

## Partie II: Entrepreneurship

Par Abdel-Adim Najem, MBA

L'intégration socioprofessionnelle débute par l'insertion de l'individu dans le marché du travail. L'intégration dans le marché du travail peut se faire en tant qu'employé (salarié), ou comme travailleur autonome, ou comme entrepreneur ou comme investisseur. Pour en distinguer les différences utilisons deux critères simples que sont le temps et l'argent (dans le sens du capital).

Ainsi dans notre nomenclature simpliste, le salarié utilisera son temps (sur le marché du travail) mais n'a pas besoin d'utiliser son argent, le travailleur autonome utilisera beaucoup de son temps et un peu de son argent, l'entrepreneur aura besoin de tout son temps et de tout son argent et enfin l'investisseur aura besoin de peu de temps et de tout son argent. Cette catégorisation nous permet de voir que le cas le plus complexe est celui de l'entrepreneur et c'est justement celui dont il sera question dans les lignes qui suivent.

Le terme entrepreneur est défini dans le Robert comme étant « Toute personne qui dirige une entreprise pour son propre compte et qui met en œuvre les divers facteurs de la production (agents naturels, travail, capital)... ». Cette définition, « toute française », voile l'esprit d'entreprise qui est recherché et qui est un phénomène du système capitaliste et de certaines sociétés et il faut regarder du côté du terme entrepreneurship (terme anglais, accepté en français) pour retrouver l'esprit de création d'entreprises.

Comme je viens de le mentionner, l'entrepreneurship est tout d'abord un phénomène du système capitaliste, dans d'autres systèmes, cette prérogative est réservée à des instances désignées (dans le communisme c'est l'État qui crée les entreprises) et dans les sociétés dont la culture permet l'initiative individuelle (comme au Japon moins 1,6 % d'un échantillon représentatif ont l'intention de créer une entreprise, alors que ce sont 15 % d'Américains qui pensent le faire dans les trois prochaines années. Cela ne veut pas dire qu'il n'y aura de nouvelles entreprises au Japon, mais elles ne seront pas le fait d'individus).

Donc, en Amérique du Nord, territoire de la libre entreprise, la définition de l'entrepreneur (celui qui a l'esprit d'entreprises) fait référence à l'opportunité, à cette capacité de déceler un besoin et le moyen de le satisfaire sans égards aux ressources dont il dispose. C'est cela l'entrepreneurship!

On entendra souvent des entrepreneurs relater que l'idée leur est venue de leur propre besoin ou celui de leur famille. C'est le cas du jeune avocat, libéré du Service militaire, qui revient chez lui et décide de déménager mais ne trouve pas de véhicule à louer pour ce faire. Le service n'existait pas! Mais aujourd'hui, si vous voulez déménager et le faire vous-même, à quelle entreprise penseriez-vous? C'est celle-là, U-HAUL et c'est ainsi qu'elle fut créée. Ajoutons que ce n'est pas tant le matériel (camions) qui ont fait l'entreprise, l'innovation pratique est accompagnée ici d'une innovation sociale soit le «Do It Your Self ». Depuis beaucoup d'autres

entreprises se sont basées sur ce concept pour émerger et croître.

Que dire d'une entreprise qui vous propose de s'occuper de vous ramasser de l'argent pour votre cause ou votre organisme de charité, et ce, par Internet? Trop simple? Trop compliqué? En tout cas, son propriétaire est archimillionnaire, Éric Boyco et son entreprise eFundraising.com (cf. *Les Affaires du 25-10-03*, p. 28) font des sous et du bon boulot.

Un autre cas que j'affectionne tout particulièrement, et que je donne en exemple, c'est celui de Trans-herbe inc. de Saint-Bruno, au Québec. Cette entreprise vend du thé, depuis 1992, et à qui pensez-vous? Mais aux Japonais, pard! (cf. *magazine MPE, Automne 2003*, p. 12).

Ici, on a compris, il y a déjà quelques décennies que les entrepreneurs créent des entreprises, qui créent des emplois, qui créent de la richesse qui assure le bien-être matériel. On aura compris que pour assurer cette dernière, on devra faciliter les premières. Et, je suis sûr que vous connaissez au moins un pays où la création d'entreprises n'a rien à envier aux Douze travaux d'Hercule!

### L'ESPRIT D'ENTREPRISE, UN PHÉNOMÈNE RECHERCHÉ

Au Canada, on s'intéresse de très près à la création d'entreprises et quand on constate une diminution dans le domaine, on tire la sonnette d'alarme. Et, c'était le cas dernièrement (automne 2003) alors que nous constatons que le nombre d'entreprises est passé de 966 949 à 966 236, et cela entre juin et septembre 2003. Pour le Québec, c'est une diminution de 1,91 %, soit de 225 088 à 220 799 unités (*Statcan, tableau 178-001 Population des employeurs, troisième trimestre 2003*).

Au Québec, en général on ne reste pas les bras croisés devant un phénomène du genre. Alors, on questionne, on cherche les raisons (parfois des coupables aussi) jusqu'à trouver quoi faire. Dans ce cas, les spécialistes nous ont dit que les Québécois commencent à manquer de confiance en eux : C'est pour ça que le niveau de création d'entreprises est à la baisse. Misère de misère! Que faire? Faire en sorte que les Québécois retrouvent la confiance en eux, c'est tout, le reste suivra!

### ENTREPRENDRE; C'EST AVOIR CONFIANCE EN SOI

C'est l'ingrédient essentiel. Le *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) publie des rapports sur le sujet et constate en effet une diminution dans les intentions de création d'entreprises au Québec. Dans le rapport de 2002, ce ne sont que 7,6 % des Québécois âgés entre 18 et 64 ans à avoir l'intention de créer une entreprise. Au Canada (y

compris le Québec), ce taux est de 13,1, il est de 15,3 aux États-Unis et de 8,5 en Italie.

Pour relever le niveau de confiance, les experts ont aligné des trains de mesures et chacun y propose une recette. J'ai retenu pour vous les dix mesures les plus prometteuses, les voici :

1. Vendre l'idée d'entreprendre auprès des jeunes (certaines personnes diront que je suis en train de vous la vendre. Ben voyons donc!)
2. Accepter de remettre en question certains fondements de notre système économique
3. Changer la perception, largement partagée, du sacrifice à souffrir dans le démarrage d'entreprises
4. Simuler par le jeu la création d'entreprises, et ce, dès la maternelle (Avis : ceci est une opportunité d'affaires)
5. Implanter un programme entrepreneuriat-études
6. Valoriser, souligner et montrer des modèles de réussite dans la création d'entreprises
7. Réduire l'interventionnisme étatique
8. rendre plus flexible certaines réglementations
9. S'ouvrir davantage aux immigrants, à leur besoin et à leurs cultures (Urgel Bourgea a déjà commencé)
10. Se tourner davantage vers l'exportation

*Le rapport GEM relève également, et c'est la bonne nouvelle, que la population immigrante est généralement plus entreprenante que la population d'accueil.*

### ENTREPRENEURSHIP IMMIGRANT

Il n'est pas nécessaire de rappeler ici que l'immigration joue plusieurs rôles, dont celui qui nous intéresse ici. Et, s'il y a intérêt, les chercheurs et les théoriciens ne sont pas loin. Les uns s'intéressent aux difficultés d'entreprendre pour les immigrants alors que d'autres s'attèlent à découvrir les raisons de succès de l'entrepreneur immigrant.

Parmi les théories avancées, celle du capital social ne manque pas d'intérêt. Aujourd'hui nous utiliserons le terme réseau pour désigner la source de ce capital social sans risque de tomber dans le péjoratif. Donc ce réseau, pour jouer son rôle de moteur à l'entrepreneuriat doit être caractérisé par :

- Des liens d'obligation : c'est à dire des échanges réels et formels. En résumé, je dirai à compétence et à prix égaux, ce sera le membre de la communauté;
- Des liens de réciprocité : échanges mutuels. Tu me grattes le dos, je te prête



Abdel Adim Najem, MBA.

ma mule;

- Des liens de solidarité : entraide et obligation morale de ne pas desservir les autres.

Les tenants de cette théorie concluent que plus les liens sont étroits entre les membres d'une communauté ethnique plus les probabilités d'entreprendre et de réussir sont élevées ( La magie du réseau).

### LES STRATÉGIES DE L'ENTREPRENEUR

Bien entendu n'est pas entrepreneur qui veut! Certaines conditions sont essentielles et font références aux caractéristiques individuelles de l'entrepreneur. Pour entreprendre la personne doit bénéficier d'une ou de plusieurs des caractéristiques telles avoir confiance en soi, être positive, être autonome, avoir un besoin d'accomplissement, avoir un besoin de reconnaissance sociale, etc.

Les ethnos et autres spécialistes considèrent qu'une communauté en bonne santé est celle où le taux d'entrepreneurs est de 10 %.

La stratégie de l'entrepreneur est cette pierre angulaire sur laquelle il va s'appuyer pour lancer son entreprise. Encore une fois, comme pour les caractéristiques individuelles, on peut trouver des situations qui sont le produit, non pas d'une seule dimension mais de plusieurs et à des degrés variables.

### La stratégie culturelle (dite aussi culturaliste)

Cette théorie présume que dans certaines sociétés le fait d'entreprendre est très valorisé et constitue le couronnement d'une vie. La question d'entreprendre demeure d'actualité pour chaque membre de la communauté. Certains se réaliseront jeunes, d'autres lanceront une entreprise une fois à la retraite. À l'opposé, dans d'autres sociétés entreprendre est une activité de dernier recours, rappelons-nous que tous les membres d'une génération n'allaient à l'école que pour finir comme fonctionnaire. Ce temps n'est pas lointain.

## Partie II: Entrepreneurship (suite)

## DOSSIER DU MOIS

Certains ethnos, dans le cadre d'analyses confrontent l'appartenance religieuse au fait d'entreprendre et, statistiques à l'appui, constatent que les protestants, les confucianistes et les juifs sont plus portés à entreprendre que les membres d'autres croyances, la notion d'intérêt n'ayant pas la même consonance et parfois même, elle est considérée comme pêché.

**La stratégie du désavantagé (dite théorie structurelle)**

Il s'agit de l'individu, qui comme dirait l'autre, « pas chanceux, pas en toute ». Peu scolarisé, discriminé au plan de l'emploi, acquis non reconnu, ne parle pas ou très peu la langue de la majorité, sans fortune et pour bien faire, ajoutons lui un handicap physique et nous aurons le candidat idéal (à condition d'avoir une ou des caractéristiques

individuelles dont on parle plus haut. Selon certains auteurs, cette réaction (entreprendre) en est une des *défrustrations* et elle est compensatoire à la marginalité. Notre individu est motivé à ne pas en douter!

**la stratégie de l'enclave (théorie économique)**

On parle d'enclave ethnique quand une communauté investie un sous-ensemble économique et y développe une expertise. Le sous secteur économique devient identifié à cette communauté et vice-versa. Pour tester vos connaissances (Placez la bonne industrie vis-à-vis la bonne communauté), si je dis l'industrie du vêtement, celle du taxi, celle du couscous, celle de la construction, celle des produits orientaux au Québec, à qui pensez-vous? Les voilà, pêle-mêle : Les Juifs, les

Italiens, les Libanais, les Haïtiens et les Maghrébins.

Une autre forme d'enclave est celle qui permet de répondre aux besoins des membres d'une communauté par d'autres membres de cette même communauté et tant mieux si ça déborde. Les Libanais se prêtent bien à cet exemple. Des produits Clic! aux restaurants Chez Amir.

**La stratégie du Middlemen minorités (théorie situationnelle)**

Elle réfère à cette personne qui se trouve à la croisée des chemins entre la société d'accueil, à laquelle elle se sent pleinement intégrée, et sa communauté. Cette personne sait parler aux deux communautés et elle est biculturelle. C'est souvent le cas de travailleurs autonomes comme les comptables, les

avocats, les agents d'immeubles, etc. Ces professionnels connaissent nos besoins et nos problèmes et les rouages de la société d'accueil et sont supposés être capables de nous aider.

**Pour entreprendre dans le contexte ethnoculturel nous avons tenté d'expliquer, pour mieux inciter à la création d'entreprises, les conditions, les caractéristiques de l'individu et les stratégies que l'on peut mettre à profit, comme une recette, pour s'en sortir autrement que par le seul fait d'une occupation de salarié.**

**Rappelons enfin que si vous êtes dans le domaine de l'aéronautique vous êtes un entrepreneur certes, mais pas ethno. Alors que ce soit dans un contexte ou l'autre, ne vous gênez pas!**

## Immigration et participation



## KANATIR (PONTS)

Le titre de mon article semble ambiguë, trop général et imprécis, du moins en apparence.

Au fond, l'immigration en tant que « nouveau destin » d'un individu ou d'un groupe d'individus, vivant ailleurs que dans leur pays natal, est un défi qui comporte un nombre important de changements qui touchent les immigrés.

La manière avec laquelle chacun répond à ces défis est régit de sa part par plusieurs conditions sociales, psychologiques, économiques, religieuses, individuelles, se rattachant à l'éducation reçue ou à la culture héritée.

La participation dont il est question aujourd'hui doit être comprise dans son sens le plus large, parce qu'elle englobe tous les niveaux de l'organisation d'une société donnée.

A avancer dès le départ, que la participation de l'immigré a un mouvement de double sens et c'est elle qui détermine d'une manière fondamentale l'équilibre existentiel de la vie entre deux pays, deux cultures, deux continents différents!

L'immigré est appelé consciemment ou inconsciemment, implicitement ou explicitement à participer aussi bien dans le pays d'accueil que dans son pays natal. Si cette participation n'est pas vécue sur le plan conscient comme un enrichissement de l'individu, elle risque de brouiller les pistes d'une intégration saine et d'une relation positive au pays des ancêtres. Il est même important de rappeler que la participation est un signe de bonne santé psychique, émotionnelle et physique de l'immigré.

La participation sur le plan du pays d'accueil commence dès le premier jour de l'installation de l'immigré dans le pays de son choix. Plusieurs pays qui font appel à la force du travail des gens d'autres pays, offrent aux nouveaux venus implicitement des opportunités pour réussir les premiers pas de leur participation. La plus importante participation n'est pas celle qui se réalise sur le plan économique, puisque l'immigré contribue à l'économie du

pays où il est, mais la participation sociale!

Cette dernière regroupe à elle seule d'autres catégories de la participation, des premières formes simples du bon voisinage et de l'entraide dans l'immeuble, le quartier ou le village d'accueil de l'immigré jusqu'aux formes les plus complexes sous formes de projets culturels, associatifs ou politiques.

Tout immigré est appelé à choisir selon ses capacités, ses compétences professionnelles ou créatrices la manière avec laquelle il peut apporter sa contribution positivement au lieu où il vit. On ne peut pas rester les mains croisées, regardant comment les choses se développent là où l'on vit, parfois en notre nom et avec notre accord implicite.

La participation dans le pays d'accueil est une compétence en soi, parce qu'elle exige non seulement la prise de conscience de ce devoir social, mais avant tout la prise de conscience de soi-même en tant qu'acteur social, responsable à titre égal avec les autres des choses qui se déroulent là où je vis. C'est une prise de conscience de ses droits civiques et de son devoir envers le développement du principe démocratique, vu que ce dernier n'est jamais donné *per se*, mais doit être chaque jour cultivé et soigné.

Sur le plan du pays d'origine, la participation ne se limite pas à cette liaison psychique constante avec le pays et la famille ou à cette aide financière que l'on porte à ce membre de la famille ou à l'autre, mais dépasse cette frontière pour impliquer ce devoir humain de ne pas appliquer le mauvais conseil de cet ancien proverbe : « *loin des yeux loin du cœur!* ».

Le réalisme nous oblige aussi à choisir les domaines de notre compétence pour participer, même de loin, à la vie sociale de son pays d'origine. Dans la plupart des temps, un bon comportement positif dans le pays d'accueil peut avoir des résonances très positives sur le pays d'origine est c'est déjà un plus pour ce dernier.



Paysage multiethnique canadien

© Photo MCE 2003

Il n'est pas exagéré de nommer l'immigré en tant qu'ambassadeur de son pays. Ce titre de noblesse peut s'appliquer en fait à chaque immigré, abstraction faite du métier qu'il exerce. La responsabilité qu'engendre cette appellation distinguée, implique également le comportement que l'on doit choisir après son retour dans le pays d'origine. J'ai dit à plusieurs reprises, que l'immigré qui n'aime pas son pays d'accueil comme il aime son pays d'origine, ne porte à ce dernier qu'un faux amour. Exagéré dans l'éloge du pays d'accueil ou dans sa critique, chose qui se produit souvent selon les circonstances – on passe parfois de l'un à l'autre sans se rendre compte des contradictions où l'on tombe-, est un mauvais signe d'une intégration qui se vit plutôt mal.

Bref, la participation est à l'intégration ce que le sel et le poivre sont pour la soupe! Et elle est pour la nostalgie ce que le sucre et la menthe fraîche sont pour le thé. Un bon équilibre existentiel de l'immigré se trouve exactement dans cette conscience de savoir que la participation est parmi les dimensions de la vie que l'on doit prendre au sérieux, cultiver et exercer.

Dr. Hamid Lechhab

hamid@mail.austria.com