointe sont utilisées et testées sur des réfugié·es et des migrant·es est un exemple concret de business des sans-droits. Le monde de l'innovation et des nouvelles technologies a toujours été en butte aux débats moraux dans les pays occidentaux. La question « À quel moment une technologie peut-elle devenir une forme de contrôle liberticide ? » est régulièrement posée et c'est sans doute pour cette raison que la biométrie* a du mal à être imposée aux peuples européens ou que les autorités américaines doivent jurer à qui veut bien les croire qu'elles n'espionnent pas leurs propres ressortissant·es. En revanche, les réfugié·es et les migrant·es sont en général des sans-droits ou des « moins de droits ».

Le UNHCR est censé les protéger et garantir que les droits humains seront bien appliqués dans les camps dont il a la charge. Pourtant, l'impératif de contrôle, cette idée profondément ancrée que les réfugié·es ne peuvent pas s'occuper d'eux·elles-mêmes ou s'organiser seul·es,

Le UNHCR a toujours travaillé avec des acteurs privés mais, peu à peu, les entreprises remplacent les ONG ; les chargé·es de communication remplacent les bénévoles et le don devient charité des premier·ères de cordée.

preinte de l'iris de plus en plus souvent comme le signe distinctif par excellence. Elle sert à relier une personne à son dossier, comme le font les empreintes digitales pour les casiers judiciaires.

Les millions de données ainsi récoltées, après être passées entre les mains des entreprises privées, sont stockées par le UNHCR. Celles du camp de Calais, par exemple, sont soumises aux règlements européens en matière de protection, encore renforcés récemment. Mais hors de son espace, les conditions sont beaucoup plus floues. Quid du consentement ? Quid de la durée de conservation ? Quid de la confidentialité ? Le UNHCR est un organisme des Nations unies subventionné par une poignée de pays

les infantilise : il·elles doivent être surveillé·es. Et les entreprises investissant dans les technologies de contrôle y découvrent un nouveau marché où elles peuvent non seulement vendre leurs produits mais aussi observer leurs effets dans des vases clos. La question du racisme et de la xénophobie rendant possible un tel traitement, en regard de celui des populations européennes, devrait à tout le moins être posée. Ne s'agissait-il pas de la même logique à l'œuvre quand le flash-ball était massivement utilisé dans les banlieues française, au tournant des années 2000 et 2010, quasi-exclusivement sur des personnes issues de l'immigration et dans l'indifférence quasi-générale ? Le flash-ball

n'est devenu un sujet de débat national qu'au moment où il a été utilisé sur des populations rurales et « blanches ». Est-il normal que l'Union européenne finance des projets d'innovation technologique (chiens robots, drones traqueurs, surveillance satellite des frontières) dont l'objectif est de contrôler les migrant·es en les regroupant dans des camps ? Et dont les principaux

n'est pas une prison mais un lieu de vie, dont les clés doivent être confiées à ses propres occupants. Avec, bien sûr, le soutien des locaux qui ont pu être (au début guerrier du XX^e siècle) des

encampé·es eux·elles·mêmes et qui, peut-être, le seront encore si une crise énergétique ou climatique éclate. ■

Le fait que des technologies de pointe sont utilisées et testées sur des réfugié·es et des migrant·es est un exemple concret de business des sans-droits.

bénéficiaires sont les grosses industries de la surveillance – comme Thalès – qui sont proches de celles... de l'armement ? Rappelons-nous que la principale cause de migration a été ces dernières années les guerres très violentes au Moyen-Orient et en Afrique.

... et l'auto-organisation ?

Pour conclure, tournons-nous vers l'envers : s'il y a business des camps et marchandisation des migrant·es, il y a aussi une économie auto-organisée et un système de dons, de contre-dons et d'échanges. La culture du squat et de l'occupation est ancienne et a démontré, à de nombreuses reprises, que les migrant·es sont comme tous les sujets humains : il·elles sont capables de construire une communauté, de vivre en paix, d'assurer eux·elles·mêmes le contrôle de leur quotidien.

Si l'on considère que la marchandisation du camp et des encampé·es est une chose néfaste, une nouvelle manifestation de l'hégémonie néolibérale, on peut évidemment la combattre au niveau supra : militer, pétitionner pour que le UNHCR et les États changent leurs pratiques. Mais on peut, aussi, favoriser les modes de vie et d'organisation qui contrecarrent cette marchandisation. On peut participer au ruissellement d'imaginaires différents, dans lesquels le camp

Pour en savoir plus, on peut lire De Lesbos à Calais du collectif Babels, édité en 2017 aux éditions Le Passager clandestin ; ainsi que Xénophobie business de Claire Rodier publié en 2012 à La Découverte ; l'Atlas des migrants en Europe chez Armand Colin en 2017 et l'Atlas des mafias chez Autrement en 2014.

Les excellents articles du journaliste du Monde Diplomatique Nicolas Autheman sont également une source d'information primordiale : « Les réfugiés, une bonne affaire » dans le numéro de juin 2018 et « Payer en un clin d'œil » dans celui de mai 2017. En ce qui concerne la Belgique, on peut se tourner vers le travail de Jérémy Audouard, « Le business des centres d'hébergement pour demandeurs d'asile », Alter Échos, janvier 2018 ; sur l'enquête d'Eric Walravens pour le CNCND-11.11.11, « Enquête sur le centre de Couvin », mai 2017 et sur le rapport publié par le CIRÉ, « La privatisation de l'accueil des demandeurs d'asile », publié en décembre 2015.

On peut regarder les documentaires Réfugiés, un marché sous influence de Nicolas Autheman et Delphine Prunault et Bienvenue au Réfugistan d'Anne Poiret.

L'Internationale des services publics (fédération de syndicats des services publics à travers le monde, dont sont membres plusieurs syndicats de la FGTB et de la CSC) a également produit en 2017 un rapport important sur la question de la privatisation de l'accueil des migrant·es, intitulé Privatisation des services aux migrants et aux réfugiés et autres formes de désengagement de l'État, rédigé par Jane Lethbridge.

* Les mots suivis d'un astérisque sont repris dans le glossaire en p. 72