

on produit dans des pays différents. On passerait finalement du « Made in Italy » au « Made in Europe », comme soulignait l'entrepreneur de *Modin* pour indiquer l'importance de produire dans un espace de proximité à l'UE ?

Bibliographie

Alaimo A., Pasquato C., 2008, "Transformation processes to the district form: territorialities compared" in *Worlds of new work? Multi-scalar dynamics of new economy spaces*, Conference Papers, Commission on The Dynamics of Economic Spaces, International Geographical Union, 5th to 8th of August 2008, Department of Geography, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

Alaimo A., 2012, *La geografia in campo. Metodologia ed esperienze di ricerca*, Pacini, Pisa.

Alaimo A., 2010, *Il territorio preso nella rete. La delocalizzazione veneta in Tunisia*, Thèse de Doctorat en Sciences Économiques Mention Économie des Transports, Italie, Université de Padoue.

Ben Hammouda H., 2012, *Tunisie, économie politique d'une révolution*, Éditions de Boeck, Paris

Cassarino J-P., 2000, *Tunisian 'New Entrepreneurs' and their past experiences of migration in Europe*, Ashgate, Aldershot.

Cherni, A., 2011, *La révolution tunisienne. S'emparer de l'histoire...*, Albouraq, Liban.

Ferjani M.C., 2011, "Inspiration et perspectives de la révolution tunisienne", *Confluences Méditerranée*, 77, 13-28.

Kilani M., 2011, *La révolution des braves*, Simpact, Tunis.

Lainati C., 2002, *Le imprese straniere in Tunisia. Nascita e sviluppo dei circuiti produttivi: gli italiani nel tessile-abbigliamento*, Rapporto di

ricerca del progetto ECOBAZ DGXUU-CE.

Peraldi M., 2005, « Affranchissement et protection : les petits mondes de la confection en Tunisie », Colloque Sousse, Actes du colloque de Sousse, Paris, Karthala.

Piot O., 2011, *La révolution tunisienne. Dix jours qui ébranlèrent le monde arabe ?*, Les Petits Matins

Puchot P., Mansouri S. et Nasraoui R., 2011, *Tunisie, une révolution arabe*, Éditions Galaade

Scroccaro A., 2012, *Des territoires aux territorialités multi-situées : réseaux de la production du « made in Italy » en Roumanie*, Thèse de Doctorat, Université Paul Valérie Montpellier III et Université de Padoue.

Tarius A., 1993. *Territoires circulatoires et espaces urbains*. Les Annales de la Recherche Urbaine, n° 59-60, 51-60.

Veltz P., 2005, *Mondialisation, villes et territoires*, Ed. PUF, Paris.

Intention entrepreneuriale au Maghreb : Approche comparative auprès des étudiants Algériens, Tunisiens et Marocains

Mahmoudi Mourad

Doctorant en économie gestion à l'Université de Béjaia (Algérie), FSEGC.

mahmoudi.mourad@hotmail.fr

Depuis quelques décades déjà, l'économie mondiale vit au rythme de l'économie de marché et de la libre entreprise. De nombreux pays, à l'instar des pays en développement, perçoivent dans la création d'entreprise un vivier de création de richesses et d'emplois, plaçant ce dernier au cœur des débats politiques. Les enjeux économiques et sociaux liés à la création d'entreprise sont d'une importance capitale et nul ne peut contester la contribution de ce phénomène à la croissance économique d'un pays.

À côté de l'ébullition que provoque l'entrepreneuriat du côté des pouvoirs publics, ce dernier peut représenter un intérêt tout particulier pour l'individu qui peut trouver dans une situation de création d'entreprise une source de satisfaction. Ainsi, le phénomène d'entrepreneuriat est au centre d'intérêt de plusieurs acteurs, des individus, des gouvernements et des chercheurs.



© Tuniivisions.net

Etudier le processus entrepreneurial en amont de la création s'avère être une bonne option pour comprendre et expliquer l'acte en lui-même. Krueger et Carsrud (1993), Kolvleid (1997), Emin et Chaulet (2005), Boissin, Tounes (2003 ; 2006), Kennedy et al. (2003) et Fayolle et Gailly (2009) s'accordent pour dire que la création est souvent précédée par une intention ou une volonté. Pour Bruyat (2003) l'intention d'entreprendre relève d'une volonté. En effet, dans tout acte réfléchi, l'intention précède l'action. Dès

lors, un acte intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné. Cette intention représente le meilleur prédicteur de l'acte entrepreneurial (Benredjem, 2009). C'est ainsi que l'intention d'entreprendre sera d'autant plus significative que la création d'entreprise est perçue comme une action désirable et faisable.

L'objet de notre recherche est d'étudier les intentions entrepreneuriales au Maghreb à travers une approche comparative auprès des étudiants de trois pays : l'Algérie, la Tunisie et le Maroc. L'idée centrale est de comprendre les attitudes et les perceptions des étudiants vis-à-vis de la création d'entreprise à travers l'identification des facteurs individuels et contextuels influençant leurs intentions entrepreneuriales. Cela, en se basant sur deux modèles d'intentions issus de la psychologie sociale : la théorie du Comportement Planifié (TCP) d'Azjen (1991), modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).