

L'esprit d'entrepreneuriat chez les étudiants français issus de l'immigration : le cas des maghrébins.

Hicham MEGHOUAR

GREGOR - Groupe de recherche en gestion des organisations
IAE de Paris - Université Paris 1 Panthéon Sorbonne
21 rue Broca
75740 Paris Cedex 05
Hicham.meghouar@int-edu.eu

Résumé :

L'objectif de ce papier est d'analyser les motivations théoriques de l'entrepreneuriat chez les étudiants français issus de l'immigration maghrébine. Deux logiques s'affrontent : la logique entrepreneuriale, et la logique d'insertion sociale. L'entrepreneuriat est-elle toujours perçue comme une dernière chance pour ces jeunes actifs demeurant stigmatisés (**Goffman (1975)**) et étiquetés (**Beker (1985)**), et très souvent conduits au chômage après les études ? Ou bien, s'inscrit-elle dans l'optique de l'individu ambitieux ayant l'esprit du challenge et moins averse au risque dans un environnement de plus en plus concurrentiel. Cet article s'offre aussi l'occasion d'aborder l'entrepreneuriat ethnique en analysant la spécificité des éventuels projets évoqués par ces étudiants français d'origine maghrébine.

Mots Clés : entrepreneuriat, entrepreneuriat ethnique, immigration, maghreb.

INTRODUCTION :

De nos jours l'entrepreneuriat s'impose comme un enjeu majeur pour la création de la richesse, l'évolution du tissu économique et l'emploi. Promouvoir la création d'entreprise est au coeur des débats politiques. L'objectif de ce travail est de contribuer à mieux comprendre les intentions, les intérêts et les motivations en matière d'entrepreneuriat chez les étudiants français originaires du Maghreb (noté ci-après EFOM par simplification). En effet, de nombreux jeunes diplômés issus de l'immigration sont confrontés à de véritables discriminations à l'embauche, ils vivent douloureusement une situation de choix difficile : rester demandeur d'emploi ou créer leur propre job. Ils sont souvent seuls pour affronter un tel choix.

L'intention permet de prédire les comportements. Comprendre ce processus nous informera pourquoi un individu est engagé dans le processus entrepreneurial bien avant de rechercher une opportunité ou de décider quel type d'activité lancer. L'intention entrepreneuriale permettra d'expliquer les facteurs personnels et situationnels qui interviennent dans le processus de décision d'entreprendre où l'on accorde un intérêt croissant aux attitudes et aux perceptions. Selon **Bird (1988)**, l'étude de l'intention entrepreneuriale fournit une voie avancée de la recherche qui permet de dépasser les études descriptives. **Krueger et Carsrud (1993)** signalent que la création d'entreprise est un événement assez rare. Analyser les intentions fournit une idée et une compréhension adéquate de ce processus complexe.

Ainsi, nombreuses sont les recherches qui ont confirmé l'intérêt de la création d'entreprise et du statut d'entrepreneur chez les immigrés. Il y a entre autres l'étude réalisée par l'APCE et le cabinet de consultants Maghreb Ressources Humaines (2002) qui met en évidence l'engouement pour la création d'entreprise par des immigrés ou des jeunes issus de l'immigration en général et maghrébine en particulier. Des années plus tard, nous proposons de révéifier ce constat en ciblant cette fois-ci les étudiants français issus d'immigration afin de mieux comprendre leur motivation pour l'entrepreneuriat. Le comportement vis-à-vis de la création d'entreprise chez les EFOM résulte-t-il d'une ambition personnelle ou s'agit-t-il d'une décision par nécessité. Nous analyserons aussi la question de la cohérence entre la formation (ou le diplôme) et la spécificité des projets attendus.

Cet article est organisé comme suit. Dans une première section, nous aborderons les modèles d'intention issus de la littérature et leur application en entrepreneuriat. Nous placerons, dans ce cadre, toute la population des immigrés en général, et celle des étudiants issus de l'immigration maghrébine en particulier. La deuxième section décrit la méthodologie de notre recherche et les caractéristiques de l'échantillon. Les résultats seront interprétés en troisième section. Et en fin, la conclusion.

I - L'APPROCHE DES INTENTIONS ENTREPRENEURIALES : UNE REVUE DE LITTÉRATURE

L'intention entrepreneuriale est définie selon **Crant (1996)** par les *jugements* de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise. Selon **Brockhaus (1975)**, elle prend le sens de contrôle interne vs contrôle externe. Pour **Bruyat (1993)**, l'intention entrepreneuriale est une volonté. **Bird (1988 et 1992)** la définit aussi comme une volonté individuelle, et une liberté, un état de l'esprit qui oriente l'attention, et par conséquent, l'expérience et l'action de l'individu vers un objectif spécifique dans le but d'accomplir une mission (créer une entreprise, décisions de croissance, de changements). **Bird (1988)**, tout comme **Krueger et Carsrud (1993)**, considère l'intention comme un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu. L'intention structure et guide l'action (**Bird, 1988 et 1992 ; Krueger et al, 2000**). Elle est une volonté personnelle, mais elle dépend aussi des variables contextuelles (**Vesalainen et Pihkala, 1999**).

1.1 Les modèles d'intention et l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat apporte de l'intérêt aux individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales des sources de satisfaction personnelle. Le sujet a fait l'objet de nombreuses contributions. Sur le plan théorique, plusieurs chercheurs se sont inspirés par les modèles psychosociaux d'intention tels la théorie du comportement planifié d'**Ajzen (1991)** en psychologie sociale « *Les intentions sont des indicateurs de la volonté à essayer, de l'effort que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon* », ou le modèle de l'événement entrepreneurial de **Shapero et Sokol (1982)**. Ces deux travaux fournissent une explication similaire de l'intention entrepreneuriale de l'individu et ils offrent un cadre cohérent et robuste pour bien cerner le processus de création d'entreprise (**Krueger et al 2000**). A travers les liens tissés entre la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991) et le modèle de Shapero et Sokol (1982), il est mis en exergue un domaine d'application d'une théorie de la psychologie sociale au champ de l'entrepreneuriat : la prédiction de l'acte d'entreprendre qui se manifeste dans un contexte bien défini d'une formation entrepreneuriale.

Les différentes études menées ont assuré la validité de ces modèles pour l'acte de création d'entreprise (**Krueger et Carsrud, 1993, Kolvereid, 1996, Autio et al, 1997 ; Begley et al, 1997 ; Tkachev et Kolvereid, 1999 ; Krueger et al, 2000 ; Kennedy et al, 2003 ; Tounès, 2003 ; Audet, 2004 ; Boissin, Chollet, Emin, 2007 ; Boissin, Emin, Herbert, 2007**). Certaines de ces recherches se sont intéressées à l'étude des motifs de l'entrepreneuriat chez les étudiants. C'est le cas de l'étude de **Boissin, Emin et Herbert (2007)** qui établit une comparaison entre des étudiants français et Etats-Uniens. L'étude mesure leurs intentions de créer une entreprise mais aussi leurs attitudes envers la création d'une entreprise, leurs perceptions des normes sociales et leur sentiment de capacité à mener un processus entrepreneurial, et compare leurs croyances en vue d'identifier ce qui les distingue. Les résultats sont assez classiques. Mais ils posent encore une fois la question de l'influence des normes sociales dans le modèle de Ajzen et de l'effet du contexte et de la culture sur celles-ci. Les états-Uniens sont bien plus entreprenants que les français et plus confiants en leur capacité à créer. Cela peut s'expliquer par le fait que les états-Uniens, issus fortement d'un milieu entrepreneurial, se sentiraient plus soutenus s'ils devaient créer.

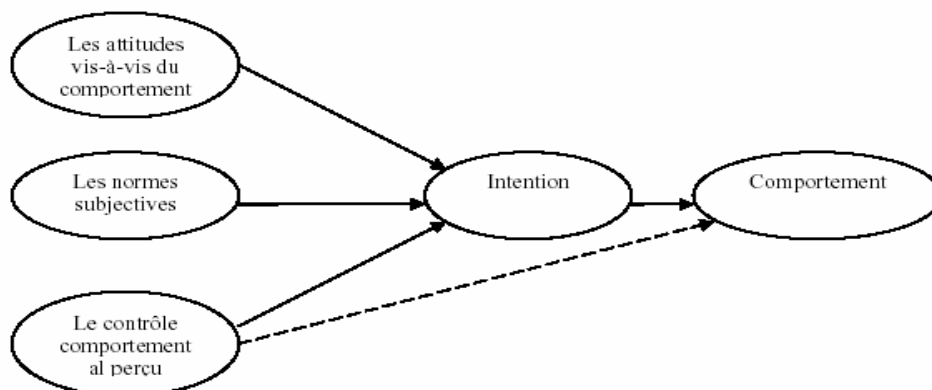
Il y a aussi l'étude de **Boissin, Casagrande, Janssen, Surlemont (2007)** qui compare les comportements envers la création d'entreprise selon la nationalité des étudiants (français et belges). Les résultats ont permis de distinguer trois groupes d'étudiants : les immatures, les futurs salariés, et les futurs entrepreneurs. L'analyse approfondie de la typologie montre que l'impact de la norme sociale sur les étudiants qui ont l'intention d'entreprendre est positif. Concernant le type de formation en entrepreneuriat à favoriser dans le contexte de mise en oeuvre de programme de sensibilisation. L'attrait est la variable prépondérante chez les étudiants qui ont l'intention de créer. L'attractivité est aussi un point important pour les « immatures » et pour les « futurs salariés » qui n'ont pas un attrait pour la création d'entreprise. Ensuite, donner des compétences pour mener à bien un projet de création est important pour les « futurs entrepreneurs » ; cette capacité est importante pour avoir l'intention de créer son entreprise. Ainsi, la nationalité française ou belge n'avait pas d'impact sur l'intention, la France et la Belgique sont culturellement proches. La deuxième partie des analyses a testé l'impact de l'attitude, des normes sociales et de la faisabilité sur l'intention entrepreneuriale. Les auteurs ont constaté que ces variables avaient un impact positif.

D'après ses modèles d'intention, le comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné. L'intention d'entreprendre est d'autant plus significative que la création d'entreprise est perçue comme une action désirable et faisable. Ainsi, la désirabilité est

définie, au sens de **Shapero et Sokol (1982)**, comme le degré d'attrait qu'une personne ressent envers la création d'une entreprise. Pour **Ajzen (1991)**, il s'agit d'attitude plus ou moins favorable qu'a une personne envers ce choix. La faisabilité entrepreneuriale renvoie au degré avec lequel l'individu pense pouvoir mener à bien son projet entrepreneurial. Ce concept fait référence aux travaux de Shapero. Ajzen décrit cette notion, dans sa théorie du comportement planifié, comme le contrôle comportemental perçu. Les deux notions de désirabilité et faisabilité sont très proches, et s'expliquent par les croyances que la personne a sur son entourage.

En terme entrepreneurial, l'approche de **Ajzen (1991)** attache l'attitude d'un étudiant vis-à-vis de l'entrepreneuriat à ses qualités professionnelles, les compétences que ce dernier développe, ainsi que sa vision de l'entrepreneuriat. Quant à la faisabilité, elle dépendrait de la confiance de l'étudiant en son aptitude à assurer les tâches jugées critiques pour la réussite d'un processus entrepreneurial. Le fonctionnement des modèles d'intention appliqués à la création d'entreprise est présenté dans le schéma suivant.

Les modèles d'intention :



Le modèle de la théorie du comportement planifié, Ajzen (1991)

Le travail autonome représente aujourd'hui une force économique considérable. Le choix de cette option semble être obligatoire des fois. En effet, une forte proportion de gens affirme avoir été contrainte de choisir l'entrepreneuriat. En 2001, près de 46,1% des Québécois avouaient avoir créé une entreprise parce qu'ils ne trouvaient pas d'emploi satisfaisant sur le marché du travail (GEM 2002). En 2003, on notait que 43% des personnes de 55 ans et plus évoquaient la perte d'un emploi ou la dégradation de leur situation professionnelle comme facteur décisif pour avoir choisi la voie du travail autonome et créer leur propre entreprise.

Entreprendre par nécessité est l'une des explications des initiatives entrepreneuriales. Cela a été confirmé par les études relatives à la population des immigrés en France. Ces personnes rencontrent des difficultés structurelles sur le marché du travail, et une part importante d'entre eux est sans emploi, ou encore cantonnée dans des emplois sous qualifiés ou précaires. Des dynamiques internes aux créateurs immigrés, ainsi que l'environnement économique actuel, ont donc tendance à favoriser l'auto emploi des personnes immigrées, même si elles doivent pour cela faire face à certaines contraintes spécifiques à leur origine dans la société française.

1.2 Les immigrés et la création d'entreprise :

1.2.1 Cas des primo-migrants :

Depuis quatre décennies, la création d'entreprise par des personnes immigrées issues de pays tiers à l'Union Européenne connaît un développement très important en France, d'autant plus remarquable qu'il s'inscrit dans un contexte national de fléchissement. Ce sont d'abord les Algériens arrivés au titre de l'immigration du travail qui sont devenus pour partie entrepreneurs. Ensuite ils ont été rejoints par d'autres groupes arrivés dans les années 60-70, comme les Tunisiens. Puis, dans les années 1980-90, par les Marocains, les migrants du Sud-Est asiatique et les Turcs. Depuis les années 1990, les Africains et les Indopakistanaïens contribuent également au dynamisme de l'entrepreneuriat immigré.

Au sein de la population active, les personnes immigrées sont plus nombreuses que les Français d'origine à appartenir à la catégorie des entrepreneurs (artisans, chefs d'entreprise, commerçants) : 8,4% contre 6,9%. Ainsi, Les artisans, commerçants et chefs d'entreprise immigrés représentent 13% du total des entrepreneurs en France (**Koumarios, 2004**). Ce dynamisme entrepreneurial des personnes immigrées peut s'expliquer tout d'abord comme un choix contraint, mais également par l'existence de fonds propres, ou encore d'un environnement porteur d'opportunités. La création d'entreprise apparaît comme une stratégie de contournement de la crise du salariat et de son corollaire, le chômage, qui touche particulièrement les personnes immigrées hors Union Européenne (« **L'emploi des immigrés en 1999** », INSEE, Mai 1999). C'est également le moyen d'échapper à une situation professionnelle insatisfaisante, puisque les deux tiers des personnes immigrées sont soit ouvriers, soit employés sans qualification.

Le nombre d'entrepreneurs issus de l'immigration ne cesse d'augmenter alors que le nombre d'entreprises créées en France reste stable sur les trente dernières années. Le recensement effectué en 1999 évalue à 150 000 les entrepreneurs d'origine étrangère alors qu'ils n'étaient que de 90 000 en 1992 et seulement de 50 000 en 1972. Le magazine « Objectifs PME » dans une livraison spéciale a souligné ce phénomène de croissance de l'entrepreneuriat « migrant » en estimant qu'ils représentent environ 10% de l'ensemble des entrepreneurs français, pour la majorité des suds européens et des maghrébins. Ainsi, l'étude réalisée par la direction des populations et des migrations (DPM) a conclu au même résultat à partir de l'exploitation des noms et prénoms étrangers des personnes inscrites à la chambre de commerce et d'industrie de Paris. L'étude avançait le chiffre de 61% pour les créateurs de nouvelles entreprises individuelles et de 42% de ceux qui créent des SARL. En dehors de la communauté européenne, les entrepreneurs sont originaires pour la plupart du Maghreb, de la Turquie, de la Chine, du Vietnam et de l'Afrique subsaharienne. Les entrepreneurs immigrés se démarquent par une situation socio-économique plus dégradée avant d'entreprendre et par la sous-représentation des femmes en leur sein. Ils créent davantage dans le commerce et entreprennent moins dans les services.

1.2.2 Les entrepreneurs de la “seconde génération” :

Les pionniers de la création d'entreprise des années soixante-dix ont servi d'exemple aux nouveaux arrivants et parfois plus encore aux jeunes issus de l'immigration, nés ou ayant été scolarisés en France. Ces dernières années les jeunes issus de l'immigration ont commencé à percer dans la création d'entreprise. Commerces de proximité, cybercafés, sociétés de nettoyage, de gardiennage, restaurants, SSII, les domaines de création d'entreprise sont si nombreux. Ces jeunes construisent à la fois leur avenir professionnel et une nouvelle image pour des banlieues qui entreprennent.

La création d'entreprise par les personnes issues de l'immigration est également motivée par une volonté d'affirmation dans l'espace socio-économique français, et une certaine volonté de rupture du cycle familial au profit d'une forme d'ascension sociale. Ces personnes bénéficient enfin de la possibilité de mobilisation d'une double culture et d'un double réseau, et bénéficient parfois en outre d'un modèle familial entrepreneurial, même si on observe parfois un certain rejet des activités à caractère ethnique, qui ne seraient pas forcément synonymes d'intégration.

Dans une enquête réalisée en 2007 par le réseau ALEXIS¹ et l'INSEE en Lorraine (*les créateurs d'entreprises issus de l'immigration*). Environ la moitié (47,6%) des porteurs de projets issus de l'immigration accueillie par ce réseau est née en France. Ces entrepreneurs de la "seconde génération" connaissent une situation économique et sociale meilleure que les primo-migrants, les femmes sont plus nombreuses parmi eux. Cependant la spécificité des projets demeure, ceux-ci continuent de développer davantage des projets de commerce et restent fortement représentés dans les activités caractéristiques de l'entrepreneuriat immigré : bâtiment, restauration rapide, commerce d'alimentation, commerce ambulancier.

Dans son étude, **Madoui (2003)** soulève l'intérêt de la réflexion sur l'émergence de nouvelles dynamiques entrepreneuriales par des résidents étrangers ou leur descendants, alors que l'intérêt a été le plus souvent porté aux questions politiques voire politiciennes au sujet de l'immigration. L'auteur propose d'étudier les conditions de la création d'entreprise par les jeunes issus de l'immigration maghrébine et d'appréhender le processus d'émergence et de mobilité sociale de cette nouvelle catégorie d'acteurs dans le milieu entrepreneurial en France. Les résultats de cette étude montrent que la population concernée a une véritable rage de réussir et la création d'entreprises constitue un moyen de réaliser une mobilité sociale ascendante au travers un processus de contournement d'un marché du travail difficile à y accéder pour ces populations ethniquement marquées. L'auteur cherche à percer le secret d'une réussite ; cerner les facteurs et les conditions d'émergence de chefs d'entreprises d'origine maghrébine comme acteurs dans l'espace économique et social français. Cette volonté de réussir, de s'intégrer et d'émerger en tant qu'acteur semble être la résultante d'une certaine image de soi que les populations issues de l'immigration maghrébine opposent aux mécanismes de stigmatisation susceptibles de les maintenir dans un statut social inférieur, comme l'ont été leurs parents et leurs grands parents.

Madoui et Kourdache (2003) analysent les motivations qui conduisent des individus stigmatisés et étiquetés (en l'occurrence des individus issus de l'immigration), et très souvent au chômage à entreprendre et créer leur entreprise. Comment ces individus réalisent leur insertion qui leur permettrait de sortir enfin du cadre stigmatisant de jeunes en échec, dans lequel chacun tente à sa manière de s'en débarrasser ?

¹ Une synthèse de l'enquête est disponible sur le site <http://www.alexis.fr>.

Le postulat des auteurs selon lequel la stigmatisation et l'étiquetage ne produisent pas que des situations de déviance est ainsi vérifié. Les entrepreneurs que nous avons rencontrés ont trouvé, malgré la stigmatisation et la discrimination dont ils sont si souvent l'objet, dans la création d'entreprise le moyen de réaliser leur rêve d'ascension sociale et de quête identitaire en refusant de reproduire les positions sociales de leurs parents intellectuellement, socialement et culturellement dominés. La création d'entreprise n'est plus considérée seulement comme une stratégie de contournement du marché du travail discriminant, mais elle donne à ces entrepreneurs la soif de s'en sortir, de réussir et d'acquérir un statut social comme symbole d'une rupture avec les positions en bas de l'échelle sociale occupées par leurs parents et qu'ils ne veulent plus ni produire, ni reproduire.

Ainsi, au fur et à mesure que se développent leurs entreprises et se diversifient leurs activités, les entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine redéfinissent avec le pays d'accueil - la France - un autre processus de (re) négociation identitaire où ils constituent d'un point de vue symbolique les artisans de cette recomposition identitaire. Ils ne veulent plus être perçus comme des agents sociaux reproduisant à l'identique les positions sociales de leurs parents mais comme des figures d'innovation et des artisans d'une mobilité sociale ascendante, elle même vecteur d'une transaction des statuts sociaux jusqu'ici difficilement négociable pour les immigrés et leurs descendants.

1.2.3 Les étudiants français issus de l'immigration maghrébine et l'intention entrepreneuriale :

Nous n'avons pas trouvé des travaux traitant de ce lien. Des études qui s'intéressent à des étudiants français en considérant leur origine. À notre connaissance aucune étude n'a encore été faite en considérant l'origine des étudiants. C'est dans cette optique que nous proposons d'étudier les motivations de l'entrepreneuriat chez les EFOM. Dans cette étude le rapport intention entrepreneuriale et entrepreneuriat ethnique est vérifié à travers l'analyse de la spécificité des projets éventuels évoqués par ces EFOM interrogés.

II - METHODOLOGIE DE RECHERCHE :

- L'étude a été réalisée par le biais d'une enquête par questionnaire et entretien auprès des étudiants universitaires de la région Ile-de-France. Ainsi, sur 108 étudiants sollicités, 78 ont accepté de répondre à nos questions. Les entretiens ont été effectués entre le mois de septembre 2007 et Mai 2008. La durée moyenne consacrée à chaque entretien était de 30 mn. Après avoir noté les informations concernant le niveau d'étude, l'âge et l'origine de chaque étudiant, nous avons commencé la série de nos questions concernant sur les motivations d'entreprendre et la spécificité des projets. Nous tenons à souligner que cette recherche s'inscrit dans une phase exploratoire. Par conséquent l'échantillon exploité lors de cette recherche ne représente sans doute pas l'opinion globale que peuvent avoir l'ensemble des étudiants français issus de l'immigration. De la même manière, nous ne pouvons pas garantir qu'il représente aussi la vision générale des étudiants des universités interrogées. Aussi, on ne peut s'appuyer sur l'hypothèse d'une stabilité des attitudes et des perceptions au cours du temps (**Tkachev et Kolvereid (1999)**). Les résultats suivants doivent donc être pris avec un peu de recul.

- **Caractéristiques de l'échantillon :** Comme nous l'avons cité 78 étudiants français d'origine maghrébine ont répondu à nos questions. Cet échantillon était composé de 31 étudiants d'origine marocaine, 27 d'origine algérienne, et 20 d'origine tunisienne. La composition de notre échantillon a été effectuée par hasard. Le tableau suivant décrit la composition de notre échantillon.

Etudiants français d'origine :	Nombre	Pourcentage
<i>marocaine</i>	31	40%
<i>algérienne</i>	27	35%
<i>tunisienne</i>	20	25%
TOTAL	78	100%

- **Statistiques descriptives :** 65% des répondants sont âgés de 22 ans, 22% ont entre 22 et 24 ans, et 13% entre 25 et 26 ans. Ainsi, 25% sont étudiants de niveau Licence troisième année. 55% en Master 1, et 20% en Master 2. La majorité (59%) étudie dans le domaine de l'économie et gestion, 25% dans le domaine des sciences appliquées, et 16% dans d'autres domaines. Près de la moitié des répondants ont un membre de leur famille qui est entrepreneur. Aussi, la très grande majorité, soit 94%, ont déjà une expérience de travail sous forme de stage ou mission temporaire pendant les vacances scolaires.

III - RESULTATS ET DISCUSSION.

L'analyse des réponses recueillies a permis de tirer des conclusions, et de ce fait confirmer et enrichir les résultats des travaux effectués sur le sujet.

Une intention entrepreneuriale pour une intégration sociale :

Les premiers résultats mettent tout d'abord en lumière une intention entrepreneuriale forte. Cette intention ne s'explique pas uniquement par l'attrait important face à l'entrepreneuriat. Mais, au regard d'une situation sociale plus dégradée, l'entrepreneuriat constitue d'abord, pour les EFOM, une voie d'évitement de difficultés d'insertion sociale. Pour pratiquement 92 % d'entre eux, le fait d'échapper au chômage prime sur toutes les autres motivations à se lancer dans la création d'entreprise. La création d'entreprise est devenue la voie d'insertion professionnelle la plus privilégiée pour cette population. Pour le reste des étudiants, Deux autres motivations ont été avancées. L'entrepreneuriat résulte de la volonté de travailler pour son propre compte et rompre avec le statut d'employé. Enfin, apparaît comme dernière explication du choix de cette option, l'ambition de l'individu challenger.

Des secteurs d'activité privilégiés :

Les projets évoqués par les EFOM ne sont pas obligatoirement en référence avec leurs études. Ce constat va dans le sens de l'entrepreneur qui est avant tout animé par une idéologie individualiste d'après Jean-Baptiste Say, créant ainsi son affaire dans un souci d'indépendance et quel que soit le secteur d'activités. D'une façon générale, les intentions entrepreneuriales des étudiants interrogés s'orientent vers des projets différents, mais à 76% vers le commerce et les services à caractère ethniques. L'ensemble de ces projets met en relation les deux pays (la France et le pays d'origine). En effet, un grand intérêt est porté aux projets d'Import & Export des produits exotiques des pays d'origine. Dans ce cadre, l'origine ethnique devient un avantage, permettant de s'appuyer sur un certain nombre de ressources, en matière de main d'œuvre, fournisseurs, clientèle. D'autres types de projets ont été évoqués à plusieurs reprises tels que les agences de voyage Europe-Maghreb. Ainsi, plus de la moitié des répondants (58,2%) envisage de démarrer une entreprise à court et/ou moyen terme.

IV - CONCLUSION GENERALE :

L'entrepreneuriat est alors une voie d'insertion économique et sociale. Cette dimension est d'autant plus prégnante pour les porteurs de projets issus de l'immigration que leur situation socio-économique avant d'entreprendre est, dans l'ensemble, plus dégradés. Cette situation socio-économique plus dégradée est liée notamment aux discriminations qui existent dans le monde du travail. Les EFOM interrogés déclarent que les discriminations rencontrées par rapport à leurs origines rentrent pour une part importante dans leurs motivations à créer leur entreprise.

Les résultats de notre étude devraient stimuler un débat politique sur les facteurs qui encouragent l'entrepreneuriat chez les étudiants français d'origine étrangère, les obstacles qu'ils rencontrent et les mesures politiques qui peuvent les soutenir. Ainsi, le plein développement du potentiel de l'entrepreneuriat chez les étudiants en général pourrait constituer un enjeu majeur pour la croissance de l'économie française.

La question que pose réellement cette recherche est bien la question de l'égalité des chances qui n'est malheureusement pas encore tout à fait acquise pour les français issus de l'immigration .

À quand l'équité ?

En attendant, le jeune diplômé serait un entrepreneur par *défaut*.

BIBLIOGRAPHIE :

- Ajzen .I (1991). « The theory of planned behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50
- Becker, H. (1985). « *Outsiders* ». Paris Métailié.
- Bird B.J. (1992). « The Operation of Intentions in Time: The Emergence of the New Venture », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 17, n° 1, Fall, pp. 11-20.
- Bird B.J. (1988). « Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention », *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, pp. 442-453.
- Boissin, J.P., Emin, S. (2007). « Les étudiants et l'entrepreneuriat : l'effet des formations », *Gestion 2000*, vol. 24, n°3, p.25-42
- Boissin, J.P., Emin, S., Herbert, J.I (2007) « Les étudiants et la création d'entreprise : une étude comparée France / Etats-Unis » XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique
- Brockhaus R.H. (1975). « I-E locus of control scores as predictors of entrepreneurial intentions », *Academy of Management, Proceeding of the 35th Annual Meeting*, August, pp. 433-435.
- Bruyat C. (1993). « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), 431 p.
- Crant J.M. (1996). « The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions », *Journal of Small Business Management*, vol. 34, n° 3, pp. 42-49.
- Koumarianos. P (2004) « Favoriser l'initiative économique du public en difficulté issu de l'immigration en Ile-De-France », 3CI Délégation Ile De France.
- Krueger N.F. et A.L. Carsrud (1993). « Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, pp. 315-330.
- Madoui. M et Bouyacoub. A (2003) « Entreprises, entrepreneurs et gouvernance des pme/pmi : approches franco-algériennes » Les documents du Griot n°16, 158 pages CNAM.
- Madoui.M (2003) « De la stigmatisation à la promotion sociale : la création d'entreprise comme dernière chance d'insertion : le cas des entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine » communication aux premières journées « Jeunes et Sociétés », Cereq, Marseille, 22-24 octobre.
- Madoui.M et Kourdache (2003) « Entreprises et entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine : de la stigmatisation à la promotion sociale », FASILD.
- Shapero A. et L. Sokol (1982). «The social dimensions of entrepreneurship », *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs : Prentice Hall, chap. IV
- Tkachev A. et L. Kolvereid (1999). « Self-employment intentions among Russian students », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 11, pp. 269-280.
- Tounès, A. (2003). « Une modélisation théorique de l'intention entrepreneuriale ». *Actes des VIIèmes journées scientifiques du réseau thématique de recherche en entrepreneuriat de l'A.U.F.*
- Vesalainen J. et T. Pihkala (1999), « Motivation structure and entrepreneurial intentions », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.