
Recherche – action

La création d'entreprise par les jeunes diplômés des « minorités visibles » en Ile-de-France



Freins et blocages - voies et moyens pour développer l'entrepreneuriat

Auteur de l'étude : Emmanuelle Larroque, Ingénieur de Recherche

Animation et analyse des ateliers : Bernard Chaumeil, Institut Bernard Chaumeil



Contexte et objectifs de l'étude

L'Association pour Favoriser l'Intégration Professionnelle (AFIP), la Préfecture des Hauts-de-Seine, la Caisse des Dépôts (CDC) et le Groupe ESC Rouen se sont associés pour conduire une étude sur les freins à l'entrepreneuriat par les jeunes diplômés des « minorités visibles »¹.

L'objectif de la recherche est de conduire une analyse qualitative des représentations et des parcours de jeunes diplômés d'origines non européennes pour mettre en lumière la nature des facteurs susceptibles de limiter la création de leur entreprise.

L'étude a porté plus spécifiquement sur le public des jeunes diplômés originaires des Antilles ou d'Afrique Noire. Contrairement à d'autres communautés des « minorités visibles », ce public n'a fait l'objet d'aucune étude approfondie en France. Cette lacune pourrait d'ailleurs laisser penser que les communautés culturelles noires seraient faiblement disposées à entreprendre.

Notre analyse met l'accent sur les obstacles d'ordre socioculturel et psychologique. Ces dimensions posent en filigrane la question de l'effet que de potentielles discriminations pourraient avoir sur les leviers de l'intension de créer et le processus entrepreneurial lui-même. Devant le constat de la persistance d'inégalités de traitement sur le marché de l'emploi, nous pouvons faire l'hypothèse que la création d'entreprise, bien que fortement dynamisée par les pouvoirs publics notamment dans les territoires en souffrance, n'échapperait pas aux phénomènes discriminatoires. Enfin, notre approche questionne le poids de la variable culturelle dans le processus entrepreneurial.

La question des freins à l'entrepreneuriat de jeunes diplômés des « minorités visibles » est d'autant plus fondamentale que les jeunes issus de l'enseignement supérieur représentent² 31% des jeunes créateurs, soit 12% des créations pures. Les jeunes créateurs diplômés sont plus souvent des développeurs d'entreprise (60% contre 45% pour l'ensemble des créateurs) et le sondage de l'Institut Français de l'Opinion Publique pour l'Association pour le Droit à l'Initiative Economique et le Crédit Immobilier de France montre que 50% des jeunes entre 18 et 24 ans des ZUS³, les territoires où l'on trouve la plus forte densité des publics des « minorités visibles », ont envie de créer une entreprise.

La recherche, débutée fin 2007, s'est attachée tout d'abord à qualifier la nature de la sensibilisation à l'entrepreneuriat faite par les opérateurs de l'emploi et de la création d'entreprise auprès des jeunes diplômés des « minorités visibles » en Ile-de-France.

Elle s'est poursuivie par des entretiens individuels avec quarante diplômés de moins de 35 ans, originaires des Antilles ou d'Afrique Noire, au sujet de leur perception de l'entrepreneuriat. Ces jeunes résident pour moitié dans des quartiers en difficulté. 50% d'entre eux sont des créateurs d'entreprise ou en cours d'accompagnement à la création.

Enfin, le psychologue Bernard Chaumeil a conduit deux ateliers avec une dizaine de jeunes diplômés pour traiter des résistances d'ordre psychologique à l'entrepreneuriat.

1 L'expression « minorités visibles » désigne dans cette synthèse, les personnes d'origines « non européennes ».

2 Source INSEE / Panel SINE 2002 - 1^{ère} vague d'interrogation - Traitement APCE, « Les jeunes créateurs (moins de 35 ans) issus de l'enseignement supérieur par niveau détaillé de formation », novembre 2004.

3 Les ZUS : les Zones Urbaines Sensibles

La sensibilisation à l'entrepreneuriat des jeunes diplômés des « minorités visibles » en Ile-de-France

1 Une sensibilisation inégale des jeunes diplômés des « minorités visibles » aux dispositifs d'aide à la création d'entreprise

Globalement, la sensibilisation à l'entrepreneuriat n'est pas une dimension toujours articulée aux dispositifs d'accompagnement vers l'emploi des jeunes diplômés proposés par les intermédiaires de l'emploi. Cette dimension est souvent abordée en fonction de la sensibilité du conseiller à cette question.

Certains professionnels expliquent ne pas encourager les jeunes diplômés à la création d'entreprise en raison de leur manque d'expérience professionnelle, de capital social, d'aptitudes à prendre des risques et surtout, pour ne pas dégrader des situations sociales quelques fois précaires.

« Ce n'est pas le bon public, sans compter les difficultés sociales ou psychologiques de certains dans les quartiers difficiles. »

De nouveaux acteurs contribuent à améliorer la communication de proximité sur les aides à la création d'entreprise. Les Services d'Amorçage de Projets (CDC), les Maisons de la Création d'Entreprise (APCE), les Maisons de l'Emploi et de la Formation, les Points d'Accueil Création d'Entreprise (Région Ile-de-France) ou l'ADIE sont autant de structures installées au cœur des territoires en difficulté pour sensibiliser directement le public à la création d'entreprise.

2 De nombreux opérateurs de la création d'entreprise en Ile-de-France

Les incitations pour favoriser l'entrepreneuriat ont donné leurs fruits, dynamisant le nombre de créations d'entreprises pour atteindre 321 500 en 2007 (plus 12,5% par rapport à 2006), dont plus de 75 300 en Ile-de-France (plus 10,6% par rapport à 2006). Le nombre des opérateurs de la création d'entreprise a suivi cette tendance. Se partageant les subventions destinées prioritairement à dynamiser économiquement des zones urbaines défavorisées afin de résorber l'exclusion sociale, ces acteurs offrent des services fortement spécialisés pour répondre aux réalités plurielles des porteurs de projets.

L'étude a témoigné de cette tendance à l'hyperspécialisation des acteurs, phénomène qui peut participer à créer le trouble dans l'esprit des créateurs qui souffrent déjà, comme le met en avant un rapport de l'ADIE⁴, « de l'éparpillement et de la multiplicité des interlocuteurs institutionnels ». Cette situation peut conduire à une discontinuité de l'accompagnement du créateur durant le montage de son projet.

Si cette vaste offre de services à l'entrepreneuriat permet aux porteurs de projet de choisir l'acteur qui répond au mieux à ses attentes, certains professionnels pointent du doigt qu'elle risque de mettre en péril le travail en réseau de partenaires en concurrence devant les aides publiques, au détriment de l'accompagnement.

⁴ Etude ADIE / Science Po, « Le microcrédit dans les quartiers sensibles, un regard nouveau sur l'insertion », mars 2006.

La perception des freins à la création d'entreprise par les jeunes diplômés originaires d'Afrique Noire et des Antilles

1 Des caractéristiques communes aux entrepreneurs des « minorités visibles »

Cette étude a permis de tirer des conclusions similaires à d'autres études sur les singularités et les conditions de l'émergence d'entreprises créées par des jeunes originaires du Maghreb telles que celle réalisée par Mohamed Madaoui⁵ ou par l'APCE et le cabinet MRH⁶ qui témoignent du dynamisme entrepreneurial des publics originaires d'Afrique du Nord.

- Bien que de nouvelles dynamiques entrepreneuriales émergent dans les quartiers en difficulté, et de façon générale, de la part des « créateurs de la diversité », **les jeunes des quartiers sensibles sont victimes d'une stigmatisation et d'un étiquetage.**

Bien que le mouvement de la création d'activité soit perceptible dans les quartiers difficiles, le « *dynamisme des projets dans les ZUS n'est pas encore pris en compte* ». Les jeunes diplômés porteurs de projets ressentent le poids de l'image des quartiers populaires dans la concrétisation de leurs projets.

- L'accès à l'entrepreneuriat est perçu comme **le moyen de contourner les discriminations ethno-raciales à l'emploi et de trouver une reconnaissance sociale**, bien que le risque entrepreneurial soit faiblement valorisé en France.
- **Les stéréotypes de genre, ethno racial et social tendent à se combiner**, jusqu'à mettre les porteuses de projets en concurrence en situation d'entrepreneuriat.

« Je conseille à mes clients d'aller chercher des « beurettes » en banlieues ou des provinciales car les valeurs du travail sont là. Les autres femmes sont sophistiquées et font plus de cas d'elles-mêmes que de l'entreprise. Les jeunes des banlieues ont quelque chose à prouver et donc un potentiel de création d'entreprise. »

- **L'isolement familial et les solidarités financières liées au processus de migration limitent la prise de risque.**
- **L'importance des échanges intra communautaires se fait au détriment d'échanges inter communautaires et donc de la diversification des secteurs de la création d'activité.**

2 Les singularités de la création d'entreprises par les jeunes diplômés

Les entreprises créées par des jeunes des « minorités visibles » recouvrent une grande diversité de secteurs économiques et de domaines à forte valeur-ajoutée. Les comportements entrepreneuriaux des jeunes diplômés se distinguent toutefois de ceux des jeunes moins qualifiés.

- Les études supérieures sont perçues comme le mode privilégié de promotion de l'ascenseur social. **Ces filières encouragent inégalement à l'entrepreneuriat.**

5 Mohamed Madaoui, GRIOT/CNAM, « 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 ».

6 APCE, Cabinet MRH, « La création d'entreprise par les entrepreneurs issus de l'immigration : l'exemple des entrepreneurs d'origines maghrébines ».

Si les filières d'enseignement supérieur restent peu ouvertes à des jeunes de territoires défavorisés issus de l'immigration, les nouveaux immigrés ou les jeunes antillais arrivés en métropole pour poursuivre des études dans les grandes écoles disposent, une fois diplômés, d'un bagage qui leur permet de maîtriser différents codes socioculturels et les fondamentaux à même de faciliter la gestion d'une entreprise. Or, les formations du supérieur sensibilisent peu à la création d'entreprise des jeunes destinés à intégrer de grands groupes.

- La création d'entreprise est plus **une réponse à l'appréhension d'une déqualification du diplôme, à la précarité de l'emploi ou au « plafond de verre » en entreprise** que la nécessité de créer son emploi.

Les jeunes diplômés approchent rarement la création d'entreprise comme l'opportunité de créer leur emploi, contrairement aux populations faiblement qualifiées. Ils créent leur activité en réponse à la précarité du marché de l'emploi ou aux barrières d'entrée liées aux discriminations, notamment ethno-raciales. L'entrepreneuriat est une anticipation des limites que les jeunes pensent rencontrer dans les grandes entreprises en termes d'évolution et d'enrichissement professionnel. L'option de la création est cependant écartée par quelques jeunes diplômés qui se sentent déconsidérés, perçus comme des « citoyens de seconde zone ».

3 Les freins à la création d'entreprise liés à l'appartenance et à l'origine

A travers les témoignages des diplômés originaires des Antilles et d'Afrique Noire, nous avons pu faire émerger des blocages liés au défaut de représentativité des communautés culturelles noires ou des processus de stigmatisation et d'autocensure.

a. Des jeunes diplômés en quête de modèles

Les diplômés auditionnés mettent en avant les phénomènes de reproduction sociale et l'effet miroir comme moteur de la dynamique entrepreneuriale des jeunes des « minorités visibles ». Si les créateurs interrogés évoquent les modèles de créateurs noirs de peau qui les ont inspirés à devenir des chefs d'entreprise, la plupart font le constat d'une apparente absence des communautés culturelles noires dans la vie économique française principalement en raison de leur faible médiatisation.

Paradoxalement, certains jeunes pensent qu'ils doivent « *se fonder dans la masse* », qu'ils doivent s'invisibiliser pour réussir. Ainsi, ceux qui réussissent socialement ne seraient plus en mesure d'incarner un modèle pour leurs communautés culturelles. Les jeunes, d'autant plus ceux originaires de quartiers en difficulté, n'auraient pas de « *schémas de réussite* » à mobiliser. Ils seraient dans l'incapacité de se projeter en tant qu'entrepreneurs, statut qu'ils n'associent pas à un facteur de réussite sociale le plus souvent.

b. La stigmatisation des entrepreneurs noirs de peau

- **Un étiquetage « banlieue »**

Si plusieurs créateurs font état de difficultés amplifiées par leur appartenance ethno-raciale vraie ou supposée (accès aux financements ou à un local commercial), ils évoquent surtout souffrir d'un étiquetage systématique « *jeunes de banlieues défavorisées* » en raison de leur couleur de peau.

Ils s'accordent à dire que le succès des créateurs de marques de vêtements sportswear a créé un réel appel d'air dans les quartiers sensibles. Cependant, cette image s'est systématisée comme étant celle de l'ensemble des créateurs noirs de peau. Les jeunes diplômés des « minorités visibles », quelque soit leur niveau social, ne se retrouvent pas dans ce « *modèle unique* » du « *créateur noir de banlieue* ». Ils veulent être considérés comme tout les créateurs, dans la diversité des domaines dans lesquels ils exercent.

▪ **Des accompagnateurs inégalement sensibilisés aux codes socioculturels**

La stigmatisation est dénoncée par les opérateurs de la création d'entreprises qui peuvent se trouver démunis devant la diversité des codes culturels de leurs interlocuteurs. Des accompagnateurs auditionnés peuvent quelquefois reproduire des stéréotypes et des mythes populaires dans leurs appréciations des caractéristiques des entrepreneurs diplômés noirs de peau. Ceci souligne la complexité de composer avec des codes socioculturels que les professionnels ne maîtrisent pas toujours et que certains aspirent à mieux décrypter afin d'accommoder l'accompagnement proposé.

« *La sensibilité et les codes culturels rentrent beaucoup en compte dans la formulation des projets.* »

c. Une autocensure de jeunes noirs de peau

Le poids de l'histoire semble avoir laissé une empreinte chez certains jeunes qui font référence à un contexte social imprégné de stéréotypes, ce qui les conduirait à se sentir déconsidérés. Les clichés sociaux auraient des conséquences en termes de rejet des personnes noires de peau ; les discriminations vécues dans le processus de création d'entreprise n'en seraient qu'une conséquence.

Pour nos interviewés, certains jeunes seraient sujets à l'autocensure face à un environnement perçu comme discriminant ou stigmatisant. Leurs inhibitions trouveraient leurs racines dans un inconscient collectif partagé par les communautés culturelles noires, hérité de l'esclavagisme et de l'histoire coloniale.

▪ **Une intériorisation du préjugé : faiblesse de l'estime de soi et autocensure**

Les jeunes noirs de peau auraient intériorisé une échelle de valeurs en faveur des normes de la culture occidentale.

L'esclavagisme aurait donné lieu à un principe de hiérarchisation symbolique : une valeur différentielle serait accordée à la culture et aux productions selon que ce serait une personne noire de peau ou blanche de peau qui les porterait. Cette hiérarchisation des héritages socioculturels pourrait amener les jeunes générations originaires d'Afrique Noire et des Antilles à se mettre en posture désavantagée, comme porteuse d'un handicap par rapport à une personne blanche de peau.

Ces hiérarchisations seraient couplées d'une séparation des valeurs à même d'influencer la nature de certains projets.

Bien que les créations d'entreprise des jeunes diplômés des « minorités visibles » se fassent dans des domaines très variés et souvent au prix d'une prise de distance d'avec la communauté du pays ou du territoire d'origine, de nombreux projets se tournent en direction

du pays d'origine ou des pairs par sensibilité culturelle mais aussi par méconnaissance d'autres codes socioculturels.

- **Une intériorisation de la négativité : une confiance dans les pairs fragile**

Une autre conséquence des échelles de valeurs inconscientes se concrétise dans un mécanisme de dévalorisation systématique des « communautés culturelles noires ». Elles sont comparées avec d'autres communautés culturelles perçues plus solidaires, organisées et performantes sur le plan économique.

Cette dévalorisation expliquerait un déficit de collaborations et donc une faiblesse des réseaux économiques et d'associations intra-communautaires des personnes originaires d'Afrique Noire et des Antilles. Cette apparente faiblesse de solidarités culturelles entrainerait un déficit de confiance dans « *les élites noires* ».

Ainsi, le soutien à la création d'entreprise en termes de constitution du capital financier (à l'exception de rares systèmes de tontines) ou d'associations n'est que rarement sollicité auprès des pairs (sans compter sur l'éloignement des familles, l'isolement, la dilatation des réseaux des communautés culturelles...).

- **L'autocensure : se fermer des opportunités**

En raison de ces visions négatives, des jeunes se fermeraient des opportunités et finiraient par se définir par les clichés dont ils sont victimes. Cette mécanique serait aussi alimentée par des discours idéologiques entretenus par différents groupes d'intérêts.

Les créateurs d'entreprise que nous avons rencontrés disent pour leur part, se sentir libres de considérations handicapantes qu'ils ont toutefois pu observer, voire ressentir au cours de leur parcours.

- **Le défaut de transmission des cultures entrepreneuriales aux Antilles**

Toutes ces logiques de censures et d'autocensures à la fois transmises, cultivées, alimentées, ne sont pas les seules à expliquer des freins à la création d'entreprise du public de l'étude. Les Antillais ont évoqué les circonstances historiques de la structuration de la société antillaise qui aurait limité de façon durable la connaissance de l'entreprise, l'appropriation et la valorisation de son travail. Ce phénomène se concrétiserait par la faiblesse de réseaux économiques antillais en métropole.

d. Le faible recours à l'accompagnement

Le manque d'information des jeunes diplômés les plus défavorisés socialement mais aussi le manque de confiance dans les institutions, notamment financières, la volonté de devenir un modèle pour ses pairs ou le besoin de dépasser l'étiquette négative de « *personne assistée* » sont autant de facteurs mis en avant pour expliquer la sous-exploitation des aides et des accompagnements à la création d'entreprise par le public de l'étude.

4 La création d'entreprise par les jeunes diplômés noirs de peau et les résistances liées à l'héritage psycho-socio-culturel - par le psychothérapeute Bernard Chaumeil

Deux ateliers collectifs avec une dizaine de diplômés noirs de peau ont permis de mettre en évidence l'existence de freins et de résistances à l'entrepreneuriat liés à un héritage psycho-socio-culturel ancré dans l'inconscient. Les ateliers ont révélé les effets de cet héritage sur les individus et leur difficulté à s'en défaire.

Le premier atelier a exposé certains clichés affectant les communautés culturelles noires à leur insu et susceptibles d'avoir des répercussions sur un porteur de projet noir de peau.

Tout se passe comme si le futur créateur de projet devait se protéger et se prémunir, de ses propres préjugés en réaction à ceux qui sont projetés sur lui, mais aussi de ceux provenant de l'extérieur. S'il est possible d'identifier des projections valorisant la personne, il s'agit le plus souvent de clichés négatifs, caricaturaux et pénalisants.

Des témoignages émergent de façon récurrente les thèmes suivants :

- **La perte de confiance en soi** engendrée par « *l'image négative du Noir* » et la représentation que s'en font les partenaires de l'entrepreneuriat (défiance et mises à l'épreuve)
- **La méfiance et la solitude** dues au manque de réseaux et d'appui du groupe d'appartenance qui serait davantage solidaire dans sa souffrance passée
- **La perte de repère** due à un héritage socioculturel chargé (la traite négrière, la colonisation, la dépendance économique et religieuse) et l'absence de références positives à l'histoire de son propre groupe d'appartenance
- **Le sentiment d'injustice et d'inégalité** qui résulterait du traitement qui est fait au chef d'entreprise des minorités : les personnes présentes avaient été confrontées à une forme de discrimination dans une des étapes de leur parcours de création d'entreprise et subissaient pour certaines d'entre elles encore des « mises à l'épreuve » alors même qu'elles avaient créé leur structure
- **Le besoin de surenchère** que l'entrepreneur noir de peau doit faire pour s'imposer : il doit constamment prouver par un effort supplémentaire qu'il mérite la confiance

Le second atelier a mis en évidence les résonances émotionnelles négatives liées à des événements susceptibles d'avoir marqué de manière consciente ou inconsciente les membres du groupe.

On constate que les événements positifs auxquels peuvent se rattacher et s'identifier les membres des communautés culturelles noires sont liés le plus souvent à des symboles de résistance, de combat et de lutte contre l'oppression. Ils participent de l'affirmation et de la défense de soi tandis que les domaines d'expression et de références favorisés de ces événements positifs concernent plutôt la musique, le sport et plus rarement la politique. Aucun ne semble se référer au monde des affaires ou à l'aspect de la réussite économique, ce qui sous-entend le manque de références en ce domaine.

L'issue de ces ateliers rappelle combien l'histoire provoque des réactions émotionnelles à long terme sur les descendants de ceux qui l'ont vécue et un événement mal ressenti engendre une charge émotionnelle et mémorielle qui resurgit dans l'inconscient.

Renforcer l'entrepreneuriat des jeunes diplômés des « minorités visibles »

L'accumulation d'handicaps social, culturel et économique freine l'accès à la création d'entreprise des jeunes diplômés des « minorités visibles » si bien que l'émergence de l'entrepreneuriat par ce public dépend d'un jeu combiné entre des contextes social, économique et institutionnel propices.

Les entrepreneurs interviewés sont porteurs de multiples identités. Les dimensions telles que la classe, le genre, l'âge, la migration interagissent avec une « dimension culturelle ». Si l'entrée de l'étude et les jeunes diplômés interviewés mettent la variable « ethnicité » en avant, elle est loin d'être centrale dans leur projet de création.

L'association presque systématique dans les médias et les discours politiques entre les termes « minorités visibles » et « populations désavantagées » ou « exclues socialement » encourage à leurs yeux à rendre homogène un groupe aux caractéristiques très différentes, en témoigne d'ailleurs le souhait des entrepreneurs de ne pas tomber sous une classification ethnique : « *il faut m'appeler entrepreneur, point* ».

Cette dimension ne peut cependant pas être totalement évacuée dans la mesure où certains acteurs qui contrôlent l'accès aux ressources des entrepreneurs continuent d'attribuer une identité « ethnique » aux entrepreneurs, opérant souvent des jugements négatifs à partir de traits supposés liés à cette identité.

Au-delà des blocages exogènes ou endogènes à l'initiative économique de ces publics, il est fondamental de percevoir la richesse des approches et des comportements entrepreneuriaux. Car, si la création d'entreprise est stimulée par une attitude positive vis-à-vis du risque, elle est aussi facteur de dépassement des blocages identifiés par les personnes interrogées.

Elle permet notamment de dépasser les freins symboliques, car le créateur fait évoluer les représentations et désamorce les stéréotypes. De plus, rappelons que les créateurs sont souvent très satisfaits de leur expérience de l'entrepreneuriat dont ils parlent comme d'une vocation.

« Je suis totalement satisfait de la création d'entreprise même s'il y a des difficultés. C'est l'euphorie totale. C'était un rêve, un objectif important à accomplir de créer un projet et le gérer comme il faut, avec ses idées. »

Dés à présent, quatre pistes peuvent être explorées pour stimuler l'entrepreneuriat des jeunes diplômés des « minorités visibles ».

- **Créer un Service d'Amorçage de Projets « jeunes diplômés »** ciblé sur la détection et l'amorçage de projets notamment ceux dans les territoires les plus défavorisés
- **Créer un forum « Entrepreneuriat et jeunes diplômés de la diversité »** destiné à sensibiliser à l'entrepreneuriat et médiatiser la création d'activité par des jeunes diplômés des « minorités visibles »

- **Former les professionnels de l'accompagnement** et du financement de la création d'entreprise **à la gestion des relations interculturelles**
- **S'appuyer sur l'expertise de structures comme l'AFIP pour proposer aux jeunes diplômés des « minorités visibles », une approche intégrée de l'entrepreneuriat :** développer des outils d'accompagnement à l'insertion professionnelle centrés sur le projet, créer un club « jeunes diplômés entrepreneurs », mobiliser les entreprises partenaires pour du mécénat de compétences, proposer des modules de développement personnel pour soulever les freins psychologiques