***Introduction du chapitre 1***

L’entrepreneuriat est considéré comme l’un des moteurs de la croissance économique. La réussite de la pratique entrepreneuriale et son développement dépend des facteurs liés à l’entrepreneur (ses caractéristiques, ses qualifications, ses compétences…). Cependant, Cet entrepreneur ne crée plus par vocation mais par nécessité dans un environnement mouvant et complexe. Souvent, il a besoin de fonds, de compétences techniques, managériales, réseaux de relations…etc., c’est la raison pour laquelle l’entrepreneur recourt aux organismes d’appui pour bénéficier de leurs aides.

Selon Janssen F. (2009), la démarche entrepreneuriale s’accomplit rarement seule. Dans la même voie, Verstreate T. (1999) affirme que le parcours entrepreneurial est éprouvant, notamment lorsque le créateur entreprend pour la première fois. En effet, les mécanismes d’appui occupent de plus en plus d’importance pour faire face à divers enjeux : développer l’activité entrepreneuriale, soutenir l’emploi et remédier la disparition des entreprises nouvellement créées et par ailleurs, soutenir et aider tout porteur de projet dans sa démarche entrepreneuriale : obtenir un capital, préparer un plan d’affaire, développer son réseau...etc.

Dans ce cadre, afin d’étudier le rôle des mécanismes d’appui dans le développement entrepreneurial en Algérie, et pour but de recentrer notre objet de recherche et répondre à mieux à nos différents questionnements, nous revisiterons dans ce premier chapitre la littérature de l’entrepreneuriat. Notre réflexion a pour objectif de mieux comprendre le cadre théorique de notre champ d’investigation, à savoir trois principaux niveaux d’analyse : l’entrepreneuriat, l’entrepreneur et l’appui à l’entrepreneuriat.

Pour y parvenir, nous avons structuré ce premier chapitre en trois sections. La première sert à éclairer les notions fondamentales de l’entrepreneuriat par la présentation d’une relecture des définitions de l’entrepreneuriat, les déterminants du phénomène entrepreneurial, son importance dans l’économie et l’évolution des différentes approches théorisant le champ de recherche en entrepreneuriat.

La deuxième section s’intéresse à l’étude de l’entrepreneur : l’acteur et le sujet de l’entrepreneuriat où nous examinerons les différentes définitions de l’entrepreneur, son historique, son profil, ses compétences et ses motivations.

La troisième section sera consacrée à l’étude de l’appui à l’entrepreneuriat à travers les différents mécanismes d’appui comme le financement, l’enseignement et l’accompagnement.

***Section 1 : l’entrepreneuriat : un phénomène complexe à multiples angles d’étude***

Malgré l’évidence de son rôle, l’entrepreneuriat se présente toujours comme une discipline en construction, cela laisse difficile de lui donner une définition ultime, pourtant, le terme entrepreneuriat connaît une utilisation croissante, c’est un objet d’étude travaillé par des chercheurs de diverses disciplines scientifiques. Cette absence d’une définition ultime est résultant de la multitude aspects et dimensions qu’englobe le phénomène entrepreneurial, d’où, chaque chercheur essaie de donner une acception ou approche répondant à ses problématiques. Ainsi, dans cette section, nous exposons un ensemble d’acceptions de l’entrepreneuriat, ses paradigmes et ses différentes approches.

1. ***Notions fondamentales sur l’entrepreneuriat***

L’hétérogénéité et la complexité de l’entrepreneuriat qui est à la fois un phénomène économique et social dont son analyse peut être étudié sous différents angles justifient l’absence d’une définition de l’entrepreneuriat qui fasse actuellement l’objet d’un consensus[[1]](#footnote-2). Pour Fayolle et Filion, tenter de définir l’entrepreneuriat constitue un exercice difficile[[2]](#footnote-3). Dans la même perspective, plusieurs auteurs, anglo-saxons, ou francophones s’accordent à reconnaître que le seul consensus envisageable dans la délimitation sémantique et conceptuelle de l’entrepreneuriat est justement de reconnaître qu’il ne peut y avoir consensus[[3]](#footnote-4).

* 1. ***Définitions de l’entrepreneuriat***

D’après notre revue de plusieurs définitions, nous constatons qu’il y a des chercheurs qui ont analysé ce concept sous l’angle de la création d’une nouvelle organisation et le processus amenant à sa création comme l’indique Thierry Verstraete : « *l’entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L’un d’eux se définit par rapport à l’autre et vice versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l’entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socio-économiques ; et l’organisation c’est l’unité résultante du processus de l’organisation et la structuration des éléments financiers, matériaux et humains* » [[4]](#footnote-5).

D’autres auteurs se sont intéressés sur l’entrepreneur lui même : qui est ? Et pourquoi il décide de se lancer à la voie entrepreneuriale et pas d’autres individus ? Selon Yvon Gass (1992) : « *l’entrepreneuriat est l’appropriation et la gestion des ressources humaines et matériels dans le but de créer, de développer et d’implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus. L’entrepreneur se trouve donc dans une démarche d’organisation des ressources dans le but de lancer puis garder en activité une entreprise qui viendra combler un besoin* »[[5]](#footnote-6).

D’autre part, Filion J. L. définit l’entrepreneuriat comme étant « *le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristique, les effets économique et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l’expression d’activités entrepreneuriales* » [[6]](#footnote-7). Dans cette définition, nous remarquons que l’auteur a mis l’accent sur l’entrepreneur et le rôle des mécanismes d’appui pour faciliter ses actions et d’autre part faire émerger chez les individus l’esprit d’entreprise, le goût d’entreprendre, ainsi que de développer les compétences nécessaires pour réussir.

Scott M.G. (1998) postule que *"l'entrepreneuriat consiste à mettre à profit de façon créative les valeurs de l'environnement"[[7]](#footnote-8).* Dans la même voie, Muzika D.et Churchill N.C. (1998) définissent l'essence de l'entrepreneuriat comme *"la faculté d'identifier et de faire fructifier une valeur marchande en faisant coïncider une innovation et un besoin"[[8]](#footnote-9)*. Dans ces définitions, les auteurs perçoivent “l’innovation” comme un déterminant du phénomène entrepreneurial.

Par ailleurs, Stevenson H. H. et Jarillo J.C. (1990) affirment que définir l'entrepreneuriat est une tentative d'ordre sémantique : réduire son champ risque d'exclure des travaux qui peuvent être utiles dans plusieurs domaines, l'élargir peut dissoudre sa particularité de champ d'études spécifique[[9]](#footnote-10). Dans tous les cas, constatent-ils, l'essence de l'entrepreneuriat est la volonté de concrétiser une opportunité sans tenir compte au préalable des ressources disponibles. Par opportunité, ces auteurs entendent une situation future qui est considérée comme souhaitable et réalisable. Cette définition stipule que l’entrepreneuriat est un champ qui s’intéresse à l’identification d’opportunités d’affaires par des individus ou des organisations, à leur poursuite et à leur concrétisation, indépendamment des ressources directement contrôlées. Cette conception de l’entrepreneuriat introduit la notion de l’opportunité et présuppose que dans une situation entrepreneuriale, il y a toujours une tension forte entre les ressources disponibles et contrôlées et les ressources nécessaires pour transformer l’opportunité en entreprise.

Dans cette même voie, nous insistons sur l’importance de l’environnement dans la pratique entrepreneuriale. Ainsi, nous proposons notre conception opératoire de l’entrepreneuriat où on trouve ses principaux aspects : l’individu, l’organisation émergée, le processus et l’environnement : *l’entrepreneuriat et une pratique amenant à une création d’une nouvelle organisation où demeure l’entrepreneur l’acteur principal grâce à son engagement, ses caractéristiques et son comportement et également à son environnement qui influence sur son profil et sur toutes ses décisions*.

Dans toutes ces tentatives de définitions nous retrouvons, d’une façon plus ou moins explicite, les notions d’individus, d’action, d’innovation, d’opportunité, de risque, d’organisation et de création de valeur. Ces facteurs constituent des conditions nécessaires et peut être suffisantes pour que l’entrepreneur et l’entrepreneuriat existent. Ce qui nous amène à étudier dans ce qui suit les paradigmes de l’entrepreneuriat.

* 1. ***Paradigmes et les déterminants de l’entrepreneuriat***

Verstreate T.et Fayolle A. résument les déterminants de l’entrepreneuriat en quatre paradigmes : l’opportunité d’affaire, création d’organisation, création de valeur et l’innovation en définissant l’entrepreneuriat comme une « Initiative portée par un individu (ou plusieurs) construisant ou saisissant une opportunité d’affaires, dont le profit n’est pas forcément d’ordre pécuniaire par l’impulsion d’une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d’une innovation) pour les parties prenantes auxquelles il s’adresse le projet. » (Verstreate, Fayolle, 2004)[[10]](#footnote-11).

* + 1. ***paradigme de l’opportunité d’affaire :*** Cette notion est ancrée dans divers travaux et a fait l’objet de nombreuses tentatives de définition de l’entrepreneur et l’entrepreneuriat :
* Pour Bygrouve et Hover : ***“****An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organisation to pursue it.”*;
* Shane & Venkataraman décrivent que: ***“****The scholarly examination of how, by whom and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated and exploited.[[11]](#footnote-12) ;*
* Pour Kirzner, l’opportunité vient d’un dysfonctionnement dans un marché, une opportunité est une imperfection du marché ou un déséquilibre économique qui peut être exploité par un entrepreneur en ramenant le marché à son état d’équilibre[[12]](#footnote-13).

Dans cette perspective, on appréhende l’entrepreneuriat comme un processus de projection d’une opportunité d’affaire et la réalisation de nouvelles idées à partir de leur identification, ensuite leur poursuite et enfin, leur concrétisation. Par ailleurs, la concrétisation d’opportunités d’affaire nécessite la création d’une nouvelle entité, cela nous amène à étudié le deuxième paradigme.

* + 1. ***Paradigme de la création d’une nouvelle organisation :*** Cette nouvelle organisation n’est pas forcément une nouvelle entreprise au sens restrictif du terme, la création d’une nouvelle organisation suppose une inexistence préalable de l’organisation pour finalement voire naitre pour l’exploitation et la concrétisation des opportunités d’affaire : c’est la résultante de la transformation de visions et d’idées d’entrepreneur en action.

La pérennité de l’organisation et la persistance entrepreneuriale suppose la satisfaction durable des parties prenantes. Il s’agit de leur apporter la valeur qu’elles attendent, nous faisons ici appel au paradigme de la création de valeur.

* + 1. ***Paradigme de la création de valeur :*** D’après BRUYAT, « l’objet scientifique étudié dans le champ de l’entrepreneuriat est le dialogique individu/ création de valeur »[[13]](#footnote-14). L’individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, et la création de valeur est par l’intermédiaire de son support (l’organisation). Ainsi, le paradigme de la création de la valeur et complémenté par celui de la création d’une organisation. La nature de la valeur se relativise aux attentes de la catégorie des parties prenantes, par exemple, les clients attendent des produits, des prix, des services; les fournisseurs attendent des commandes, des délais de paiement corrects, la famille attend une récompense pour les sacrifices consentis …etc.

Par ailleurs, la création de valeur nouvelle est le corollaire de l’innovation. L’innovation est un cas particulier de valeur nouvelle, nous ne pouvons pas imaginer une innovation sans création de valeur.

* + 1. ***Paradigme de l’innovation :*** L’innovation et la création de valeur nouvelle sont des notions difficilement dissociables. L’innovation réussie est toujours une source de nouvelle valeur, par contre la création de valeur nouvelle n’a pas systématiquement une innovation comme source unique.

Julien et Marchesnay considère que l’innovation « est le fondement de l’entrepreneuriat »[[14]](#footnote-15), et pour P. F. Drucker : l’innovation est un outil spécifique des entrepreneurs, c’est le moyen par lequel ils exploitent le changement comme une opportunité pour des affaires et des services différents[[15]](#footnote-16) ; l’innovation peut se présenter comme une discipline, elle peut être apprise et pratiquée. Les entrepreneurs ont besoin de chercher précisément les sources d’innovation[[16]](#footnote-17).

Cette innovation peut être radicale, graduelle, systématique, sporadique ou globale. Schumpeter suppose une classification de l’innovation dans cinq types : nouveaux objets de consommation (produits, services ou exploitation de nouvelles sources de matières premières) ; nouvelles méthodes de production ; nouvelles méthodes de transport ; nouveaux marchés et nouveaux types d’organisations industrielles.

Enfin, la complémentarité des paradigmes et liens entre eux sont présentés par le schéma suivant :

***Figure n° 1 : Représentation des liens entre les quatre paradigmes de l’entrepreneuriat***

******

***Source : Verstreate T.; Fayolle A., Revue d’entrepreneuriat, vol 4, n°1, 2005, page 44.***

Ces liens sont :

*Lien 1* : l’exploitation d’une opportunité nécessite l’organisation des ressources diverses ;

*Lien 2* : la pérennité de l’organisation nécessite l’offre de la valeur attendue par les parties prenantes ;

*Lien 3* : l’innovation est l’origine de toute création de valeur ;

*Lien 4* : l’innovation peut correspondre à la construction d’une opportunité mise sur le marché ;

*Lien 5*: toute exploitation d’une innovation à l’instar d’une opportunité, appelle une organisation, et l’existence de celle-ci favorise les interactions créatives nécessaires ;

*Lien 6* : une opportunité n’est exploitée que si elle est aperçue comme susceptible de dégager une valeur.

* 1. ***Importance de l’entrepreneuriat***

L’importante place qu’occupe l’entrepreneuriat dans les recherches et les politiques économiques revient essentiellement aux intérêts qu’il apporte à l’économie et à la société à savoir : création de richesse, création d’emploi, l’innovation, le renouvellement du parc d’entreprises, l’exploitation des ressources, la diversification et la complémentarité des entreprises…etc. Dans ce cadre, Robert Townsend affirme que: « *When properly unleashed, the entrepreneurial spirit has proven to be the greatest force for generating wealth that the world has ever known.  Entrepreneurship is the great engine of job creation, innovation, economic growth, and the rise of low-income communities out of poverty."*[[17]](#footnote-18)

* + 1. ***Entrepreneuriat et croissance économique***: Nombreuses études ont essayé de quantifier le lien entre la croissance économique et l’entrepreneuriat, en exemple, le programme de recherche international GEM (Global Entrepreneurship Monitor) qui a proposé un modèle comparant entre différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Ce programme a montré que dans les payes à activité entrepreneuriale élevée comme les Etats-Unis et le Canada, la proportion du PIB qui provient des PME progresse chaque année, selon les auteurs de cette étude, l’activité entrepreneuriale n’a pas peut être d’effet direct sur la croissance économique mais accélère, grâce à la présence d’une population nombreuse d’individus entreprenants[[18]](#footnote-19) ce qui va dans le même ordre d’idée avec les conclusions de Octave Gélinier en 1978 qui a indiqué quelques années seulement après le premier choc pétrolier que « *les pays, les professions, les entreprises qui innovent et se développent sont surtout ceux qui pratiquent l’entrepreneuriat. Les statistiques de croissance économique, d’échanges internationaux, de brevets, licences et innovations pour les trente dernières années établissent solidement ce point : il en coute cher de s’en passer des entrepreneurs*. »[[19]](#footnote-20)
		2. ***Entrepreneuriat et création d’emplois***: l’entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme source potentielle de création et de sauvegarde d’emplois, ainsi, entreprendre est devenu une nécessité pour l’intégration sociale. Le nombre d’emplois créés par les petites entreprises représentait près de la totalité du nombre net d’emplois créés au sein de l’économie canadienne dans son ensemble entre le premier trimestre de 2001 et le trimestre correspondant de 2002[[20]](#footnote-21). En Algérie, les publications officielles du ministère de la PME-PMI et de l’artisanat, évaluent la population des PME à 86732 entreprises pour 173920 salariés, soit prés de 21% des emplois déclarés par l’ensemble des PME estimées à prés de 840000 emplois en 2004[[21]](#footnote-22).
		3. ***Entrepreneuriat et renouvellement du parc d’entreprises : l***’entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo, par la reprise des entreprises et par la réactivation et le redémarrage d’entreprises ce qui permet de constituer un contrepoids et une compensation aux disparitions et l’échec d’autres entreprises existantes.
		4. ***Entrepreneuriat et innovation*:** La fonction d’innovation est importante, d’après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de l’innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à des nouvelles activités économiques.

1. ***Evolution de la recherche dans le champ de l’entrepreneuriat***

Les recherches dans le champ entrepreneurial se sont développées dans les années d’après guerre où il a été étudié par différentes disciplines : sciences de gestion, économiques, psychologiques, sociologiques, etc. mais c’est à la fin des années 60 qu’il a réellement prospéré. Ces recherches se sont focalisées sur diverses composantes de l’entrepreneuriat : l’individu entrepreneur, le milieu économique et social dans lequel il s’inscrit et sur les différentes politiques de stimulation et incitation à l’entrepreneuriat.

* 1. ***Les approches adoptées dans l’étude du champ entrepreneurial***

La théorisation du champ de l’entrepreneuriat est toujours en pleine « manufacture »[[22]](#footnote-23) dont sa base historique revient aux sciences économique grâce aux travaux de : *Richard Cantillon*, le premier qui a présenté la fonction de l’entrepreneur notamment dans sa prise de risque et son rôle dans le développement économique[[23]](#footnote-24) ; de *Jean Baptiste Say*, un deuxième économiste qui s’est beaucoup intéressé aux activités de l’entrepreneur[[24]](#footnote-25) et de *Schumpeter* qui est également l’un des précurseurs de ce champ où il a mis en exergue le rôle de ‘‘l’entrepreneur innovateur’’ dans l’évolution du système économique.

Au fait, les recherches en entrepreneuriat ont connu au début deux approches essentielles qui s’intéressaient particulièrement à l’entrepreneur : descriptive (*des spécialistes en sciences économiques*) et comportementale (*des spécialistes des sciences du comportement*). Globalement, la première voulait répondre à la question **"Qui est… ?"** l’entrepreneur, la seconde tentait de répondre à la question **"Que fait… ?"** l’entrepreneur**.** Une troisième approche est apparue aux années 1990, Cette approche s’intéresse davantage au **"Pourquoi… ?"** et au **"Comment… ?"** est le dynamisme du processus du phénomène entrepreneurial : c’est l’approche processuelle (*des spécialistes en sciences de gestion*).

A cet égard, Fayolle propose un tableau synthétisant l’évolution et les approches adoptées dans les recherches de l’entrepreneuriat comme suit[[25]](#footnote-26) :

***Tableau n° 1 : Vue synthétique des recherches en entrepreneuriat***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Question principale** | **What (approche fonctionnelle)** | **Who/ Why (approches sur les individus** | **How (approche sur les processus)** |
| **Echelle du temps** | 200 dernières années | Depuis le début des années 50 | Depuis le début des années 90 |
| **Domaine scientifique principale** | Economie | Psychologie, sociologie, psychologie cognitive, anthropologie sociale | Science de gestion, science de l’action, théories des organisations |
| **Objet d’étude** | Fonctions de l’entrepreneur | Caractéristiques personnelles, traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels | Processus de création d’une nouvelle activité ou d’une nouvelle organisation |
| **Méthodologie** | Quantitative | Quantitative, qualitative | Quantitative, qualitative |
| **Hypothèse de base** | L’entrepreneur joue/ ne joue pas un rôle important dans la croissance économique | Les entrepreneurs sont différents de non entrepreneurs | Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres |
| **Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par…)** | Etats, collectivités territoriales, responsables économique | Entrepreneurs, entrepreneurs potentiels, système éducatif, formateurs | Entreprises, Entrepreneurs, entrepreneurs potentiels, éducateurs, formateurs, structures d’accompagnement et d’appui des entrepreneurs |

***Source : Fayolle A., op.cit, 2005, page 17.***

* + 1. ***L’approche descriptive***

Cette approche était répandue au cours de la période des années après-guerre aux années 1970 dont les recherches se sont essentiellement concentrées sur des essaies de définir ***qui est*** l’entrepreneur pour but de reconnaitre ses caractéristiques psychologiques, ses traits de personnalités, ses motivations, ses comportements, ses origines et ses trajectoires sociales[[26]](#footnote-27) qui les différencient des autres acteurs économiques (en particulier les managers salariés). En effet, l’entrepreneuriat est défini particulièrement en se basant sur les caractéristiques et les fonctions entrepreneuriales spécifiques à l’***entrepreneur***.

Ces recherches ont permis d’identifier un ensemble de traits de personnalité, tels que le besoin d’autonomie, d’accomplissement, de puissance et de réalisation, la confiance en soi***,*** l’envie d’être leader et de prendre le risque…etc. et également un ensemble de fonctions telles que : un *organisateur* d’activités économiques, un *risk-taker*, un *innovateur*, un *alert seeker of opportunities* et un *coordinator of limited ressources*. Cependant, pour des raisons méthodologiques et conceptuelles[[27]](#footnote-28), cette approche a perdu de sa réputation bien qu’elle reste fondamentale dans l’étude du phénomène entrepreneurial notamment si elle est complémentée par l’approche comportementale ; cette dernière qui était consciente des lacunes de l’approche descriptive s’est intéressée moins à la question de savoir qui est l’entrepreneur, mais le plus important est de savoir ***que fait*** l’entrepreneur.

* + 1. ***L’approche comportementale***

Cette approche qui s’intéresse à savoir ce ***qu’il fait*** l’entrepreneur a dominé le champ entrepreneurial entre les années 1960 et 1980 où l’entrepreneuriat est devenu un champ de recherche à part entière. L’objectif était de déterminer les conduites, les démarches et les activités que l’entrepreneur met en œuvre pour créer et survivre son projet. Ce dernier ne dépend pas seulement des qualités personnelles mais également du contexte social, culturel, économique et politique qui l’entourent. Ainsi, cette approche s’intéresse à analyser les liens qui existent entre l’action des entrepreneurs et leur environnement (les valeurs, les croyances et les motivations…) ; et à étudier les prétextes de leurs actes.

Dans ce cadre, les psychologues, sociologues et autres spécialistes du comportement ont effectué des centaines de recherches sur les entrepreneurs à l’instar de Manfred Kets de Vries, qui s’est beaucoup intéressé à la psychologie des entrepreneurs et leurs comportements « déviants »[[28]](#footnote-29). Ce dernier stipule que l’attirance pour la création d’entreprise et le travail indépendant est la résultante d’expériences vécues dans l’enfance caractérisé par un environnement familial hostile et de nombreux problèmes affectifs ce qui a conduit les individus à développer des formes de personnalités déviantes et peu insérables dans les environnements sociaux structurés, au sens où ils ont des difficultés à accepter une autorité et à travailler en équipe avec d’autres personnes.

Ces deux approches centrées sur les individus ont fait l’objet de critiques régulières à la fin des années 80. Désormais, les chercheurs s’intéressent de plus en plus à l’étude des processus entrepreneuriaux.

* + 1. ***L’approche basée sur les processus entrepreneurial***

L’approche processuelle a pour objet d’analyser dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l’esprit d’entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux. Le premier chercheur à avoir remis en cause le niveau d’analyse dans le champ entrepreneurial est Gartner qui a évoqué la notion de « processus » suite à son article « *Who is an entrepreneur ? is the wrong question* ? » publié au milieu des années 1980 où il propose un nouveau modèle pour décrire le phénomène entrepreneurial qui comprend quatre dimensions : *environnement*, *individu*, *processus* et *organisation* en reprenant la définition de Danhoff : « *entrepreneurship is an activity or function and not a specific individual or occupation…the specific personal entrepreneur is an unrealistic abstraction* »[[29]](#footnote-30).

Cette idée d’un processus par lequel se déroulent les activités de l’entrepreneur a été reprise par d’autres chercheurs. La définition du processus entrepreneurial proposée par Bygrave et Hofer présente de fortes proximités avec la vision de Gartner : « *the entrepreneurial process involves all the functions, activities and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organizations to pursue them »[[30]](#footnote-31).* Verstreate T. affirme que « l’entrepreneuriat, est vu comme un phénomène complexe et comme un type particulier d’organisation impulsé par un entrepreneur qui agit pour tenter de concrétiser, au sein de la structure dans laquelle il baigne, la vision qu’il se fait de cette organisation. Il s’efforce de la rendre conforme à la représentation qu’il s’en fait de cette organisation »[[31]](#footnote-32).

D’autre part, Shapero A.et Sokol L., ont instruit l’optique processuelle du phénomène entrepreneurial par la compréhension du déclenchement d’un événement entrepreneurial en le rapportant avec des facteurs situationnels et individuels, et chaque événement est la fin d’un processus et le début d’un autre[[32]](#footnote-33). Dans la même voie, Bruyat C. indique que l’entrepreneuriat fait référence à un changement ou à quelque chose en train de se faire qui s’inscrit dans une dynamique de changement créatrice au fil du temps.

Enfin, nous constatons que ces trois approches semblent avoir été successivement privilégiées où chacune met l’accent sur un facteur qui fait l’objet de la pensée de sa période. Néanmoins, chacune garde son intérêt, à condition qu’elle soit complétée par les deux autres.

* 1. ***Quelques modèles du processus entrepreneurial***

La notion de processus n’a été utilisée en entrepreneuriat qu’au début des années 1990 où les recherches se sont focalisées sur l’étude de comment est l’enchainement des étapes amenant à l’identification, l’évaluation et l’exploitation des opportunités afin de créer une organisation par un entrepreneur qui est influencé par son environnement comme le postulent Bygrave et Hofer (1991): *«* Le processus entrepreneurial nécessite toutes les fonctions, les activités et les actions associées à la détection d’opportunités et la création d’une organisation pour développer ces opportuni*tés »*[[33]](#footnote-34).

Pour Carter, Gartner et Reynolds (1995) le processus entrepreneurial est un système dynamique qui évolue dans le temps et qui est soumis à des échanges avec son environnement. Ces échanges ont une influence sur son évolution. L’enchaînement des actions qui forment le processus, leur nombre et leur nature ont un impact significatif sur les chances de réussite des entrepreneurs[[34]](#footnote-35).

Ainsi, la définition du processus entrepreneurial diffère selon l’importance relative accordée à chaque phase du processus selon les problématiques et les objectifs des chercheurs mais qui s’implique toujours autour de trois phases : l’idée, le projet et l’entreprise[[35]](#footnote-36). Bien qu’en réalité ces phases s’inscrivent dans une dimension dynamique et complexe où le temps est itératif et l’ordre de l’enchainement des phases n’est pas linéaire, la modélisation du processus entrepreneurial est souvent sous forme de figures schématiques qui présentent le processus comme étant des étapes successives. Nous essayons maintenant de présenter les modèles les plus reconnus.

* + 1. ***Le modèle de Bruyat C. (1993)[[36]](#footnote-37) :*** Bruyat considère que l’environnement et l’individu sont dialogiquement indissociables dans le processus entrepreneurial qui le modélise comme suit :

***Figure n° 2 : une forme générique du processus de création d’entreprise (C. Bruyat, 1993)***

****

***Source : Tounes A., op.cit., 2003, page 38.***

Ce modèle comprend les éléments suivants : l’entreprise crée, le créateur, l’environnement et le processus qui est défini par les étapes suivantes :

* **Etape 0 : *l'action de créer n'est pas perçue***du fait de l'éducation, de la personnalité ou de l'environnement de l'individu ; la création d'entreprise n'est pas intégrée dans les schèmes cognitifs de cet individu.
* **Etape 1 :*l'action de créer sa propre entreprise est perçue :*** l'individu a l'information nécessaire pour comprendre plus ou moins ce qu'est la création d'entreprise, sans pour autant qu'une quelconque réflexion et action ne soient entreprises.
* **Etape 2 : *l'action de créer est envisagée :*** Elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible. Il a un projet flou de ce que pourrait être sa future entreprise. Il commence à rechercher une idée de création en y consacrant un peu de son temps.
* **Etape 3 : *l'action est recherchée,***car l'individu investit activement une idée (s'il ne l'a pas déjà) et tente de l'évaluer. Cette étape se distingue de la précédente par l'engagement réel de l’individu dans le processus en consacrant du temps et de l'argent. C'est pendant cette phase que sont réalisées l'étude de marché et l'élaboration du plan d'affaire. L'individu a un statut hybride où il garde son ancienne activité s'il est salarié, ou continue à rechercher un emploi s'il est chômeur.
* **Etape 4 : *l'action est lancée,*** les négociations avec les clients et les fournisseurs sont en cours, les procédures financières et juridiques sont déclenchées, le matériel nécessaire à la production est commandé… et les premières commandes sont livrées.
* **Etape 5 : *l'action est réalisée,***et l'entreprise devient une entité reconnue par ses partenaires quand elle atteint son équilibre d'exploitation.
* **PR : *l'action est perçue et refusée,*** Ce refus peut être définitif ou temporaire. L'individu a développé un projet, a recherché de l'information, mais il a renoncé pour des raisons psychologiques ou autres.
	+ 1. ***Le modèle de Hernandez E-M. (1999)[[37]](#footnote-38) :*** Ce modèle est constitué de quatre phases comme est motionné dans cette figure :

***Figure n° 3 : Proposition d’un modèle d’entrepreneuriat (E.-M. HERNANDEZ, 1999)***

**

***Source : Tounès A., op.cit, 2003, page 44.***

* **Etape 1 : *Initiation,*** elle reflète essentiellement la recherche de l’entrepreneur d’une opportunité par l’observation de son environnement ;
* **Etape 2 : *Maturation,*** cette phase permet de vérifier la cohérence entre l’entrepreneur et son projet, dans le cas contraire, nous attendons à l’abondance du projet ;
* **Etape 3 : *Décision,*** cette phase est caractérisée par la manifestation des comportements entrepreneuriaux ;
* **Etape 4 : *Finalisation,*** c’est la concrétisation et la matérialisation du projet.

Dans ce modèle, nous constatons que Hernandez accorde une place importante à l’opportunité d’affaire et à l’individu qui est influencé par son origine familiale, ses traits psychologiques et son histoire personnelle et même professionnelle.

* + 1. ***Le modèle de Tounès A.[[38]](#footnote-39) :*** Selon ce modèle, l’intention entrepreneuriale présente un intérêt particulier pour comprendre le cheminement qui mène à l’acte d’entreprendre contrairement aux modèles passés qui retiennent la dimension de préférence d’une situation actuelle (salariat, chômage, études,…) par rapport à une situation future (la création d’une organisation) ; où ils décrivent cette préférence comme étant le résultat des facteurs situationnels et personnels.

Le modèle proposé par Tounès A. résume les stades du processus de création d’entreprise avec leurs composantes *cognitive* (qui correspond aux perceptions de l’entrepreneur),  *conative* (où les actions sont orientées vers les comportements souhaités) et *physique* (où les comportements sont concrétisés et matérialisés).

***Figure n° 4 : les phases du processus de création de l’entreprise (Tounès, 2007)***

****

***Source : Tounès A., op.cit, 2007, page 75.***

Ainsi, ce modèle contient quatre étapes :

* ***Propension entrepreneuriale****:* c’est la combinaison des caractéristiques psychologiques, d’expérience professionnelle, l’influence de la famille, des proches, de la formation et les expériences entrepreneuriales.
* ***Intention entrepreneuriale****:* la propension peut se transformer en intention entrepreneuriale s’il existe un projet d’affaire, plus au moins formalisé et l’engagement personnel dans le processus (temporelle, logistiques et /ou financier) : il se matérialise par la recherche des informations pour structurer le projet.
* ***Décision entrepreneuriale****:* elle implique que l’intention est confortée où la formalisation du projet est achevée dans ses dimensions stratégiques, mercatiques et financières, il est transformé en opportunité validée par les études financières et marketing du plan d’affaire et les ressources humaines, financières et logistiques sont globalement mobilisés.
* ***Acte d’entreprendre****:* correspond au démarrage « physique » de l’activité ; ce dernier se manifeste par la réalisation des premiers produits ou services. Certains auteurs considèrent que cet acte correspond à l’existence juridique de l’entreprise, mais cette acceptation n’est pas suffisante, puisque cette entreprise peut rester en sommeil et en informel.

Cependant, tout modèle de processus entrepreneuriat amène à la création d’une nouvelle entité qui constitue un support pour la création d’une nouvelle valeur par un (ou plusieurs) entrepreneur. Ce processus se concrétise dans la réalité sous différentes formes et pratiques de l’entrepreneuriat.

* 1. ***Quelques pratiques et formes de l’entrepreneuriat***

L’entrepreneuriat peut s’exercer dans différents contextes conduisant à différentes formes et situations entrepreneuriales. Fayolle A. et Filion J. L. expliquent que toutes les formes se réfèrent à une même conception de l’entrepreneuriat : la démarche qui conduit à une forme donnée doit privilégier la notion d’adéquation entre l’individu et le projet qu’il le développe[[39]](#footnote-40). De notre part, nous avons essayé de classer les formes entrepreneuriales selon les critères suivants :

* + 1. ***la nature de l’organisation :*** l’entrepreneuriat est étroitement associé à la création d’entreprise ex-nihilo, c’est l’expression qui suit instantanément lorsqu’on évoque le champ entrepreneurial, mais il faut signaler qu’il existe d’autres formes.
* *La création d’entreprise ex-nihilo*: C’est la forme pure d’entrepreneuriat[[40]](#footnote-41). Elle correspond à la mise en œuvre de nouveaux moyens de production pour créer une entreprise indépendante en se reposant sur aucune structure préexistante.
* *La reprise d’entreprise :* la reprise d’entreprise parait comme une alternative propice pour la pérennité des entreprise et le sauvegarde des emplois vue à l’importance des taux d’échec que connaissent les entreprises nouvellement créées, par exemple en France, ce taux s’élèvent à 50%  dans les cinq premières années[[41]](#footnote-42).
* *L’intrapreneuriat :* c’est un mode organisationnel et une stratégie managériale qui vise à stimuler des comportements entrepreneuriaux chez des employés afin de leur permettre et les aider à mener à terme des projets au solde de l’organisation qui les emploie comme le cas d’essaimage. Une fois cet intrapreneur devient indépendant et propriétaire de son projet, il devient un extrapreneur : on parle donc de *l’externalisation.*
	+ 1. ***La taille de l’organisation :*** Malgré qu’il n’existe pas une classification unanime des entreprises selon le critère « taille », mais nous pouvons distinguer les formes suivantes où le nombre d’employés est le déterminant :
* *Les petites et moyennes entreprises* : les PME représentent la forme la plus courante dans la plupart des économies, généralement une entreprise est considérer comme PME si le nombre d’employés est entre 10 et 50.
* *Les micro-entreprises*: c’est une entreprise dont le nombre d’employés est inférieur à 10.
* *Le travail autonome*: c’est une forme d’organisation qui soulève beaucoup d’intérêt aux individus qui cherchent à créer leur propre emploi pour s’échapper au chômage. En effet, ils travaillent à leurs comptes essentiellement seuls ou avec des collaborateurs occasionnels.
	+ 1. ***Le but de la création :*** d’après ce critère, nous distinguons entre les entreprises à but lucratif et les entreprises à but non lucratif. Il s’agit de *l’entrepreneuriat social et solidaire****:*** l’intérêt à cette forme est récent, le but est de contribuer au renforcement de la cohésion sociale à travers des projets qui répondent à des besoins non satisfaits par le marché ou par l’Etat en plaçant la solidarité au sein de leur action.
		2. ***le niveau d’innovation :*** l’innovation est un des déterminants de l’entrepreneuriat, il ne s’agit pas d’une innovation radicale (innovation de rupture) mais souvent graduelle (modification, imitation, incrémentale). Selon le degré d’innovation, on obtient différentes formes d’entrepreneuriat allant de *l’entrepreneuriat artisanal* qui est pour la plupart des activités imitatrices aux entreprises *high-tech* et *les start-up (jeunes pousses)* qui sont des entreprises innovantes à fort potentiel de croissance.
		3. ***Le type d’entrepreneurs***: suite à ce critère nous pouvons distinguer les formes suivantes :
* *Entrepreneuriat féminin :* cette forme est d’importance spécialement dans les pays sous développés où la femme, qui est une source mal exploitée, veut devenir un agent actif et producteur dans la société.
* *Entrepreneuriat familial* : on parle d’un entrepreneuriat familial quand les membres de famille sont les copropriétaires et les gestionnaires de l’entreprise.
* *Entrepreneuriat collectif* *et coopérative*: pour faire face aux difficultés et la complexité des projets entrepreneuriaux, le nombre de personnes qui s’associent pour entreprendre est de plus en plus important.

Après avoir exposé l’évolution, les approches, les déterminants et les formes de l’entrepreneuriat, nous passons maintenant à étudier l’entrepreneur l’agent central de l’entrepreneuriat.

***Section 2 : L’entrepreneur : l’agent central de l’entrepreneuriat***

L’entrepreneur constitue le sujet et l’acteur du phénomène entrepreneurial, c’est de son action, de ses caractéristiques et de ses compétences que résulte l’émergence d’une organisation. Comme nous l’avons montré dans la section précédente, l’analyse de l’entrepreneur s’est élargie au-delà de l’étude de ses fonctions économiques à l’étude de ses actes et ses comportements et enfin à l’étude de l’influence de son environnement sur son profil et ses actes.

1. ***Définition et évolution du concept d’entrepreneur dans la littérature économique***

Pour Bruyat (1993) : « the essence of entrepreneuriat is the entrepreneur » [[42]](#footnote-43), mais à l’instar de l’entrepreneuriat, il n’existe pas une définition unique pour l’***entrepreneur***. Néanmoins, le concept d'entrepreneur a une origine ancienne utilisé la première fois en France à la fin du XVIème siècle où désignait les fournisseurs aux armées. Très vite, il s’est appliqué à tous ceux qui étaient liés par contrat avec le gouvernement royal pour la construction des routes, des ponts et des fortifications. Savary, au XVIème siècle, assimile l’entrepreneur au "parfait négociant". En 1755, l'encyclopédie d'Alembert et de Diderot le définit comme "celui qui se charge d'un ouvrage ; on dit un entrepreneur de manufactures, un entrepreneur en bâtiments"[[43]](#footnote-44).

Dans le champ de l’entrepreneuriat, la définition de l’entrepreneur s’appuie sur plusieurs visions. Pour les économistes (comme Cantillon, Say et Schumpeter), il s’agit de la détermination des fonctions de l’entrepreneur telles que la prise du risque, l’identification des opportunités, la coordination des ressources et l’innovation. A cet égard, Say J-B. définit l’entrepreneur comme étant « *celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque* »[[44]](#footnote-45), Schumpeter J. estime qu’il est l’investigateur de l’innovation au sein de l’organisation : « *l’essence de l’entrepreneuriat se situe dans la perception et l’exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l’entreprise…* » [[45]](#footnote-46).

Pour les gestionnaires (comme Gartner, Bygrave et Hofer), il s’agit de situer l’entrepreneur dans le contexte de l’organisation en s’appuyant sur ce qu’il fait en déterminant ses comportements et ses motivations pour la création d’une nouvelle entité. Ces différents concepts de l’entrepreneur nous permettent de retenir que l’entrepreneur est *le produit de son milieu économique et culturel qui cherche à créer une organisation pour son compte pour ses fins socioéconomique en accomplissant les fonctions suivantes : prendre de risque, de décision, innover, identifier les opportunités d’affaires, employer des facteurs de produits*…

Cependant, pour mieux comprendre cet entrepreneur, nous nous référons à l’histoire de la pensée économique[[46]](#footnote-47) :

* 1. ***Aux XVIIème et XVIIIème siècles***

C’est la période du ***capitalisme marchand***, l’activité économique était essentiellement dominée par les marchands et les commerçants. Ce sont les grandes compagnies de commerce qui se développent avec les colonies et les comptoirs coloniaux. Les entrepreneurs sont assimilés aux "aventuriers" exploitant des situations très risquées en commerçant avec l'Orient et l'Amérique ; et à de "parfaits négociants" qui tiennent les marchés. Dans cette voie, Smith, considère l’entrepreneur comme un spéculateur qui a la possibilité de réaliser des profits très importants et son intérêt particulier peut même s’opposer à l’intérêt général, seul *le profit personnel* qui le guide dans ses activités. Tandis que pour Ricardo, l’entrepreneur est celui qui est *propriétaire du capital*, il accepte et supporte *le risque* et c’est à lui que revient le droit de *prendre des décisions* essentielles.

* 1. ***Jusqu’au XIXème siècle***

la plupart des activités économiques relèvent du secteur primaire et reposent sur la maitrise d’un métier qui se transmet d’une génération à l’autre (activités artisanales, minières, commerçantes, agricoles…), c’est une société traditionnelle qui génère des habitudes réfractaires à toute forme d'innovation où on constate une identification complète des notions d’entrepreneur et d’entreprise, l’analyse de la firme est centré sur l’entrepreneur ***: l’entreprise c’est l’entrepreneur***. Pour Say, l’entrepreneur est un agent économique qui : « entreprend de créer pour *son compte*, à *son profit* et à *ses risques*, un produit quelconque… »[[47]](#footnote-48), mais avant tout c’est un *organisateur* qui réunit et harmonise les facteurs de production, pour créer le cadre et les conditions d’une utilité optimale.

* 1. ***A la fin du XIXème siècle***

C’est ***le capitalisme industriel***, les stéréotypes de l’artisan laissent la place à celui de l’industriel. Cependant, les vagues de fusion et la tendance à la concentration industrielle et financière dont la gestion va échapper aux propriétaires a fait que la prise de décision n'est plus le fait d’un individu et tendent vers les voies collectives. C’est l'ère des managers qui supplantent progressivement les entrepreneurs individuels. En conséquence, l'économie industrielle exclut pratiquement l'entrepreneur et a marqué ce que l’on appelle ***le capitalisme manageriel***où la grande organisation devient le moteur de la puissance industrielle. Dans cette étape *l’entreprise est une organisation* qui se renforce et se grandisse de plus en plus.

En effet, le centre d’intérêt et d’étude se déplace de l’entrepreneur vers l’entreprise et le problème de la définition de l’entrepreneur s’en trouve. Leibenstain, propose dans cette voie de distinguer deux aspects dans l’activité d’entreprise : ce qui est de la routine regarde le management, et ce qui est exceptionnel constitue la véritable fonction de l’entrepreneur. Dans le même ordre d’idée, Galbraith reconnaît à l’individu *la faculté d’innovation* pour assurer la prospérité et la survie de la grande entreprise[[48]](#footnote-49).

* 1. ***La fin du XXème siècle***

Cette période a reconnu la renaissance de la PME et les organisations à taille humaine et redécouvre les vertus de leur flexibilité et réactivité. Elles appariaient comme le modèle d’entreprise idéale, c’est le ***capitalisme entrepreneurial***où l’individu est le moteur de l’activité économique. L’entrepreneur devient la figure emblématique dont l’essence est de *saisir les opportunités* dans un environnement instable. Schumpeter (1935) souligne que seuls les individus *capables d’innover* méritent l’appellation ‘‘d’entrepreneur’’, l’innovation est la seule façon active de s’attribuer un profit, ceci est la rémunération de l’innovation qui est la récompense accordée à l’entrepreneur qui introduit un déséquilibre dans le circuit économique et peut en *obtenir un profit*, mais cela reste temporaire puisque cette innovation finit par être imitée puis généralisée et un nouvel état d’équilibre est atteint.

* 1. ***En début de ce XXIème siècle***

Aujourd'hui, l'entrepreneur est confondu généralement avec la petite entreprise. Il n'est plus le héros qui apporte des innovations majeures qui vont bouleverser la société, au fait, il crée d'abord son propre emploi, il est très proche de son environnement local, de ses clients, de ses fournisseurs, de ses financiers et de ses autres partenaires. Cependant, l’importance socialement admise du phénomène entrepreneurial redonne à la personne de l'entrepreneur un rôle primordial comme acteur de la vie du XXIème siècle.

Par ailleurs, cet entrepreneur s'inscrit dans un réseau complexe d'entreprises où il trouve son inspiration et ses sources d'innovation dans un environnement caractérisé par les progrès dans les technologies d’information et de communication (NTIC) ainsi dans le domaine de transport et l’accélération des innovations et le dérèglement financier (ce que les auteurs les appellent « ***la révolution logistique*** ») obligent de plus en plus l’entreprise à être capable de réagir de plus en plus vite.

Ainsi, l’entrepreneur devait s’adapter aux mutations économiques, politiques et culturelles de son environnement. Ces mutations ont donné naissance à plusieurs approches d’entrepreneur.

1. ***Quelques approches et modèles de l’entrepreneur***

Les théories de l’entrepreneur ont évolué avec l’évolution de la pensée économique, nous citons les approches suivantes :

* 1. ***L’approche de Say J.B (1767-1823)*[[49]](#footnote-50)**

J.B Say est le premier à avoir déterminé les caractéristiques de l’entrepreneur en centrant l’analyse sur le critère de direction. Il divise l'industrie humaine en trois opérations : le savant qui étudie les lois de la nature, l'entrepreneur, et l'ouvrier qui travaille sous ses ordres. Dans ce contexte, la qualité principale de l’entrepreneur est sa capacité de jugement qui lui permet d’utiliser efficacement les connaissances des savants, à ce propos, il précise que le développement de l’Angleterre est dû plus aux talents des entrepreneurs ayant pu appliquer utilement les inventions des savants.

Pour cet auteur l’entrepreneur se caractérise par les éléments suivants :

* Agir pour son propre compte, l’objectif principal de l’affaire étant l’indépendance économique ;
* Ne se limite pas un d’un secteur d’activités particulier ;
* Etre l’intermédiaire entre l’exécution des ouvriers et la recherche des savants ;
* Mettre en œuvre les opérations nécessaires à la production, à savoir organiser et planifier celle-ci ;
* Supporter les risques qui sont l’ensemble des aléas que l’entrepreneur peut maîtriser ;
* Les profits dépendent des risques supportés ;
* Ne peut se remettre à la routine et doit inventer en permanence ;
* Avoir de la fortune n’est pas nécessaire, il faut convaincre le banquier de financer le projet.
	1. ***L’entrepreneur innovateur de Schumpeter J.* [[50]](#footnote-51)**

Schumpeter J. considère l’innovation comme génératrice de profit pur, de l’évolution économique dont l’instigateur est l'entrepreneur qui est le produit d’un système socio-économique. L’entrepreneur schumpétérien réalise de nouvelles combinaisons de moyens de productions qui peuvent prendre diverses formes (nouveaux biens, nouvelle méthode de production, ouverture de nouveaux marchés, nouvelles sources de produits intermédiaires et nouvelles formes d’organisation). Le portrait de l’entrepreneur schumpétérien est représenté ainsi :

* L’entrepreneur est un leader économique, sa tâche ne se réduit pas à inventer ou créer de nouvelles possibilités de production, mais en particulier de les mettre en œuvre ;
* L’entrepreneur n’a pas besoin d’être le propriétaire : Entrepreneur et Capitaliste ne sont pas synonymes. Le capitaliste possède des fonds, par contre l’entrepreneur est le lien qui existe entre le monde technique et l’économie, ce n’est pas un inventeur, mais l’innovateur devient entrepreneur quand il applique de façon inédite des technologies ;
* L’entrepreneur ne recherche pas la maximisation de ses gains, pour lui la recherche de profit est secondaire, l’entrepreneur est conduit par « la volonté au royaume, vouloir lutter, la joie de créer ». Le profit étant la rémunération de l’innovation ;
* Son indépendance est limitée, il doit, pour convaincre les parties prenantes, se soumettre à leurs conditions ;
* C’est un calculateur qui prévoit, mieux que les autres, l’évolution de la demande.
	1. ***L’approche de Gilder G.*[[51]](#footnote-52)**

Pour cet auteur, l’entrepreneur mène un combat juste, celui de lutte contre la pauvreté en créant des emplois. Il est retrouvé dans tous les groupes sociaux à savoir les savants, les artistes et les chefs d’entreprises. Selon l’approche de cet auteur, l’entrepreneur se caractérise par les sept traits majeurs suivant :

* Appartenance à des groupes socioprofessionnels très variés (artistes, artisans, savants, chefs d’entreprises) ;
* Motivation principale réside dans le fait de se prouver quelque chose à soi-même ;
* D’origine sociale modeste ;
* Change les choses en allant à l’encontre des pratiques économiques établies ;
* Ne possède pas nécessairement des connaissances scientifiques et les techniques indispensables à la création d’une entreprise ;
* Animé par l’esprit d’entreprise, c’est-à-dire qu’il agit en premier et non par réagir, en d’autres termes, il prend des initiatives il n’attend pas la réalisation des événements pour agir;
* Guidé par des valeurs nobles tels le don de soi et le sacrifice.

Nous pouvons prédire que cette approche est la plus appropriée pour l’entrepreneur contemporain.

* 1. ***Le modèle de BYGRAVE W.D. (1989)*[[52]](#footnote-53)**

Dans son modèle de création d’entreprise, Bygrave W.D. (1989) met en exergue l’entrepreneur comme l’acteur primordial du phénomène entrepreneurial où toutes les variables du phénomène s’articulent autour de cet individu, son modèle fait appel à des variables :

* Qui agissent sur la naissance de l'idée (besoin d’accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expérience antérieure) ; d’autres, interviennent au niveau du déclenchement de l'événement de création ***"****Triggering event"* (insatisfaction au travail, perte d'emploi, âge, sexe et engagement) ;
* Sociologiques qui sont l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d'entrepreneur ;
* Environnementales réparties en deux groupes : le premier a un impact sur la naissance de l'idée et le déclenchement de l'événement (opportunités, modèles d'entrepreneur et créativité) ; le second intervient sur le déclenchement de l'événement et sa mise à exécution (la concurrence, les ressources, les incubateurs ou les pépinières et les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat).

***Figure n°5 : Modèle de W.D. BYGRAVE***

******

***Source : Tounès A., op.cit, 2003, page 41.***

* 1. ***Le modèle de Sabourin et Gasse (1989) (modèle d'émergence des entrepreneurs)*[[53]](#footnote-54)**

A partir de leurs études, Sabourin J.-P. et Gasse Y. (1989), les variables qui agissent sur le potentiel entrepreneurial se répartissent en trois groupes :

* Les ***"antécédents"***contenant l'ensemble des facteurs personnels et environnementaux qui favorise l'apparition de prédispositions chez un individu ;
* Les ***"prédispositions"***sont l'ensemble des caractéristiques psychologiques décelées chez un entrepreneur. Ce sont ***"****les motivations, les attitudes, les aptitudes et l'intérêt****"***qui dans un contexte favorable, interagiront pour se manifester en comportement ;
* La concrétisation du potentiel entrepreneurial par un projet qui aboutit à un lancement se produit souvent sous l'effet de ***"déclencheurs"***qui sont des facteurs positifs ou négatifs. La présence de déclencheurs plus intenses incitera un plus grand nombre d'individus à démarrer une entreprise, et en principe, les individus à fort potentiel entrepreneurial auront besoin d'un déclencheur plus faible.

***Figure n° 6: Le modèle du développement des entrepreneurs (SABOURIN et GASSE)***

******

***Source : Tounès A., op.cit, 2003, page 46.***

Après avoir examiné les différentes approches et modèles de l’entrepreneur et afin de mieux cerner l’analyse cet entrepreneur comme agent central de l’entrepreneuriat, nous proposons dans le développement suivant l’étude de l’ensemble des éléments qui le caractérisent : ses traits de personnalité, ses compétences et ses motivations.

1. ***Quelles caractéristiques pour l’entrepreneur***

D’après Blawat (1995)[[54]](#footnote-55), les caractéristiques se décomposent en trois dimensions : la personnalité (le profil), les compétences et la motivation de l’entrepreneur.

* 1. ***Les traits de personnalité de l’entrepreneur***

Une vaste littérature consacrée à l’étude de la personnalité entrepreneuriale a dégagé un certain nombre de caractéristiques dominantes chez les entrepreneurs qui les distinguent des autres agents notamment les dirigeants. Cette personnalité de l’entrepreneur impacte profondément sur l'itinéraire et la stratégie de son entreprise (Hadjimanolis (2000)[[55]](#footnote-56). Les traits les plus répandus dans la littérature entrepreneuriale sont :

* + 1. ***Le besoin d’accomplissement*:** c’est la caractéristique la plus ancienne et la plus connue pour déterminer l’entrepreneur grâce aux travaux de McClelland qui ont popularisé cette notion et ont contribué à sa mise en avant[[56]](#footnote-57). Il apparait que les entrepreneurs se caractérisent par un besoin élevé d’accomplissement, ils préfèrent être responsables de la solution des problèmes, d’établir leurs propres objectifs et les atteindre par leur seul effort.
		2. ***L’internalité du lieu de contrôle***: le lieu de contrôle correspond à l'évaluation effectuée par l'individu de son degré de maitrise des événements de sa vie *(lieu de contrôle interne ou externe) :* le lieu de contrôle interne désigne que l’individu a le sentiment qu’il peut influencer ce qu’il lui arrive ; et le lieu de contrôle externe dans le cas inverse. Les études montrent que les créateurs ont un lieu de contrôle interne les incitent à agir plus que ceux ayant un lieu de contrôle externe.
		3. ***La propension à la prise de risque***: créer une entreprise c’est incontestablement accepter des risques. L’entrepreneur n’est pas un risque-tout mais quelqu'un ayant une propension à la prise de risque modéré. Pour Belley (1990) [[57]](#footnote-58), ces risques sont de différentes natures :
* *Un risque financier* : créer c’est souvent engager tout son avoir et en cas d’échec devoir rembourser des dettes pendant des années.
* *Un risque professionnel*: quitter un emploi pour créer c’est renoncer à certaines certitudes sans savoir de quoi exactement demain sera fait : c’est affronter l’inconnu et en cas d’échec, retrouver un emploi salarié n’est pas toujours évident.
* *Un risque d’ordre familial*: créer c’est, au moins pendant les premières années, accepter de se consacrer plus à son travail et moins à sa famille de plus des sacrifices financiers.
* *Un risque d’ordre psychique*: souvent l’engagement personnel du créateur vis-à-vis de son entreprise est tel qu’il s’y identifie totalement, l’échec, souvent très mal vécu et laisse parfois des traces indélébiles.

Par ailleurs, Shaver et Scott[[58]](#footnote-59) proposent d’autres caractéristiques liées à l’identification des opportunités à savoir :

* + 1. ***L'optimisme entrepreneurial***: C’est une « vue d'intérieur » du succès potentiel de l'entreprise, d’après les études de Krueger et Dickson (1994*)*, ce trait est lié à la croyance en l’auto-efficacité *(efficacity expectation)* d’atteindre les objectifs.
		2. ***La créativité***: la créativité est un élément très important pour l’identification et l’exploitation des opportunités. Pour Hills, Lumpkin & Singh, elle est sensiblement plus importante pour les entrepreneurs qui ne sont pas rattachés à des réseaux, ils concluent que les entrepreneurs qui sont en réseau avec les sources d'opportunités n’ont pas besoin d’être aussi créatifs que ceux qui ne le sont pas.

Le modèle suivant illustre le processus d’identification d’opportunités où les traits de personnalités apparaissent comme une des ressources pour la création et le développement d’opportunités :

***Figure n° 7 : Les variables qui influencent la création et le développement des opportunités***

******

***Source : Bares F., Chelly A., Levy-Tadjine T., 2004, page 9***

De plus, Bayad M., Boughattas Y. & Schmitt C. ajoutent d’autres caractéristiques et qualités en les synthétisant dans le tableau suivant[[59]](#footnote-60) :

***Tableau n° 2 : Synthèses des caractéristiques et qualités d’entrepreneur***

|  |  |
| --- | --- |
| Caractéristiques | Qualités |
| Confiance en soi | Croit en ses propres capacités ;Indépendant ;Optimiste. |
| Volonté déterminée | Obstiné et persévérant ;Déterminé. |
| Concentré sur les tâches à accomplir ou les résultats à atteindre | Soucieux de la réussite ;Bûcheur, dynamique, énergique ;Prend des initiatives. |
| Acceptation des risques | Prend des risques calculés ;Aime les défis. |
| Etoffer d’un chef | Bon communicateur ;Bon contact avec les autres ;Attentif aux suggestions et aux critiques ;S’intéresse aux autres ;Concerné par le développement des autres. |
| Originalité | Innovateur, Créatif ;Souple et ouvert d’esprit ;Ingénieux ;S’adapte rapidement et facilement. |
| Tourné vers l’avenir | Prévoyant ;Visionnaire ;Intuitif. |

***Source: Bayad M.; Boughattas Y.; Schmitt C., 2006***

Au-delà des qualités de l’entrepreneur, il doit accomplir des tâches et des activités que exige son métier, non pas seulement innover, risquer mais d’autres fonctions recouvrant les techniques relatives à la planification, l’organisation, la direction, la coordination et le contrôle : l’entrepreneur doit se doter et acquérir des compétences qui lui permettent d’exercer son métier.

* 1. ***Les compétences de l’entrepreneur***

La compétence est la capacité des acteurs à apprendre et à exécuter des tâches[[60]](#footnote-61). Depuis les années 90, les recherches s’appuyaient sur les compétences et le comportement des entrepreneurs plutôt que uniquement sur ses traits de personnalité pour expliquer leur réussite. Ainsi, l’entrepreneuriat est devenu un métier à part entière qui nécessite des compétences spécifiques. Ces recherches ont produit plusieurs typologies des compétences clés des entrepreneurs. De leur part, Charles-pauvers, Schieb-bienfait et Urbain (2004) [[61]](#footnote-62) proposent de repérer et de définir les compétences en introduisant une dynamique temporelle axée sur trois périodes : émergence de l’idée, élaboration du projet et lancement de l’activité ce qui donne trois types de compétences : personnelle, cognitive et sociale.

Par ailleurs, Chakir (2006)[[62]](#footnote-63) décompose les compétences nécessaires à l’exercice du métier d’entrepreneur en quatre catégories :

* *Compétences managériales typiques* : avoir une vision ou le savoir devenir, capacités à résoudre des problèmes, aptitudes dans le domaine de l’organisation, la prise de décisions, la communication et la prise de responsabilités ;
* *Compétences sociales* : capacité d’écoute, savoir déléguer, savoir constituer et tirer profit des réseaux, relations humaines (aptitudes dans le domaine de la coopération, du travail en groupe) ;
* *Aptitudes personnelles* : confiance en soi, motivation, énergie, capacité de résistance et d’endurance, capacités conceptuelles ;
* *Compétences entrepreneuriales typiques* : esprit d’initiative, sens de l’action et de la créativité, prise de risques.

Il faut souligner que quel que soit le type de compétence, il est important pour tout entrepreneur ou entrepreneur potentiel de savoir comment obtenir et améliorer ses compétences d’une manière continue afin d’exercer efficacement ses fonctions.

* 1. ***Les motivations de l’entrepreneur***

La motivation est appréhendée dans une dimension interactive entre des déterminants individuels propres à la personne humaine et des déterminants de son environnement. Thill & Vallerand définissent la motivation comme : « *un construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et/ou externes produisant le déclenchement, la direction, l’intensité et la persistance du comportement*»[[63]](#footnote-64). Cette définition permet de dégager quatre éléments importants et interdépendants caractérisant le concept de motivation :

* *Un effet de déclenchement* : il traduit le passage d’un état statique à un état dynamique ;
* *Un effet de direction* : la motivation oriente le comportement dans une direction donnée, il n’y a pas une motivation sans objet ;
* *Un effet d’intensité* : plusieurs rythmes caractérisant la dynamique motivationnelle (de l’hyperactivité à la démotivation, voire dépression) ;
* *Un effet de persistance* : l’engagement dans une activité traduit certainement un indice de motivation, l’engagement peut cesser pour diverses raisons : par saturation, par apparition d’une autre motivation ou bien par satisfaction.

D’après les recherches autour de ce thème, les entrepreneurs citent plusieurs raisons qui les ont amenés à lancer une entreprise. Gray, et coll.[[64]](#footnote-65) présentent quelques-unes des principales raisons qui motivent souvent la création d’une entreprise en Amérique du Nord, en Europe et au Japon à savoir : être son propre patron et être le maître de son travail et de sa vie; trouver une autre possibilité d’avancement à partir d’un emploi sans avenir; obtenir des fonds additionnels; fournir des produits qui ne sont pas disponibles ailleurs. En opposé, les entrepreneurs dans les pays en voie de développement se lancent habituellement en affaires par nécessité économique, pour survivre ou faute d’avenues leur permettant de faire une utilisation productive de leur énergie. Au fait, le chômage et la pauvreté sont souvent les raisons principales motivant à l’entrepreneuriat dans les pays en développement[[65]](#footnote-66).

En comparant les facteurs incitant à la voie entrepreneuriale de ces pays, nous pouvons distinguer deux ensembles de motivations des entrepreneurs : *Positifs*(telles que la Volonté d’accomplissement personnel ; Identification d’une occasion d’affaire intéressante ; La quête d’autonomie) et *Négatifs* (telles que Licenciement ; Désir de cesser de chômeur ; Insatisfaction au travail ; Manque d’opportunités de carrière et de promotion ; Discrimination ; Conflits au travail).

Par ailleurs, nous pouvons les décomposer selon leur source à : des facteurs *intrinsèques* de l’individu qui peuvent être innés et/ou appris et acquis et ; à des facteurs *extrinsèques* ou externes existant dans l’entourage de l’individu.

Enfin, la motivation à l’entrepreneuriat ne peut se concrétiser que si elle trouve un environnement propice à l’émergence des projets caractérisé par des facteurs politiques, économiques et culturels influant positivement sur le développement du phénomène entrepreneurial.

***Section 3 : l’appui : un facteur pilier pour le développement de l’entrepreneuriat***

L’appui à l’entrepreneuriat englobe une variété de mesures d’actions d’incitation, d’accompagnement et d’aides offerts aux entrepreneurs et aux porteurs de projets. Le terme « appui à l’entrepreneuriat » est souvent associé aux termes support, aide, soutien ou accompagnement. Il s’agit des divers mécanismes d’aides aux porteurs de projets, aux entrepreneurs et aux entreprises durant les différentes phases de création d’entreprise et son développement.

1. ***Objet d’étude de l’appui à l’entrepreneuriat***

Nous rappelons que les Etats-Unis sont le pays pionnier du domaine d’appui à l’entrepreneuriat qui est apparu au début des années 60. Ensuite, l’Europe est engagée dans les politiques d’appui à l’entrepreneuriat au cours des années 70-80 et plus récemment tous les pays émergents sont engagés dans l’appui à l’entrepreneuriat depuis le milieu des années 80.

La conception de l’appui à l’entrepreneuriat porte sur l’ensemble des instruments d’appui qui prennent plusieurs formes selon *l’objectif* et *le moment d’intervention* de cet appui. Au premier lieu, l’appui à l’entrepreneuriat était sous forme de prêts et de subvention pour objectif d’accroitre le nombre de création d’entreprise, ensuite, il s’est développé pour diminuer le taux d’échec des entreprises en reposant sur des mécanismes de suivi de l’évolution du projet. Actuellement, les mécanismes d’appui mettent l’accent sur la formation des porteurs de projets et le renforcement des procédures de suivi par l’intermédiaire des organismes d’aide et d’accompagnement, de formation, d’incubation, programme de mentorat, réseaux, prêts à faible taux d’intérêts, subventions et garanties, réglementations gouvernementales facilitantes (Howard, 1990)[[66]](#footnote-67).

Généralement, les mécanismes d’appui à l’entrepreneuriat sont d’ordre politique mis en place par les pouvoirs publics qui demeurent l’acteur principal de l’organisation et la coordination des différentes actions d’appui pour répondre aux besoins des entrepreneurs d’un côté et pour faire face aux enjeux économiques en termes d’emplois, de croissance économique, d’innovation et de dynamisme du tissu économique de l’autre côté, par le biais des organismes publics et privés spécialisés dans la sensibilisation, l’information, l’orientation, l’accompagnement, le suivi et la formation des entrepreneurs pendant les différentes phases du processus de création d’entreprise.

Ainsi, les structures de sensibilisation ont pour objet de susciter l’intérêt à l’entrepreneuriat chez une population cible, les structures d’appui ont pour but d’aider les porteurs de projet et les entrepreneurs dans le montage de leurs projets et/ou dans le démarrage de leur entreprise. Bruyat (1992), a montré dans ses recherches que l’organisation des divers instruments d’appui à la création d’entreprises dans un système donné représente la filière de l’appui à la création d’entreprises[[67]](#footnote-68) telle que le financement (dons, subventions, crédits, primes d’aménagement) et la réglementation (garanties, assouplissement des procédures)…etc.

De sa part, l’OCDE (2001) synthétise les dispositifs d’appui à l'entrepreneuriat comme suit [[68]](#footnote-69):

***Tableau n° 3: Caractéristiques des dispositifs de promotion de l'entrepreneuriat***

|  |  |
| --- | --- |
| **Formation hors du système d'enseignement ordinaire** | Compétences en gestion des entreprisesQualités d'entrepreneur |
| **Aide au démarrage****Aide au développement de l'entreprise** | **Financement :**Capitaux : prêts, subventions, prixAccès au crédit**Soutien logistique**LocauxÉquipements**Idées****Conseils et encadrement****Soutien opérationnel**PlanificationGestion opérationnelleGestion financière |
| **Formation de réseaux** | Associations nationales et internationales |
| **Transferts entre génération** | De connaissances à travers le conseil d'entreprises et activité lors du départ à la retraite |
|

***Source : OCDE, 2001***

Cependant, quel que soit la caractérisation des programmes d’appui, leurs objectifs visent trois axes principaux : formaliser et concrétiser le projet ; accéder aux différentes ressources et réseaux pour réaliser le projet et soutenir la pérennité et le développement des entreprises.

Dans ce cadre, plusieurs travaux de recherche se sont penchés sur les diverses voies que suivent les mécanismes d’appui à l’entrepreneuriat, en exemple : Tourjensky Cabart (1996) prend en compte essentiellement les actions relatives au financement : aides directes, indirectes et spécifiques. De leur part, Albert et al. (2003) retiennent trois catégories : l’appui financier, l’appui en conseil et formation et l’appui logistique notamment l’hébergement et les réseaux d’affaire. Brossard (1997), quant à lui, il adopte une approche temporelle, propose aussi trois catégories: les actions de réduction du niveau d'incertitude, celles de démarrage et celles de suivi post-investissement[[69]](#footnote-70).

De notre part, nous étudions les différents mécanismes d’appui selon deux perspectives : au premier lieu, nous décrivons ces mécanismes d’après leur objet : appui financier, appui par enseignement et l’appui par accompagnement. Ensuite, nous adoptons l’approche temporelle qui détermine les mécanismes d’appui selon le processus de création d’entreprise.

1. ***L’appui financier***

Du point de vue chronologique, après les actions portées sur les aspects juridiques et fiscales, l’appui financier est l’un des premiers leviers utilisés pour favoriser l’aboutissement du processus entrepreneurial dans ses différentes phases qui en absence du soutien financier tout autre appui sera sans effet puisque le financement est la première barrière à l’engagement entrepreneurial.

* 1. ***Les types d’appui financier***

L’entrepreneur se trouve souvent contraint de ses ressources financières limitées pour constituer son capital de démarrage nécessaire à la concrétisation de son projet. Un premier réflexe est de recourir aux proches (famille, amis) appelés les prêteurs de *love money* offrant ce qu’on appelle les prêts par la foule (*crowdfunding*) [[70]](#footnote-71). Rarement, cet appui puisse financer la totalité du besoin de l’entrepreneur, en conséquence, ce dernier va recourir aux prêts bancaires classiques qui sont difficile à mobiliser en raison de l’insuffisance des garanties, la faible rentabilité espérée et la modicité des capitaux apportés par les porteurs de projets.

Dans ce contexte de l’absence et les difficultés d’accéder aux crédits bancaires classiques, la pratique de l’appui financier s’est développée pour compenser ce « creux bancaire »[[71]](#footnote-72). Ainsi, nous pouvons distinguer trois types d’appui financier :

* + 1. ***Financement indirect*** : et ce en constituant des fonds de garantie[[72]](#footnote-73) pour rassurer les banques à s’impliquer dans le financement et le soutien des projets “ risqués ” qu’elles refusent habituellement de les financer. Ce fonds de garantie peut être initié par plusieurs acteurs notamment les collectivités locales et les organismes d’accompagnement.
		2. ***Financement direct*** : généralement sous formes de prêts tels que  les prêts octroyés par les organismes d’accompagnement, les prêts d’honneur qui sont accordés en dehors du système bancaire par des associations, des collectivités (des organismes de finance solidaire), sans garantie, caution personnelle et sans intérêts (prêts à titre gratuit).
		3. ***Financement par l’ouverture du capital aux investisseurs extérieurs*** : il s’agit généralement de deux sources de financement :
* Les ***Business Angel*** : ils occupent une place croissante dans le monde de la création d’entreprise notamment les start-up à fort potentiel. Il s’agit des personnes physiques, généralement issues du monde des affaires, qui investissent dans des entreprises en phase de démarrage en aidant les entrepreneurs avec leurs expériences, compétences et leurs réseaux qui font gagner à l’entrepreneur un temps appréciable dans la création et le développement de son entreprise.
* Le ***capital risque***: Il s’agit d’un appui financier sous forme de prise de participation dans le capital des entreprises en phase de croissance mais qui ne sont pas encore cotées. L’investisseur en capital risque est un partenaire actif qui apporte non seulement un soutien financier, mais aussi un appui intellectuel et accepte de partager les risques de l’entreprise.
	1. ***Les sources d’appui financier***

Nous pouvons distinguer deux sources d’appui financier : le financement de proximité (informel) et le financement formel :

* + 1. ***Le financement de proximité*** : appelé également affectif ou encore informel puisque il est fondé sur l’épargne personnelle et les relations personnelles dans de l’entourage de l’entrepreneur (la famille, les amis). Le financement de proximité se caractérise généralement par la souplesse, l’absence de conditions préétablies, l’absence de frais de gestion et l’absence de contrôle. Ce financement qui peut être en nature ou en valeur reste le moyen de financement essentiel pour les créations d'entreprise, notamment celles à faibles capitaux ou de petite taille.
		2. ***Le financement formel :*** pour cette source, il existe plusieurs établissements qui offrent différents modes de financement :
* **Les établissements bancaires** : offrant un crédit classique et un crédit-bail ;
* **Les marchés financiers spécialisés*:*** ce mode ne concerne qu’une proportion infime des entreprises nouvelles innovantes en phase de croissance (généralement le secteurs des NTIC) faisant appel aux capital-risqueurs et les Business Angeles qui leur apportent de plus du financement, leur expertise professionnelle, leurs compétences d'hommes d'affaire, leurs conseils, leurs savoir-faire ainsi que leurs carnets d'adresses. Ils participent à la formulation des stratégies, au suivi et au soutien des projets[[73]](#footnote-74).
* **Les associations et autres fondations** *(les organismes de finance solidaire)* : les organismes de finance solidaire entendent par leurs prêts jouer un effet de levier en partenariat avec les organisations bancaires.
* **L’Etat et les collectivités locales**: ils peuvent intervenir en mettant en place *des* *mesures financières* : fonds dédiés aux entreprises nouvellement créées ou en phase de concrétisation ; *des mesures techniques* : créations de produits tels que les contrats d’assurance et *des mesures fiscales* comme le report d’imposition sur les plus values réinvesties dans les nouvelles entreprises.
* **Les grandes entreprises et l’employeur**: ils peuvent apporter des aides financières (prêts à taux réduits de longues durée, subventions, primes pour la reprise de personnel…) et également logistiques (études de marché, aides juridiques, parrainage…) notamment dans le cadre de *l’essaimage* où l’employeur peut prendre une participation dans le capital de la nouvelle entreprise ou octroyer un prêt, en général à taux préférentiel.
	1. ***L’appui financier selon les phases de développement de l’entreprise***

L’appui financier évolue au fil des étapes de la vie du projet[[74]](#footnote-75):

* + 1. ***Fonds d’amorçage*** : à ce stade, l’entreprise n’est qu’un projet. L’appui financier est assuré surtout par les trois F (Family, Freinds & Fools) et peu d’investisseurs professionnels s’y hasardent
		2. ***Fonds de création***: l’entrepreneur aborde le marché, mais son ampleur est très limitée, de ce fait, l’appui financier favorable dans cette phase est l’intervention des business Angeles qui apportent du capital et du savoir-faire.
		3. ***Fonds de lancement***: l’entrepreneur développe sa production et ses réseaux de distribution et le besoin de financement augmente. Dans cette phase l’appui financier est peut être public et privé ou par des investisseurs professionnels.
		4. ***Fonds de croissance et de développement***: l’entrepreneur exprime l’insuffisance d’autofinancement pour répondre au développement de son organisation, la meilleure alternative pour le financement de cette phase est l’introduction en bourse et l’ouverture de son capital aux investisseurs externes (les capitaux-risqueurs).

Nous pouvons schématiser ces différentes étapes et l’appui attribué à chaque phase comme suit :

***Figure n°8 : les besoins en appui financier selon le cycle de vie du projet***

***Source : REDIS J., PARÉ J-L., 2009.***

Ainsi, l’entrepreneur a toujours besoin d’un appui financier au cours des phases critiques de pré-création et de post création. Par ailleurs, une nouvelle pratique d’appui financier s’est développé, il s’agit du « microcrédit ».

* 1. ***Le microcrédit : nouvelle tendance de l’appui financier à l’entrepreneuriat***

Le microcrédit est paru dans les années 70 grâce au succès de la Grameen Bank au Bengladesh[[75]](#footnote-76). Le succès de cette banque est venu de Muhammad Yunus[[76]](#footnote-77), lorsqu’il prêta de sa poche l’équivalent de 26 dollars à 42 femmes qui ont pu rembourser leurs prêts en délai, ceci l’a motivé à étendre son système à plusieurs villages du Bangladesh et en 1983, son institution devient une banque. Cette initiative séduisait nombreuses organisations non gouvernementales et des bailleurs de fonds qui s’engagèrent dans la réplication à travers le monde. Le microcrédit est même considéré comme un des principaux moyens mobilisés par l’ONU pour atteindre son objectif de développement du Millénaire (ODM)[[77]](#footnote-78).

Ainsi, rapidement, la micro-finance s’est imposée comme un vecteur efficace de développement entrepreneurial et de réduction de la pauvreté sur tous les continents pour remédier les problèmes sociaux liés à la question de l’accès au marché financier par la promotion des projets en offrant des services financiers à faibles montants (microcrédit, micro-assurance, transfert d’argent...etc.) aux populations pauvres, exclues du système bancaire, sans ressource ni droit de propriété. Le prêt est ensuite remboursé grâce aux revenus de cette entreprise.

Généralement, l’octroi de crédit est lié à une formation et un accompagnement afin de garantir la réussite des entreprises créées.

1. ***L’enseignement : un mécanisme particulier pour l’appui à l’entrepreneuriat***

Développer l’entrepreneuriat nécessite des compétences, des techniques et des comportements spécifiques à l’entrepreneur. Dans ce cadre, l’enseignement est apparu comme un outil particulier pour l’appui à l’entrepreneuriat et les premiers cours ont été donné en 1947 par l’Université d’Harvard (USA)[[78]](#footnote-79) et depuis, l’enseignement de l’entrepreneuriat se développe à un rythme croissant (plus de 1600 MBA en entrepreneuriat en 2005 aux USA seulement) sous forme de cours théoriques et pratique, d’études de cas, de témoignages d’entrepreneurs, de jeux de simulation d’entreprise…etc. allant ainsi d’une formation pédagogique passive (diffusion-réception d’un savoir) à une formation active où l’étudiant (entrepreneur potentiel) est un acteur de cette formation..

* 1. ***objet de l’enseignement de l’entrepreneuriat***

Pour (Drucker 1985), l’entrepreneuriat : *« c’est une discipline et, comme toute discipline, elle peut être apprise »*. Dans la même perspective, Brush & al (2003), définissent l’entrepreneuriat comme *« une discipline qui étudie le processus par lequel les entrepreneurs identifient, explorent et exploitent une opportunité »[[79]](#footnote-80).* Cette définition repose sur la possibilité d’enseigner à une personne comment identifier, explorer et exploiter une opportunité.

Pour Fayolle, l’enseignement de l’entrepreneuriat correspond à l’ensemble des actions de sensibilisation, de stimulation, de formation et d’accompagnement des apprenants qui concourent tout aussi bien à les faire évoluer sur les registres culturel et comportemental qu’à leur transmettre des connaissances et des savoirs utiles pour leur projet de création[[80]](#footnote-81).

L’objet de l’enseignement de l’entrepreneuriat peut être défini comme la réunion d’une composante *acteur* et d’une composante *processus ou objet*: L’entrepreneur peut être saisi en termes de compétences, de caractéristiques et de comportement où des techniques et outils de management de projet peuvent être apportés à l’entrepreneur potentiel et des stratégies entrepreneuriales peuvent faire l’objet de présentation et d’illustration. Cette formation doit répondre à deux questions : comment promouvoir l’esprit d’entreprise et stimuler les vocations entrepreneuriales et comment former ces futurs entrepreneurs ?[[81]](#footnote-82).

En effet, nous pouvons déceler trois niveaux d’intervention de l’enseignement de l’entrepreneuriat[[82]](#footnote-83) :

* *Le premier niveau d’enseignement* : sensibilisation et initiation à l’entrepreneuriat : il s’agit d’éveiller les étudiants et les sensibiliser à la création d’entreprise et de les amener à intégrer l’existence de nouvelles voies professionnelle ;
* *Le deuxième niveau d’enseignement* : formation à la création d’entreprise, à la gestion de projet et à la PME : l’objectif est de former les étudiants et de les préparer à des situations professionnelles futures. Ces enseignements conduisent à une spécialisation dans le domaine, à travers des options ou des filières.
* *Troisième niveau d’enseignement* : accompagnement des étudiants porteurs de projets de création d’entreprise : il combine des appuis de différentes natures : une formation très pratique et orientée sur les besoins des projets, des conseils pour faciliter le développement des projets et l’accès aux ressources, un support qui peut être d’ordre matériel, intellectuel, psychologique et enfin des mises en relation avec des experts et des partenaires potentiels.

Ainsi, l’enseignement de l’entrepreneuriat joue un rôle essentiel dans la création et la diffusion de la culture entrepreneuriale et de l’esprit d’entreprise, d’influencer les comportements et apprendre aux entrepreneurs potentiels à prendre des risques et des initiatives en situation d’incertitude, à développer leur imagination, à expérimenter, faire des erreurs et rebondir pour trouver des bonnes idées, à identifier et évaluer des opportunités[[83]](#footnote-84).

* 1. ***Quelles méthodes pour l’enseignement de l’entrepreneuriat***

Comme l’entrepreneuriat fait appel à des disciplines aussi diverses que l’économie, les sciences de gestion, le droit, la psychologie,… son enseignement devrait donc nécessairement être interdisciplinaire[[84]](#footnote-85). Une formation interdisciplinaire permet aux étudiants de créer des passerelles non seulement entre le monde universitaire et le monde réel, mais aussi entre le statut actuel d’étudiant et son futur développement professionnel. De tels programmes sont un gage de ponts et d’apports réciproque entre le tissu socioéconomique et les universités.

 Depuis quelques années, des programmes interdisciplinaires en entrepreneuriat ont vu le jour dans plusieurs pays, tels que le Mexique, la Suède et la Belgique. Ils proposent des programmes communs pour plusieurs disciplines, ils comportent des cours contenant des aspects juridiques, économiques, managériaux, financier. Le corps enseignant, les jurys des travaux de fin d’études, les organismes de gouvernance et les étudiants y sont également issus de plusieurs facultés[[85]](#footnote-86).

Les méthodes pédagogiques retenues présentent une grande variété selon les finalités, les types de publics et les ressources mobilisées. Le montage du plan d’affaire est identifié comme une des formes pédagogiques les plus répandues. Celle-ci est un cadre expérientiel pertinent permettant de circonscrire le processus entrepreneurial et d’analyser une opportunité d’affaire, collecter les ressources nécessaires au lancement et impliquer des parties prenantes dans un projet.

* 1. ***Les apports de l’enseignement de l’entrepreneuriat***

Selon Fayolle, l’enseignement de l’entrepreneuriat constitue le premier fondement du développement d’une culture et de l’action entrepreneuriale. La promotion de la culture entrepreneuriale et le développement de l’entrepreneuriat constituent des facteurs essentiels au développement socioéconomique. La culture entrepreneuriale favorise le développement d’habiletés et de valeurs qui permettent d’acquérir des savoir-faire, des savoir-être et des savoir-agir qui sont profitables aux futurs entrepreneurs et employés, en somme, à toute la société.

La finalité de l’enseignement de l’entrepreneuriat est de préparer à l’entrepreneuriat et favoriser l’émergence d’entrepreneurs et améliorer les chances de la pérennité des entreprises. Ainsi, les objectifs attendus sont :

* Sensibiliser les individus pour les aider à voir la voie entrepreneuriale comme une carrière possible. Les statistiques montrent qu’environ deux tiers des créateurs d’entreprises ont dans leur famille un ou plusieurs entrepreneurs[[86]](#footnote-87), ainsi, l’enseignement substitue le rôle de la famille ;
* Développer en eux des attitudes positives et favorables vis-à-vis des situations entrepreneuriales : il s’agit de révéler le goût d’entreprendre et de développer la créativité face aux risques et aux changements ;
* Transmettre et développer des connaissances, des compétences et des techniques destinées à accroitre le potentiel à entreprendre chez les individus ;
* Offrir un accompagnement et un suivi personnalisé aux porteurs de projets.

Il apparaît que dans les pays où la culture de la création d’entreprise se passe encore largement par la famille. Donc, il conviendrait de donner à l’enseignement de l’entrepreneuriat un double rôle : celui d’éveiller les connaissances et de sensibiliser à l’entrepreneuriat et, celui de préparer, former et accompagner ceux qui veulent s’orienter vers la voie entrepreneuriale.

1. ***L’accompagnement : un mécanisme qui englobe différentes modalités d’appui à l’entrepreneuriat***

Dans un contexte où les individus s’engagent à l’entrepreneuriat de plus en plus par nécessité économique plutôt que par vocation, l’accompagnement prend son ampleur pour combler les besoins de ces entrepreneurs qui souvent manquent d’expérience, de compétences, de ressources financières…etc. en effet, l’accompagnement est reconnu comme une pratique à multiples facettes offrant différents types d’appui par un seul support (structure d’accompagnement) qui intervient durant toutes les phases du processus entrepreneurial, notamment lors du montage du projet, du démarrage et de la phase post-démarrage de l’entreprise créée.

* 1. ***Importance de l’accompagnement***

Les statistiques confirment que le taux d’échec d’entreprises peut considérablement baisser si toutefois l’entreprise est accompagnée pendant la phase de démarrage. Selon Cuzin et Fayolle « *L’accompagnement est souvent présenté comme l’un des facteurs de réussite des projets de création, reprise ou développement d’entreprise. Les pays dans lesquels la densité entrepreneuriale est la plus forte sont aussi ceux où l’accompagnement précoce est le plus développé* »[[87]](#footnote-88).

A travers les différents dispositifs et structures, l’accompagnement doit permettre à un apprentissage facilitant les premières fonctions de l’entrepreneur et à la résolution des problèmes qui surgissent au cours du processus de création en mettant à la disposition de l’accompagné (l’entrepreneur) des moyens, des savoirs, des compétences et des qualités entrepreneuriales en vue de lui développer son potentiel de gestion, la mise en réseaux avec des partenaires extérieurs et à l’accès aux conditions matérielles pour se lancer en affaire.

Il s’agit généralement de l’aide dans : l’analyse du projet, l’évaluation de son potentiel de rentabilité (étude d'opportunité d'affaire); l’évaluation de l'entrepreneur, de sa motivation, de ses besoins de formation; le développement de l'entrepreneur (formation dans les domaines de la gestion d'entreprise); l’organisation matérielle (les équipements) et financière (capitaux de démarrage) de l'entreprise; l’élaboration du plan d'affaires de l'entrepreneur.

Donc, l’accompagnement doit répondre aux réels besoins des entrepreneurs. Un triple objectif est ainsi recherché par les organismes d’accompagnement[[88]](#footnote-89) :

* La vérification de l’adéquation du projet de création d’activité à la personne de son porteur en tenant compte ses compétences individuelles et sa personnalité, son expérience passée sur l’activité envisagée, le soutien qu’il pourra bénéficier par son entourage social et familial, et d’un autre côté, la pertinence du projet en lui-même. A ce niveau, le promoteur doit prend conscience des problèmes que peut entraîner la réalisation des activités qu’il a décidé d’entreprendre ;
* Le développement du “ capital social ” de la personne à un niveau jugé suffisant pour garantir la pérennité du projet ;
* Enfin, la mise en réseau du créateur avec des partenaires commerciaux, financiers et institutionnels.

Ainsi, plusieurs types d’action possibles : information, conseil, soutien financier…etc. cependant, tout accompagnement doit contenir les caractéristiques suivantes : la durée et l’inscription dans le temps, la fréquence des relations entre l’accompagné et l’accompagnant et l’adoption d’un rythme régulier, l’unicité de la relation, la relation de proximité qui s’établit, le nécessaire ajustement à la singularité de chaque situation propre à l’accompagné, la transformation ou le changement de comportement ou d’attitude que recherche l’accompagné et à laquelle va contribuer l’accompagnant et enfin la place de la réflexion au cœur de l’action qui se déroule[[89]](#footnote-90).

Ceci se traduit par un ensemble de fonctions constituant la pratique d’accompagnement.

* 1. ***Les fonctions de l’accompagnement entrepreneurial***

Pour un accompagnement complet et cohérent, VICKERY propose neuf types d'actions : information, sensibilisation, stimulation, formation, préparation, conseil, soutien institutionnel, financement, participation[[90]](#footnote-91). Cependant, tout organisme d’accompagnement cherche à assurer les missions suivantes :

* + 1. ***L’accueil et l’information*** : Cet instrument d’appui a pour objectif de prendre en charge les créateurs potentiels cherchant à s’informer sur la création d’entreprises à travers des simples actions d’écoute et d’orientation vers les structures d’appui appropriées et les actions d’informations par l’organisation de courtes sessions d’information (ou des réunions périodiques en groupe) sur les procédures de création et les formalités à accomplir ce qui permet aux créateurs potentiels d’éviter des erreurs dues à l’inexpérience.
		2. ***Le conseil***: Comme la sensibilisation à l’entrepreneuriat ayant la vocation d’agir sur l’intention entrepreneuriale des personnes visées, le conseil a pour objectif d’agir sur l’action entrepreneuriale.
		3. ***La formation*** : Elle a pour objectif de combler les lacunes des entrepreneurs en matière de gestion et de management. Il existe toutefois deux pratiques de formation entrepreneuriale. i) Des formations ante-création pour l’évaluation initiale du projet et l’élaboration effective du projet. Généralement, ces types de formations sont dispensés en groupe et les candidats passent par des étapes de sélection. ii) Les formations post-création qui concernent les entrepreneurs déjà établis pour objectif de répondre à des besoins pratiques spécifiques en gestion, en stratégie, en comptabilité, etc.
		4. ***La logistique*** : L’appui logistique a pour objectif de faciliter les processus de création en fournissant aux entrepreneurs naissants les moyens matériels nécessaires tels que le secrétariat, l’accès à l’information, les moyens informatiques, les moyens administratifs afin qu’ils puissent donner le temps nécessaire à l’étude de leur projet et de minimiser les coûts de création et de démarrage des nouvelles entreprises.
		5. ***Le financement*** : l’objectif est de subvenir aux besoins des créateurs au cours des phases critiques de pré-création et de post-création.
		6. ***L’implantation :*** cette fonction correspond à la pratique d’hébergement des porteurs de projets et des nouvelles entreprises en création dans un environnement économique d’affaires spécifique. Nous recensons deux principales pratiques d’implantation
* l’hébergement au sein d’une organisation d’appui telle que les pépinières d’entreprises, les incubateurs d’entreprises et les hôtels d’entreprises ;
* l’implantation dans un espace spécifique d’encouragement et d’appui tel que les zones franches, les zones d’encouragement, les pôles technologiques ou les technopoles.

Pour mieux cerner les fonctions d’accompagnement, nous présentons dans ce qui suit les différents modes d’accompagnement.

* 1. ***Les modes d’accompagnement***

Il existe différent modes d’accompagnement qui présentent des caractéristiques communes dans une même logique de raison mais qui se distinguent dans la nature de la relation accompagné/accompagnement. Cependant, ces modes finissent par se recouper dans la pratique[[91]](#footnote-92).

* + 1. ***Le mentorat :*** ce mode concerne l’établissement d’une relation de soutien entre un entrepreneur novice (nommé le mentoré) et un entrepreneur d’expérience (appelé le mentor), le dernier permet au premier de se développer en tant que personne plutôt que l’acquisition de techniques tout en étant ancré davantage vers l’action. En d’autres termes, le mentorat est un moyen de combiner l’action avec la réflexion afin d’approfondir la compréhension des enjeux d’affaires, cela permettra à l’entrepreneur (le mentoré) d’éviter de faire des erreurs dans ses éventuelles démarches. En effet, le mentorat offre une approche souple, plus globale, qui vise à la fois le développement personnel et le développement professionnel du mentoré en lui apportant un soutien psychologique, une aide à concevoir de nouvelles idées, à s’adapter au changement et à élargir son réseau de relations.
		2. ***Le coaching***: c’est une pratique répandue malgré sa nouveauté, elle est apparue comme une alternative à la formation et au conseil. Le coaching est «*l’accompagnement d’une personne à partir de ses besoins professionnels pour le développement de son potentiel et de ses savoir-faire*. »[[92]](#footnote-93). Il s’agit d’une relation entre un coach, personne compétente et expérimentée dans un domaine spécifique, qui accepte d’agir auprès d’une autre personne, appelée protégé, dans le but que ce dernier acquière certains rouage d’un métier durant une période déterminée[[93]](#footnote-94) ce qui lui permet d’éviter de faire de mauvais choix, de prendre trop de temps pour analyser différentes situations ou d’être dépassé par une certaine crise. De plus, il permet à l’entrepreneur de se révéler à lui- même et d’implanter son rêve de vie en reposant sur l’art du questionnement, l’écoute active et la reformulation, le feedback positif, la prise de conscience et la considération positive inconditionnelle[[94]](#footnote-95).
		3. ***L’incubation***: cette pratique est née aux Etats-Unis il y a plus de 30 ans puis s’est développée dans les années 90 grâce aux universités américaines qui sont devenues le terrain du développement de l’entrepreneuriat. Pour Allen et McCluskey (1990), l’incubateur d’entreprises est une facilité qui offre un espace, des services bureautiques partagés et une assistance dans le développement de l’activité dans un environnement propice à la création, la survie et à la croissance de nouvelles entreprises. En d’autres termes, l’incubateur propose aux entrepreneurs des ressources de toute nature en leur fournissant des « conditions contrôlées » en termes de service de secrétariat, d’assistance administrative, d’installation et d’implantation et de soutien des entreprises en management, finance et comptabilité (Smilor et Gill, 1986) à des prix inférieurs aux valeurs du marché (Culp, 1990) [[95]](#footnote-96).

Le but de l’incubateur (généralement une organisation) est de créer une synergie entre plusieurs facteurs (talent, technologie et connaissances) pour développer les comportements entrepreneuriaux, accélérer la commercialisation de la technologie et encourager le développement de nouvelles entreprises (Smilor et Gill, 1986)[[96]](#footnote-97). En effet, l’incubateur intervient non seulement en amont de la création effective, lors de la préparation du projet de création mais également en aval et jusqu’au développement de la nouvelle entreprise.

Nous pouvons schématiser le fonctionnement de ce mode d’incubation comme suit[[97]](#footnote-98) :

***Figure n°9 : le fonctionnement des services d’un incubateur***



***Source : PIRNAY F. & al., 2000.***

Nous constatons que l’objectif de l’incubateur est d’accompagner les porteurs de projets en période prénatale jusqu’à la confrontation au marché. A ce titre, l’incubateur doit faciliter les synergies avec le monde industriel (partenariat, accès à certains prospects), avec des investisseurs tels que les business Angel (pour le financement), avec des professionnels extérieurs adaptés aux besoins des porteurs de projets (le consultant pour établir le business plan, pour l’étude du marché, la formation)…etc. Dans ce cadre, nous pouvons distinguer différents types d’incubateur résumés dans le tableau qui suit[[98]](#footnote-99) :

***Tableau n° 4: Les caractéristiques des différents types d’incubateurs***

***Source : ALBERT et al., 2003***

* + 1. ***Les pépinières :*** apparues dans les 1980, les pépinières accompagnent les porteurs de projets dans le but de limiter les risques d’échecs, d’accroître les capacités de développement des futures entreprises et acquérir de nouvelles connaissances indispensables pour finaliser un projet et tendre vers plus de sûreté et de réalisme. Pour Bruyat (1992), une pépinière de projets est un organisme d’entraînement au métier de chef d’entreprise qui apporte des services matériels et immatériels. Bruyat indique que l’apport d’une pépinière de projets est *« avant tout d’un apport en matière grise et en réseau relationnel »[[99]](#footnote-100).*

Généralement, les pépinières mettent à la disposition des entrepreneurs des locaux modulaires (en location à durée limitée), un accès à des services à coûts partagés, un recours possible à des services d’aides en management ou en technologie, ainsi qu’une mise en relation avec les milieux d’affaires ou scientifiques et un lieu d’échanges interentrepriseset de soutien moral animé par une équipe de direction (Berger-Douce 2001)[[100]](#footnote-101). En effet, les pépinières sont des structures d’accueil et d’appui qui offrent particulièrement les services suivant : l’accueil personnalisé, l’accompagnement, la formation et l’hébergement.

1. ***L’appui et le processus entrepreneurial : quel rapport ?***

Nous avons mentionné qu’il n’existe pas un modèle universel du processus entrepreneurial, mis, nous pouvons distinguer quelque phases essentielles lors du passage de l’entrepreneur dans son parcours de l’idée à la réalisation de son projet. Dans ce processus la dimension temporelle qui lui est associée est une variable stratégique sur laquelle l’entrepreneur doit réagir avec pertinence et maitrise.

Dans son parcours, l’entrepreneur démarre avec une idée qu’il doit d’abord la trouver, celle si se transformera en opportunité qui peut être concrétisée sur le marché si l’entrepreneur a pu déterminer son offre, ses clients et ses moyens financiers qu’il doit les formaliser sous forme d’un plan d’affaire.

***Figure n° 10 : l’appui de l’idée au plan d’affaires***



***Source : Verstraete, Saporta, 2006***

Cependant, cet entrepreneur ne peut achever ce parcours seul. Bruyat a montré que sur chaque phase du processus de création et de développement des entreprises, il existe des structures et des organismes d’appui qui interviennent avec des outils d’appui spécifiques aux besoins des créateurs et des entreprises (projets d’entreprises)[[101]](#footnote-102).

* 1. ***La transformation de l’idée en opportunité d’affaire***

L’idée d’un projet n’est pas synonyme à l’opportunité d’affaire : l’idée se transforme en opportunité d’affaire quand il existe une demande solvable. L’identification et le repérage de cette opportunité nécessitera une compétence que les entrepreneurs ne la possèdent pas toujours ou peu maitrisée pour raisons du manque de connaissances, d’information et de réseautage.

Cependant, cette phase demeure très peu visée par les mécanismes d’aides et d’appui alors que souvent les individus y recourent voulant créer une entreprise mais ne savent pas quelle opportunité d’affaire exploiter. Selon l’étude de Tremblay M. (2008) en France, à peine 10% des organismes font de l’identification d’opportunité un axe prioritaire de leurs interventions[[102]](#footnote-103).

De ce constat, il est indispensable de donner plus d’importance à ce nouveau type d’intervention destiné à soutenir le développement entrepreneurial qui permettra de faire émerger un climat optimisme, de sensibiliser et de servir le développement d’une culture entrepreneuriale. Cet appui offrira aux entrepreneurs potentiels un accès à des occasions d’affaires porteuses pouvant être exploitées dans leur milieu en favorisant la recherche d’idées d’affaire par la mobilisation de différents groupes d’acteurs en favorisant le réseautage et donner accès aux plus d’information possible.

Dans ce cadre, Schmitt C. propose une schématisation des mécanismes visant à l’identification des opportunités d’affaires[[103]](#footnote-104) :

***Figure n° 11: les étapes de la mise en place d’une démarche d’identification collective d’opportunités***



***Source : Schumitt C. op.cit, 2008, page 166***

A cet égard, Tremblay M. suggère de constituer des « banques d’opportunités » dont les acteurs sont des personnes pour leurs connaissances et expériences hétérogènes peuvent mettre à profit l’identification d’opportunité[[104]](#footnote-105).

* 1. ***Aider les entrepreneurs à concevoir une vision***

La vision est un élément important du processus entrepreneurial, la conception d’une vision apparaît comme un enjeu essentiel pour la conduite et la réussite d’un projet entrepreneurial. Pour Filion, la vision est une « *image projetée dans le futur, de la place qu’on veut avoir occupé éventuellement par ses produits sur le marché, ainsi que l’image du type d’organisation dont on a besoin pour y parvenir* » [[105]](#footnote-106). En effet, les outils utilisés comme l’étude de marché, le plan de financement et le plan d’affaire favorisent principalement la structuration de la réflexion entrepreneuriale autour d’une vision préétablie.

Les mesures d’appui intervenant dans cette phase doivent être susceptibles d’aider les personnes à imaginer une vision, à la développer, à la transmettre, et à la partager pour garantir sa pérennité. Dans ce cadre, Schmitt C., Bourguiba M proposent un outil permettant de poser un certain nombre de questions permettant d’aider l’entrepreneur à concevoir une vision telles que :

* Le projet c’est quoi ? « définir son projet »
* Le projet pour quoi ? « dans quel but ce projet existe »
* Le projet fait quoi ? « décrire les différentes activités du projet »
* Quel environnement pour le projet. « Est-ce que les différents environnements politique, économique, juridique, culturel, géographique…sont propices aux activités de l’entrepreneur »
* Quelle histoire pour le projet ? « il s’agit de positionner les décisions de l’entrepreneur par rapport aux trois temps : passé, présent et futur : il s’agit d’inscrire le projet dans une perspective dynamique. »

Au final, ces différentes questions doivent permettre de connaître les besoins du projet (financier, humains, technique…) et de construire un outil synthétique qui servira non seulement à collecter des renseignements essentiels, mais aussi à communiquer avec différentes personnes liées au projet.

* 1. ***Aider les entrepreneurs à gérer le risque potentiel***

Dans un environnement mouvant et dynamique, le risque est toujours présent limitant et entravant l’entrepreneur dans son parcours. Ce risque se compose en risque commercial, technologique, opérationnel, en risque de gestion et en risque financier et également un risque attaché à la personnalité même de l’entrepreneur, à ses compétences, à ses objectifs et à sa volonté de déléguer des responsabilités à différents membres de son organisation[[106]](#footnote-107). C’est pourquoi la gestion de risque prend de plus en plus d’importance et devient une nouvelle pratique d’appui à l’entrepreneuriat.

Ce type d’appui sert à identifier les causes et les incidences sur le projet pour contrôler ces causes et réduire l’ampleur des répercussions d’une sorte d’un diagnostic complet du risque d’un projet pour assurer la couverture la plus complète possible pour assurer la fiabilité de l’information retenue. Dans cette perspective, Josée S. P propose un modèle de diagnostic des risques d’un projet aidant les entrepreneurs à déterminer les causes et les effets de ces risques :

***Tableau n°5 : identification des principales catégories de risque des entrepreneurs***



***Source : JOSEE S. P., op.cit, page 218***

Une fois les facteurs de risque déterminés, il faut ensuite mesurer leur importance pour soit : les accepter tels quels ; les refuser ; les surveiller ou les modifier en redéfinissant l’activité.

* 1. ***Aider les entrepreneurs à formaliser le business plan (plan d’affaire)***

Le plan d’affaire ou business plan est un concept, un outil et un document écrit et formalisé qui vise à mettre au clair le projet de sa forme originale jusqu'à sa concrétisation. Traditionnellement les structures d’appui l’utilisent pour accompagner les entrepreneur. Pour ces structures, ils s’agissent d’un outil de référence pour aider les entrepreneurs à travers lequel ils peuvent tester la pertinence de l’idée, prouver la rentabilité du projet et argumenter le besoins en fonds pour le lancement ou le développement de leurs projets.

Le plan d’affaire comprend l’étude de marché qui aboutit à la prévision des ventes étalées dans le temps, génératrices de l’essentiel des fonds devant justifier la pérennité de la structure créée. Cette étude de marché doit convaincre la cohérence du projet avec ce que veut faire l’entrepreneur compte tenu ses compétences.

En effet, l’appui à la réalisation du plan d’affaire comprend l’étude du marché qui concerne[[107]](#footnote-108) :

* L’analyse des données socioéconomique de l’environnement ;
* Une approche des concurrents (investigations sur leurs forces et faiblesses) ;
* Un repérage des besoins des consommateurs, usagers, utilisateurs ;
* L’examen des spécifies des biens de l’entreprise à créer et la fixation des prix ;
* Une réponse à la question de la distribution.

***Tableau n° 6 : présentation synthétique du business plan (plan d’affaire)***



***Source : LEGER-JARNIO C., 2011***

Ainsi, le plan d’affaire est à la fois un outil de planification, un guide des actions de l’entrepreneur et un outil pour communiquer et convaincre les parties prenantes.

En effet, l’appui et l’accompagnement est une relation interpersonnelle entre l’accompagnateur et l’entrepreneur. A travers cette relation, l’entrepreneur va réaliser des apprentissages multiples et développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet[[108]](#footnote-109). Il s’agit d’un processus d’influence interpersonnelle entre l’entrepreneur et l’accompagnateur. Ce dernier doit « entraîner » le créateur d’entreprise à l’exercice de son nouveau métier de chef d’entreprise et à prendre conscience de ses besoins dans différents domaines de la gestion et du management[[109]](#footnote-110).

***Conclusion du chapitre 1***

Dans ce chapitre, nous avons essayé de mettre en exergue les concepts clés de l’entrepreneuriat, l’entrepreneur et l’appui à l’entrepreneuriat. Nous avons relevé que la complexité du phénomène entrepreneurial qui est à la fois économique et social fait qu’il n’existe pas une définition qui fasse actuellement l’objet d’un consensus. Cependant, l’entrepreneuriat est toujours défini par rapport à deux niveaux fondamentaux : l’entrepreneur et l’unité impulsée par lui.

Bien que l’entrepreneur est l’acteur et l’essence du phénomène entrepreneurial mais il ne peut exercer pleinement ses activités que dans un environnement qui favorise ses engagements. En conséquence, l’entrepreneuriat implique de plus en plus tous les acteurs de la société. Car, les initiatives entrepreneuriales nécessitent d’être guidées et accompagnées à une étape quelconque de leurs processus et que la performance qui en résulte est le plus souvent associée à la qualité de leur appui et accompagnement. En effet, toute action d’appui doit s’intéresser à l’entrepreneuriat comme un processus qui comprend le déroulement de l’activité de l’entrepreneur allant de l’idée du projet jusqu’à sa concrétisation et son développement.

Cet appui englobe une variété de mesures d’actions d’incitation, de formation, de prêts garantis, de financement, de conseil, de formation, d’accompagnement et toute autre aide offerts aux entrepreneurs et aux porteurs de projets où les pouvoirs publics demeurent l’acteur principal dans l’organisation, la coordination et la mise en place de ces différents mécanismes d’appui.

Le message important ici, est que l’entrepreneuriat peut se développer chez les personnes en autant que l’environnement soit facilitateur et valorisant pour les entrepreneurs. Dans cette perspective, nous examinerons l’environnement entrepreneuriat en Algérie dans le chapitre suivant.

1. CAPRON H.; *Entrepreneuriat et Création d’Entreprise* ; édition Boek University, Bruxelles, 2009, page 39. [↑](#footnote-ref-2)
2. FAYOLLE A., FILION JL., *devenir entrepreneur : des enjeux aux outils*, édition Pearson Education France, Paris, 2006, page 20. [↑](#footnote-ref-3)
3. VERSTREATE T., *Le phénomène entrepreneurial*, Revue de l’Entrepreneuriat, vol 1, n°1, Lille, 2001, pages 5 [↑](#footnote-ref-4)
4. VERSTRAETE T., op.cit, 2000, page12. [↑](#footnote-ref-5)
5. HAMMOUDA, N.; LASSASSI, M., *Essai sur le Potentiel Entrepreneurial en Algérie*, 14ème conférence sur les Institutions et le Développement Economique, Caire, 28-30 Décembre 2007, page 3. [↑](#footnote-ref-6)
6. FILION L.J, *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances*, Revue Internationale P.M.E., vol. 10, n° 2, p. 129-172. Trois-Rivières (Québec), 1997, page 156. [↑](#footnote-ref-7)
7. SCOTT M.G, "*Entreprendre est universel", anges ou démons*?, in : BIRLEY S. et MUZYKA D., L'art d'entreprendre, p. 193-195, édition Village Mondial, Paris, 1998,. [↑](#footnote-ref-8)
8. TOUNES A., *l’intention entrepreneurial : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS*, thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, France, 2003, page 28. [↑](#footnote-ref-9)
9. Idem. [↑](#footnote-ref-10)
10. VERSTREATE T., FAYOLLE A., *Paradigme et Entrepreneuriat*, Revue de l’Entrepreneuriat, Vol 4, n°1, pages 33-52, Lille, 2005, page 45. [↑](#footnote-ref-11)
11. Idem. [↑](#footnote-ref-12)
12. FAYOLLE A., *Introduction à l’Entrepreneuriat*, édition Dunod, Paris, 2005, page 29. [↑](#footnote-ref-13)
13. Idem. [↑](#footnote-ref-14)
14. VERSTREATE T., FAYOLLE A., op.cit, 2005, page 42. [↑](#footnote-ref-15)
15. DRUCKER P.F., *innovation & entrepreneurship*, Edition Perennial library, New York, 1985, page 19. [↑](#footnote-ref-16)
16. Selon cet auteur les sources d’innovation sont : l’inattendu, incongruités, un besoin, les structures des marchés et l’industrie, la démographie, changements de perception, un nouveau savoir, une idée brillante. [↑](#footnote-ref-17)
17. [http://www.dakotafoundation.org/entrepreneurship.htm consulté le 23/01/12](http://www.dakotafoundation.org/entrepreneurship.htm%20consult%C3%A9%20le%2023/01/12) à 14h00. [↑](#footnote-ref-18)
18. VERSTREATE T.,  SAPORTA B., *Création d’entreprise et Entrepreneuriat*, éditions ADREG, Paris, 2006, page 77. [↑](#footnote-ref-19)
19. FAYOLLE A., FILION JL., op.cit, 2006, page 21 [↑](#footnote-ref-20)
20. GASSE Y., *L’influence du milieu dans la création d’entreprises*, revue d’Organisations et territoires, pages 49-56, Université Laval, Québec, Printemps-Été 2003 page 49. [↑](#footnote-ref-21)
21. AIT ZIANE K., AIT ZIANE H., *Territoire et entrepreneur innovateurs: Cas de l’Algérie*, Colloque International : « Création d’entreprises et territoires », centre universitaires de Tamanrasset, 03 et 04 Décembre 2006, Page 14. [↑](#footnote-ref-22)
22. TOUNES A., *évolution de la recherche dans le champ de l’entrepreneuriat*, Revue Algérienne de Management, Publication de l’INPED, Numéro 1, Alger, Janvier 2007, pages 78-91. [↑](#footnote-ref-23)
23. LEGHIMA, A., MEGUELTI, S., *Le profil de l’entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées*, Colloque International : « Création d’entreprises et territoires », centre universitaire Tamanrasset, 03 et 04 Décembre 2006, page3. [↑](#footnote-ref-24)
24. FAYOLLE A., op.cit, 2005, page 17. [↑](#footnote-ref-25)
25. Idem. [↑](#footnote-ref-26)
26. FAYOLLE A., op.cit, 2005, page 11. [↑](#footnote-ref-27)
27. Par exemple certains construits comme le besoin d’accomplissement ne sont pas spécifiques qu’aux entrepreneurs mais sont présents dans d’autres professions et les individus intervenus sont déjà dans la situation ex-post c'est-à-dire ils sont déjà des créateurs et des entrepreneurs. [↑](#footnote-ref-28)
28. FAYOLLE A., op.cit, 2005, page 12. [↑](#footnote-ref-29)
29. Ibidem, page 14. [↑](#footnote-ref-30)
30. Idem. [↑](#footnote-ref-31)
31. VERSTREATE T.,  Saporta B., op.cit, 2006, page 95. [↑](#footnote-ref-32)
32. TOUNES A., thèse de doctorat en sciences de gestion, op.cit, 2003, page 35. [↑](#footnote-ref-33)
33. MOREAU R., L’émergence organisationnelle : Le cas des Entreprises de Nouvelle Technologie, thèse de doctorat en sociologie, université de Nantes, France, 2004, page 75. [↑](#footnote-ref-34)
34. Idem. [↑](#footnote-ref-35)
35. GASSE Y, op.cit, 2003. [↑](#footnote-ref-36)
36. TOUNES A., thèse de doctorat en sciences de gestion, op.cit, 2003, page 38. [↑](#footnote-ref-37)
37. Idem, page 42. [↑](#footnote-ref-38)
38. TOUNES A., *l’Intention Entrepreneuriale : Théories et Modèles* in ZGHAL R., *l’Entrepreneuriat : Théories, Acteurs, Pratiques*, éditions SANABIL Med SA, Tunis, 2007, pages 73-95. [↑](#footnote-ref-39)
39. FAYOLLE A., FILION JL., op.cit, 2006, page 54. [↑](#footnote-ref-40)
40. Idem, page 57. [↑](#footnote-ref-41)
41. DESCHAMPS B., *le processus de reprise d’entreprise par les entrepreneurs personnes physiques*, Thèse de Doctorat en sciences de gestion, Université Grenoble II, France, 2000, Page 19. [↑](#footnote-ref-42)
42. DAVAL, H., DESCHAMPS, B., GEINDER, S., *Proposition d’une grille de lecture des typologies d’entrepreneurs* in Entrepreneuriat et Enseignement : rôles des institutions de formation, programmes, méthodes et outils, 1er congrès de l’Académie de l’Entrepreneuriat, Lille, Novembre 1999, page 126. [↑](#footnote-ref-43)
43. TOUNES A., FAYOLLE A., *l'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur*, La Revue des Sciences de Gestion, p. 17-30, n°220-221, Vol. 4, Paris, 2006, page 4. [↑](#footnote-ref-44)
44. LEGHIMA A., MEGUELTI S., op.cit. [↑](#footnote-ref-45)
45. Idem [↑](#footnote-ref-46)
46. Résumée à partir de VERSTREATE, T.; *histoire d’entreprendre : les réalités de l’entrepreneuriat*, édition EMS, Cormelles-le-Royal, 2000, page 67-73. [↑](#footnote-ref-47)
47. TOUNES A, FAYOLLE A, op.cit, page.6. [↑](#footnote-ref-48)
48. Ibidem, page 9. [↑](#footnote-ref-49)
49. LEGHIMA A., MEGUELTI S., op.cit, page 4. [↑](#footnote-ref-50)
50. QUILES J.J., *Schumpeter et l’évolution économique : circuit, entrepreneur, capitalisme* ; édition Armand Colin, Paris, 2005, page 53- 56. [↑](#footnote-ref-51)
51. LEGHIMA A., MEGUELTI S., op.cit, page 6. [↑](#footnote-ref-52)
52. TOUNES A., thèse de Doctorat, op.cit, 2003, page 41. [↑](#footnote-ref-53)
53. Ibidem, page 45. [↑](#footnote-ref-54)
54. BAYAD M.; BOUGHATTAS Y.; SCHMITT C., *Le métier de l’entrepreneur : le processus d’acquisition de compétences*, 8er congrès international en Entrepreneuriat et PME, Fribourg, Suisse, Octobre 2006, page 5. [↑](#footnote-ref-55)
55. Idem, Page8. [↑](#footnote-ref-56)
56. HERNANDEZ E .M., *l’Entrepreneuriat : Approche Théorique*, édition l’Harmattan, Paris, 2001, page 64. [↑](#footnote-ref-57)
57. Idem. [↑](#footnote-ref-58)
58. BARES F.; CHELLY A.; LEVY-TADJINE T., *La création et le développement d’opportunités : Vers une relecture du rôle de l’accompagnement en entrepreneuriat*, 4èmecolloque « Métamorphose des Organisations » : Logiques de création, Nancy, 21-22 Octobre 2004, page 8. [↑](#footnote-ref-59)
59. BAYAD M., BOUGHATTAS Y.; SCHMITT C., op.cit, page 3. [↑](#footnote-ref-60)
60. Idem, page 5. [↑](#footnote-ref-61)
61. LAVIOLETTE E. M.; LOUE C., *Les compétences entrepreneuriales en incubateurs*, 5ème Congrès International de l’Académie de l’Entrepreneuriat, université de Sherbrooke, Québec, 4 et 5 octobre 2007, page 9. [↑](#footnote-ref-62)
62. CHAKIR A., *Pédagogie Entrepreneuriale : un levier pour le développement des compétences entrepreneuriales*, Rapport pour l’équipe de recherche en entrepreneuriat et de PME (EREPME), Maroc, 2006, page 32. [↑](#footnote-ref-63)
63. FABERS P., *Les Motivations du chercheur entreprenant* in VERSTREATE T., la création d’entreprise par les chercheurs publics, Rapport pour le centre national de la recherche scientifique, France, Janvier 2003, page 233. [↑](#footnote-ref-64)
64. BACCARI E.; *Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens*, 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Fribourg, Suisse, Octobre 2006, Page 6. [↑](#footnote-ref-65)
65. Idem, page 8. [↑](#footnote-ref-66)
66. NKAKLEU, R. & ONGODO, M.F.; *Influence des structures d’accompagnement sur les pratiques de gestion de 250 PME/PE camerounaises en phase de démarrage,* Colloque International sur la Vulnérabilité des TPE/PME dans un environnement mondialisé, 27 au 29 Mai, Québec, 2009, page 4. [↑](#footnote-ref-67)
67. BRUYAT C., *Création d’entreprises : contribution épistémologiques et modélisation*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Grenoble II, France, 1993, page 110. [↑](#footnote-ref-68)
68. Rapport de l’OCDE, *Encourager les jeunes à entreprendre*, Paris, 2001. [↑](#footnote-ref-69)
69. LAMBERT O., *l'appui à l'entrepreneuriat et l'intermédiation locale dans le développement territorial: le cas de la zone du canal de Lachine*, thèse de doctorat en études urbaines, université du QUEBEC, 2007, page 32. [↑](#footnote-ref-70)
70. MAGNAN O., *les règles d’or pour réussir le financement de votre entreprise*, édition Dunod, Paris, 2011, page 32. [↑](#footnote-ref-71)
71. On désigne par “ creux bancaire ” l’absence d’offre de crédits bancaires touchant certaines catégories de population ou certains territoires [↑](#footnote-ref-72)
72. Les fonds de garantie sont des fonds mobilisés en cas de non-paiement de l’emprunteur afin de rembourser intégralement ou en partie l’échéance impayée. [↑](#footnote-ref-73)
73. APCE, *Financer votre création d’entreprise*, Edition d’organisation, Paris, 2007, page 120. [↑](#footnote-ref-74)
74. REDIS J., PARÉ J-L., *l’émergence du champ de la finance entrepreneuriale : état des lieux et perspectives*, 6ième congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat intitulé : Entreprendre et innover dans une économie de la connaissance, Sophia Antipolis, 19-20 et 21 novembre 2009, page 26. [↑](#footnote-ref-75)
75. DJAFAL, S., *La micro-finance entre le marché et la solidarité. Exemple de l’Afrique de l’Ouest*, Éditions des archives contemporaines, Paris, 2007. [↑](#footnote-ref-76)
76. Qui a eu en 2006 le prix Nobel de la paix [↑](#footnote-ref-77)
77. RAVONJIARISON C.G. , *Microcrédit et entrepreneuriat dans un contexte de survie Le cas des Agriculteurs malgaches*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Novembre 2006, Université d’Antananarivo, page 56. [↑](#footnote-ref-78)
78. ##  FAYOLLE A., BERTRAND, *des réflexions et des axes stratégiques pour développer l’enseignement de l’entrepreneuriat*, revue Gestion 2000, Vol 17, N°2, Bruxelles, 2000, P 134.

 [↑](#footnote-ref-79)
79. BRUSH et al., *Doctoral Education in the field of entrepreneurship*, Journal of Management, p. 309-331, vol. 29, n° 3, 2003. [↑](#footnote-ref-80)
80. FAYOLLE A., FILION J., op.cit, 2006, Page 228 [↑](#footnote-ref-81)
81. FAYOLLE A., BERTRAND, op.cit, 2000. [↑](#footnote-ref-82)
82. **SAPORTA B., VERSTRAETE, T., *réflexion sur l’enseignement de l’entrepreneuriat dans les composantes en sciences de Gestion*,** revue Gestion 2000, Vol 17, N°3, Bruxelles, Mai - Juin, 2000, page 108. [↑](#footnote-ref-83)
83. GAUJARD C, *faire émerger des idées innovantes et former a l’innovation en école d’ingénieurs*, 6ième congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Entreprendre et innover dans une économie de la connaissance, Sophia Antipolis, 19-20 et 21 novembre 2009, page 2. [↑](#footnote-ref-84)
84. ##  ZHGAL R., FAYOLLE A., *de nouvelles pistes pour l’action, la recherche et l’enseignement*, revue Gestion 2000, Vol 21, N°2, Bruxelles, 2004, page 19.

 [↑](#footnote-ref-85)
85. #  TOUNES A., *Un cadre d’analyse de l’enseignement de l’entrepreneuriat en France*, Archives de l'Agence universitaire de la Francophonie, N° 03-69, IAE - CREGO - Centre de Recherche et d’Etudes en Gestion des Organisations, Paris, 2003, page 9.

 [↑](#footnote-ref-86)
86. ISELIN, F., BRUHAT, T., *Accompagner le créateur : La nouvelle donne de l’entreprise innovante, Les guides du créateur d’entreprise*, édition Chiron, Vineuil, France, 2003, page 92. [↑](#footnote-ref-87)
87. CUZIN, R. et FAYOLLE, A.; *Quel appui à la création d’entreprises* ?, l’Expansion Management Review, Mars, Paris, 2006, P. 91. [↑](#footnote-ref-88)
88. FERRATON C., VALLAT D., *Economie sociale et solidaire et création d’activité en Rhône-Alpes : Financement et accompagnement de projets*, rapport de synthèse à la DIESES MIRE, Centre Walras, Paris, 2003, P. 73. [↑](#footnote-ref-89)
89. BEN MAHMOUD-JOUINI S., *et al.*, *La recherche-accompagnement : entre accompagnement et recherche-intervention*, *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 9, P. 56-75, Lille, 2010, P. 50. [↑](#footnote-ref-90)
90. NKUBITO J-B., *une pépinière d'entrepreneurs pour le développement industriel du Rwanda*, mémoire de la maitrise en gestion des PMO, Université du Québec, JUIN 1990, P. 55. [↑](#footnote-ref-91)
91. ST-JEAN E., EL AGY M*., La motivation à être bénévole des mentors : un effet auprès des entrepreneurs accompagnés*, in Regards croisés sur les pratiques d’accompagnement entrepreneurial : 2ème rencontre entre acteurs des réseaux d’accompagnement et chercheurs, 19 janvier 2012, Montpellier, page 365. [↑](#footnote-ref-92)
92. PERSSON S., BAYAD M., *L'accompagnement des porteurs de projets par le coaching entrepreneurial*, Revue internationale de Psychosociologie, N° 31, Vol. XIII, pages 147-168, édition ESKA, Paris, 2007, P. 159. [↑](#footnote-ref-93)
93. JOSEE S. P., *La gestion des risques : une pratique de gestion de plus en plus nécessaire pour protéger sa compétitivité* in SCHMITT C., regards sur l’évolution des pratiques entrepreneuriales, édition Presses de l’Université de Québec, 2008, page 234. [↑](#footnote-ref-94)
94. BAYAD M. *et al.*, *Entrepreneuriat et TPE : la problématique de l'accompagnement*, revue de Management et Avenir, N° 40, pages 116-140, édition Management Prospective Editions, Cormelle-Le-Royal, 2010, P. 134. [↑](#footnote-ref-95)
95. MASMOUDI M. R., *Etude exploratoire des processus et des modèles d’incubation en entrepreneuriat : Cas des pépinières tunisiennes*, Thèse de Doctorat en Science de Gestion, Université du Sud Toulan-Var, Toulan, 2007, page 72. [↑](#footnote-ref-96)
96. Ibidem, page 73. [↑](#footnote-ref-97)
97. PIRNAY F., SURLEMONT B., NLEMVO F., *la valorisation économique des recherches universitaires par création d’entreprises (spin-offs): définition et problématiques*, 9ème conférence internationale de management stratégique sous le thème "perspectives en management stratégique ", AIMS 2000, Montpellier, 24-25-26 Mai 2000, Page 9. [↑](#footnote-ref-98)
98. MESSEGHEM, K., SAMMUT, S., l’entrepreneuriat, édition EMS, Cormelles-le-Royal, 2011, page 120 [↑](#footnote-ref-99)
99. MASMOUDI M. R., Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, op.cit, page 65. [↑](#footnote-ref-100)
100. Idem [↑](#footnote-ref-101)
101. Ibidem, page 54. [↑](#footnote-ref-102)
102. TREMBLAY M., *L’identification collective d’opportunité* in SCHMITT C., op.cit, page 161. [↑](#footnote-ref-103)
103. Schumitt C. op.cit, 2008, page 166. [↑](#footnote-ref-104)
104. TREMBLAY M., op.cit, 2008, page 161. [↑](#footnote-ref-105)
105. SCHMITT C., BOURGUIBA M., *aider l’entrepreneur à concevoir une vision*, in SCHMITT C., op.cit, page 176. [↑](#footnote-ref-106)
106. JOSEE S P., op.cit, page 212. [↑](#footnote-ref-107)
107. LEGER-JARNIO C., *étude de marché : comment la réussir pour construire son business model*, édition Dunos, Paris, 2011, page 38. [↑](#footnote-ref-108)
108. BAYAD, M. & UK, N., *La communauté de pratique comme un outil d’accompagnement en entrepreneuriat*, in SCHMITT C., op.cit, page 48. [↑](#footnote-ref-109)
109. LEGER-JARNIOU C., *Accompagnement des créateurs d'entreprise : regard critique et propositions*, revue marché et organisations, pages 73-97, N° 6, V° 1, L'Harmattan, Paris, 2008, page 91. [↑](#footnote-ref-110)