Près de 15 000 entreprises sont créées chaque année en France par des personnes d'origines immigrées. Ce chiffre important contraste nettement avec la réalité sociale marquée par la montée en force du racisme et des discriminations à l'embauche, qui frappent les descendants des immigrés maghrébins et africains. L'hypothèse formulée par Mohamed Madoui est que, contrairement à ce que peut nous laisser croire la vulgate libérale du temps, entreprendre ce n'est donc pas nécessairement vouloir s'affirmer comme un héraut du capitalisme moderne. Dans le cas présent, créer sa propre entreprise c'est avant tout forger de toutes pièces son propre emploi, se donner les moyens de « s'en sortir », d'échapper à la précarité. Mais créer son entreprise c'est aussi travailler à une forme de retournement identitaire que, s'inspirant d'Erving Goffman, l'auteur nomme « déstigmatisation ». L'enjeu de l'entreprise n'est donc pas qu'économique. Il est aussi social. Il s'agit de construire et d'affirmer une identité qui confère honneur et dignité.

entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine

de la stigmatisation à la quête de la reconnaissance sociale

mohamed madoui

Mohamed Madoui est enseignant-chercheur au CNAM, LISE-CNRS (UMR 5262). Il a publié notamment Militaires à temps partiel. Sociologie des officiers de réserve spécialistes d'état-major, *L'Harmattan, 2006 ; et (avec A. Abedou, A. Bouyacoub, M. Lallement),* PME, emploi et relations sociales. France-Maghreb, *L'Harmattan, 2007.*

Préface de **Michel Lallement**
La force des liens forts

Introduction
Entreprendre contre et malgré la stigmatisation

1. Un état des lieux de la littérature sur l'entrepreneuriat migrant
2. Problématique et plan de l'ouvrage

Chapitre 1
La stigmatisation et la discrimination comme processus de construction de catégories sociales dominées

1. Du concept de la stigmatisation
2. De la notion de discrimination
3. La discrimination à l'égard du « commerçant-étranger », un phénomène ancien
4. Le poids des représentations historiques dans la construction sociale des discriminations

Chapitre 2
La couleur de l'emploi. Marché du travail et discrimination à l'embauche

1. Discrimination à l'embauche et origine ethnique : une forte corrélation
2. « Notre couleur, c'est notre douleur » ou le déni de reconnaissance
3. De la discrimination à l'embauche aux carrières bloquées… voire parfois brisées
4. « Tous entrepreneurs » : quand la création d'entreprise devient la dernière chance d'insertion

Chapitre 3
Motivations et trajectoires socioprofessionnelles des entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine

1. La création d'entreprise comme quête d'une véritable reconnaissance sociale
2. La création d'entreprise comme échappatoire à la précarisation et au chômage
3. La discrimination stigmatisante comme stimulus
4. Ne pas revivre les peines du père ou l'accomplissement d'une revanche
5. Régulariser sa situation en France en créant son entreprise

Chapitre 4
Parcours et cheminements scolaires des entrepreneurs d'origine maghrébine

1. Absence de tradition entrepreneuriale
2. Une forte stabilité familiale
3. Des entrepreneurs plutôt âgés
4. La création d'entreprise est aussi une affaire de femmes
5. Capital scolaire et parcours professionnels

Chapitre 5
Spécificités de l'entreprise « migrante »

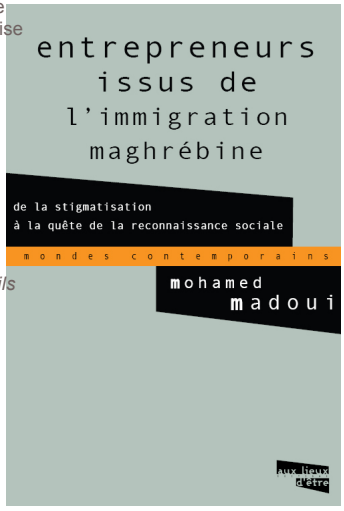
1. Prédominance de la très petite entreprise (TPE) à caractère familial
2. Une gestion de type *pater familias*
3. Qualification élevée, mais absence de compétences en management d'entreprise
4. Trouver de l'argent : un parcours du combattant
5. Le recours à l'emprunt intracommunautaire
6. Une logique de recrutement intracommunautaire
7. Un intérêt accru pour le secteur des services

Chapitre 6
Hétérogénéité des trajectoires et des profils Un essai de typologie

1. Les entrepreneurs par défaut
2. Les entrepreneurs reconvertis
   Le changement de statut
   Le processus de reconversion
3. Les entrepreneurs cadres
4. Une expansion différenciée selon les groupes ethniques

Chapitre 7
Entrepreneurs d'origine maghrébine en France et capital social

1. Réseaux sociaux et capital social
2. Donner, recevoir, rendre : une pratique courante dans les réseaux d'entrepreneurs d'origine maghrébine
3. Confiance, réputation et honneur comme modes de régulation des réseaux ethniques
4. « Moi, mes frères et mes cousins d'abord… » ou le poids des liens forts
5. Entreprendre ici et là-bas : les « immigrés », acteurs du développement local



isbn : 978-2-916063-55-3

9 782916 063553

19,90€

www.auxlieuxdetre.com

Commandez cet ouvrage en librairie
ou envoyez-nous un mail à :
info@auxlieuxdetre.com

éditions Aux lieux d'être
32, bvd Paul Vaillant Couturier
93100 Montreuil
tél. 01 48 57 68 16 / fax. 01 43 63 70 13