

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE**

**ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE
KOLEA**

**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de Master en
Sciences de Gestion**

Option : CONTRÔLE DE GESTION

Thème :

**Le rôle de l'incubateur dans l'accompagnement
entrepreneurial des porteurs de projets et start-ups
Cas : l'incubateur « Technobridge de Sidi-Abdellah,
Alger »**

Élaboré par :

Mr. MOUILAH Ali

Mlle. BOUHADJ Lila

Encadré par :

Mme. BERREZIGA Amina

Lieu de stage : L'incubateur Technobridge de Sidi-Abdellah

Période de stage : du 24/02/2018 au 24/05/2018

Promotion

Juin 2018

Dédicaces

Au nom d'Allah et la paix au NABYAI Allah je dédie ce modeste travail,

Mes très chers parents Miloud et Kheira.

Qui ont sacrifié toute leur vie pour devenir ce que je suis aujourd'hui, qui m'ont toujours soutenus et guidés dans les moments difficiles et à qui je leur dois ma réussite ;

À mes très chers frères

Hamza, Omar, Aboubaker et Othmane, Source de ma fierté, secret de ma force, qui n'ont cessé d'être pour moi des exemples de persévérance, de courage et de générosité ;

À mes belles sœurs,

Fadila, Amina, et ma future belle-sœur Noria

Ainsi, à mes neveux et mes nièces,

Yahia, Lina, Mohammed faycel, kheira Israe et Sarra ;

À mon binôme Lila,

Pour sa patience, sa sincérité et son intelligence, et à toute sa famille.

À mes chers amis,

Ifyes, Wail, Yacine, Amine, Ahmed, Imade ... et tous ceux qui me sont chers et que j'ai omis de citer ;

Mouilah Ali

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail,

A mes très chers parents,

Qui ont œuvré pour ma réussite, par leur amour, leur soutien, leur encouragement, toutes leurs sacrifices consenties. Recevez à travers ce modeste travail l'expression de mon éternelle gratitude ;

A mes très chers frères et sœurs,

Sofiane, Angel, Bizet, Kahina, Hocine, Ghiles, Messaad, Sara et Hamou,

Qui m'ont soutenu et sont toujours à mes côtés.

A toute ma grande famille,

De mes grands-parents au nouveau-né SAMI,

Ainsi, à mon oncle et ma grand-mère,

Que dieu les accueille dans son vaste paradis ;

A mon binôme Ali,

Pour sa compréhension et son agréable compagnie et à toute sa famille.

A mes chères copines,

Karima, Warda, Ryma, Tina, Kenza, Meriem pour leurs soutiens et les bons moments qu'on a vécu ensemble.

A tous mes ami(e)s et copines,

De primaire, collège, et lycée ;

A tous mes ami(e)s,

De groupe de contrôle de gestion, et tous ceux de l'ESC ;

Et enfin une spéciale dédicace à tous les professeurs de l'EPSECG d'Oran, et ceux de l'ESC.

Bouhadj Lila

Remerciements :

Tout d'abord, nous tenons à remercier Dieu tout puissant de nous avoir accordé la santé et le courage afin d'accomplir ce modeste travail.

Nous tenons à exprimer en premier lieu toute notre reconnaissance et nos sincères remerciements à madame **BERZIGA Amina**, notre encadreur, qui nous a aidés, et orientés au cours de la réalisation de cette recherche.

Nos remerciements s'adressent en deuxième lieu au directeur de l'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques, **Mr BENSAOULA Abdelhakim** qui nous a donnés la chance d'intégrer l'incubateur comme stagiaires ainsi tous les dirigeants qui ont contribué par leur soutien à mener cette étude, surtout madame **KNATEF Wassila**, la directrice de l'incubateur, et monsieur **BELMIR Nabil** et **BRAHIMI Mohamed** qui nous ont orientés durant ce stage, sans oublier madame **AISSOU**, ainsi tous les membres de l'administration et les incubés qui ont contribué à la réalisation de notre étude.

Enfin, nous voudrions adresser nos remerciements à nos proches et nos amis ainsi à l'entreprise **E.T.O.M**, qui nous ont apportés un soutien moral et physique tout au long de notre démarche et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'accomplissement de ce travail de recherche.

SOMMAIRE

<u>Sommaire des contenus</u>	<u>Page</u>
Dédicaces	-
Remerciement	-
Sommaire	-
Liste des tableaux	-
Liste des figures	-
Liste des abréviations	-
Résumé	-
INTRODUCTION GENERALE	A
CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT	1
INTRODUCTION AU CHAPITRE I	1
Section 1 : Le concept de l'entrepreneuriat	2
1.1. L'évolution historique du concept entrepreneuriat	2
1.2. Définitions du concept « entrepreneuriat »	3
1.3. Diversité des situations entrepreneuriales	6
1.3.1. Création d'entreprises	6
<i>1.3.1.1. Création ex nihilo</i>	6
<i>1.3.1.2. Création par essaimage</i>	7
<i>1.3.1.3. Création en franchise</i>	7
<i>1.3.1.4. Création de filiales</i>	7
<i>1.3.1.5. Création d'activité nouvelle</i>	7
1.3.2. Reprise d'entreprise	7
<i>1.3.2.1. La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé</i>	8
<i>1.3.2.2. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté</i>	8
1.3.3. Intrapreneuriat	8
1.3.4. L'externalisation	8
1.4. Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat	9
1.4.1. Les paradigmes de l'entrepreneuriat	9
<i>1.4.1.1. Exposition des paradigmes</i>	9
a) Le paradigme d'opportunité d'affaires	9
b) Le paradigme de création d'organisation	10

c) Paradigme d'innovation	11
d) Paradigme de création de valeur	12
<i>1.4.1.2. les liens entre les quatre paradigmes</i>	13
1.4.2. Les formes d'entrepreneuriat	14
<i>1.4.2.1 L'entrepreneuriat collectif</i>	14
<i>1.4.2.2 L'entrepreneuriat solidaire</i>	14
<i>1.4.2.3 L'entrepreneuriat féminin</i>	15
<i>1.4.2.4 L'entrepreneuriat immigré</i>	15
Section 2 : L'entrepreneur comme acteur principal	16
2.1.Définition de l'entrepreneur	16
2.2.Les motivations de l'entrepreneur	17
2.2.1 Les motivations d'ordre personnel (psychologique)	17
<i>2.1.1.1. Le besoin d'accomplissement</i>	18
<i>2.1.1.2. L'indépendance personnelle</i>	18
<i>2.1.1.3. La prise de risque</i>	18
<i>2.1.1.4. La créativité et l'innovation</i>	18
2.2.2 Les motivations d'ordre financier	18
<i>2.2.2.1. L'alternative au chômage</i>	19
<i>2.2.2.2. Les incitants financiers</i>	19
2.2.3 Les motivations d'ordre social et culturel (socioculturel)	19
<i>2.2.3.1. Les motivations familiales :</i>	19
<i>2.2.3.2. Le territoire</i>	20
2.3.Caractéristique de l'entrepreneur	20
2.3.1 L'entrepreneur est un innovateur	20
2.3.2 L'entrepreneur est un organisateur	20
2.3.3 L'entrepreneur est un preneur de risque	21
2.3.4 L'entrepreneur est un coordinateur	21
2.4.Typologie d'entrepreneur	22
Section 3 : La création d'entreprises comme acte fondamental de l'entrepreneuriat	26
3.1 Les étapes de processus de création d'entreprises	26
3.1.1 Première phase : Initiation	26
3.1.2 Deuxième phase : Conception et préparation de passage à l'acte	27

3.1.3 Troisième phase : Démarrage	28
3.1.4 Dernière phase : Consolidation	29
3.2 Les facteurs clés de succès	29
3.2.1 Les facteurs clés de succès liés à l'entrepreneur	29
3.2.2 Les facteurs clés de succès liés à l'environnement	30
3.2.3 Les facteurs clés du succès liés aux ressources	30
3.2.4 Les facteurs clés du succès liés à l'organisation	30
3.3 Les freins de la création d'entreprises	31
3.3.1 Les freins avant le passage à l'acte de création	31
3.3.1.1 <i>Les freins personnels</i>	31
3.3.1.2 <i>Les freins environnementaux</i>	33
3.3.2 Les freins lors de passage à l'acte de création	33
3.3.2.1 <i>Les freins liés au processus de conception de l'idée</i>	33
3.3.2.2 <i>Les freins liés à la phase de projet d'entreprise</i>	34
3.3.2.3 <i>Les freins au lancement de l'entreprise</i>	34
3.4 L'impact de l'entrepreneuriat	36
3.4.1 L'emploi	36
3.4.2 La croissance	36
3.4.3 Innovation	36
3.4.4 Utilité personnelle	36
CONCLUSION DU CHAPITRE I	37
CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES.	38
INTRODUCTION AU CHAPITRE II	38
Section 1 : Généralités sur l'accompagnement entrepreneurial et l'incubation	39
1.1. Généralités sur l'accompagnement entrepreneurial	39
1.1.1. Définitions de l'accompagnement entrepreneurial	39
1.1.2. Objectifs de l'accompagnement entrepreneurial	40
1.1.3. Les formes d'accompagnement	40
1.1.3.1 <i>L'accompagnement financier :</i>	41
1.1.3.2 <i>L'accompagnement logistique</i>	41
1.1.3.3 <i>L'accompagnement en conseil et formation</i>	41

1.2. Coaching, comme forme importante d'accompagnement entrepreneurial	42
1.2.1. Définition du coaching	42
1.2.2. Les différentes formes de coaching	42
<i>1.2.2.1. Le coaching individuel</i>	42
<i>1.2.2.2. Le coaching d'équipe</i>	42
<i>1.2.2.3. Le coaching collectif</i>	42
1.2.3. Définition du coaching entrepreneurial	43
<i>1.2.3.1 Phase initiale</i>	43
<i>1.2.3.2 Phase d'élaboration du plan d'action</i>	43
<i>1.2.3.3 Phase de mise en place</i>	43
1.2.4. Les facteurs de succès du coaching entrepreneurial	43
1.3. La structure d'accompagnement	44
1.3.1. Définition de la structure d'accompagnement	44
1.3.2. Généralités sur l'incubateur	44
<i>1.3.2.1 Le concept d'incubateur</i>	44
<i>1.3.2.2. L'évolution de l'incubateur</i>	45
<i>1.3.2.3 Définitions de l'incubateur</i>	45
<i>1.3.2.4 La différence entre l'incubateur et la pépinière d'entreprise</i>	47
<i>1.3.2.5 Les missions des incubateurs</i>	47
a) Hébergement physique des porteurs de projets :	48
b) Créer et gérer un réseau de partenariat	48
c) La formation des porteurs de projet	48
d) L'accompagnement dans l'élaboration des projets d'entreprise	48
<i>1.3.2.6 Les objectifs de l'incubateur</i>	49
Section 2 : Les modèles des incubateurs et processus de l'incubation	50
2.1 Les modèles d'incubateurs	50
2.1.1 Les différents types et modèles d'incubateurs	50
<i>2.1.1.1 Les incubateurs de développement économique et local</i>	50
<i>2.1.1.2 Les incubateurs académiques et scientifiques</i>	51
<i>2.1.1.3 Les incubateurs d'entreprises (Corporate)</i>	52
<i>2.1.1.4 Les incubateurs d'investisseurs privés</i>	52
2.1.2 La distinction entre les types d'incubateurs	53
2.1.3 Les caractéristiques de différents modèles d'incubateurs	54

2.2 Le processus de l'incubation	54
2.2.1 Définition et présentation de processus de l'incubation	54
2.2.2 Les phases de processus d'incubation	55
2.2.2.1 <i>La phase de pré incubation</i>	56
2.2.2.2 <i>La phase d'incubation</i>	59
2.2.2.3 <i>La phase de post incubation</i>	60
Section 3 : Le rôle de l'incubateur dans la performance de projet entrepreneurial	61
3.1 Les facteurs déterminants de processus de création d'entreprises	61
3.1.1 La composante stratégique	61
3.1.1.1 <i>Le projet</i>	61
3.1.1.2 <i>L'environnement</i>	61
3.1.1.3 <i>Les ressources</i>	62
3.1.2 La composante psychologique	62
3.2 Le modèle des 3E	62
3.3 Le rôle de la structure d'incubation pour l'acte entrepreneurial	63
3.3.1 Le rôle de la structure en phase de pré incubation	64
3.3.2 Le rôle de la structure en phase de l'incubation	65
3.3.3 Le rôle de la structure en phase de post incubation	66
3.4 L'évaluation de l'efficacité des structures d'appui	67
3.4.1 En phase de pré incubation	67
3.4.2 En phase d'incubation	67
3.4.3 En phase de post incubation	68
3.5 Impact des incubateurs sur l'économie	69
CONCLUSION DU CHAPITRE II	70
CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH	71
INTRODUCTION AU CHAPITRE III	71
Section 1 : Présentation de l'organisme	72
1.1.Présentation de l'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques (A.N.P.T) :	72
1.1.1. Création de l'A.N.P.T :	72
1.1.2. Missions et objectifs de l'A.N.P.T	72

1.1.3. Les objectifs de l'A.N.P.T	73
1.1.4. Rôle des promoteurs des parcs Technologiques	73
<i>1.1.4.1. Le développement des trois éléments critiques suivants</i>	73
<i>1.1.4.2. Le développement massif de l'entrepreneuriat</i>	74
1.1.5. L'innovation cherchée par A.N.P.T	74
1.1.6. Organisation de l'A.N.P.T	75
1.2. Présentation du cyber parc	75
1.2.1. Description de cyber parc de Sidi Abdellah	75
1.2.2. Les objectifs du cyber parc	76
1.2.3. Le plan de développement du cyber parc	76
1.2.4. La proposition de valeur du cyber parc	77
<i>1.2.4.1. Environnement de travail agréable</i>	77
<i>1.2.4.2. Infrastructure physique de qualité</i>	77
<i>1.2.4.3. Facteurs de facilité des affaires</i>	79
1.3. Présentation de l'incubateur de « Sidi Abdellah »	80
1.3.1. Le rôle et l'offre de l'incubateur de Sidi Abdallah	80
1.3.2. Les principales fonctions de l'incubateur de Sidi Abdallah	81
1.3.3. Domaine d'intervention de l'incubateur de Sidi Abdallah	81
<i>1.3.3.1. L'incubation pour les porteurs de projets</i>	81
<i>1.3.3.2. L'hébergement et le développement de start-up</i>	81
1.3.4. Les missions de l'incubateur	81
<i>1.3.4.1. L'accueil et l'hébergement</i>	82
<i>1.3.4.2. L'accompagnement</i>	82
<i>1.3.4.3. Une équipe de pilotage</i>	82
<i>1.3.4.4. La formation</i>	82
<i>1.3.4.5. Le financement</i>	83
1.3.5. Les partenaires de l'incubateur	83
<i>1.3.5.1. Partenaires de recherches et d'enseignement</i>	84
<i>1.3.5.2. Partenaires financiers</i>	84
<i>1.3.5.3. Partenaires d'innovation</i>	84
<i>1.3.5.4. Partenaires d'expertise</i>	84
<i>1.3.5.5. Autres partenaires</i>	85
1.3.6. Analyse SWOT de l'incubateur Technobridge	85

Section 2 : Le processus de l'incubation au sein de l'incubateur de Sidi-Abdellah	86
2.1 Le processus de l'incubation	86
2.1.1 L'appel à projet et accès à l'espace coworking	86
2.1.1.1 <i>La fiche projet</i>	86
2.1.1.2 <i>Le comité de pilotage</i>	87
2.1.2 Les phases d'incubation	89
2.1.2.1 <i>Phase de coworking</i>	89
2.1.2.2 <i>Phase d'incubation</i>	92
2.1.2.3 <i>Phase de post-incubation</i>	94
2.2. Analyse des indices relatifs à l'incubation	96
2.2.1. Évolution de l'indice de création de start-ups	96
2.2.2. Évolution de l'indice d'abandon	96
2.2.3. Évolution de l'indice passage de start-ups du volet incubation au volet pépinière	97
Section 3 : le rôle de l'incubateur dans l'accompagnement des projets	98
3.1 Méthodologie de recherche	98
3.1.1 L'objectif de l'étude	98
3.1.2 L'échantillon de l'enquête	98
3.1.3 Les limites de la recherche	99
3.1.4 Les hypothèses	99
3.1.5 La collecte des données	99
3.1.6 L'instrument de mesure	100
3.1.7 L'outil de traitement utilisé	101
3.2 Analyse statistique des réponses obtenues	101
3.2.1 Caractéristiques de l'échantillon	101
3.2.1.1 <i>Le sexe</i>	102
3.2.1.2 <i>Âge et niveau d'instruction</i>	102
3.2.1.3 <i>Expérience professionnelle</i>	102
3.2.2 Le choix de l'incubateur par l'accompagnement	103
3.2.2.1 <i>Les raisons de choix de l'accompagnement par l'incubateur</i>	103
3.2.2.2 <i>Les besoins des porteurs de projets</i>	104
3.2.3 L'accompagnement de l'incubateur	105
3.2.3.1 <i>L'accompagnement de l'incubateur durant les trois phases</i>	105

3.2.3.2 <i>Les formations</i>	107
3.2.3.3 <i>Le coaching</i>	107
3.2.3.4 <i>Le rôle de l'accompagnement de l'incubateur</i>	108
3.2.4 Le rôle de l'accompagnement par l'incubateur dans la cohérence de projet entrepreneurial	110
3.2.5 L'efficacité de l'accompagnement de l'incubateur et la satisfaction des incubés	110
3.3 Synthèse des résultats obtenus	112
3.3.1 Caractéristiques personnelles des porteurs de projets	112
3.3.2 Le choix de l'incubateur comme structure d'accompagnement	112
3.3.3 L'accompagnement de l'incubateur	112
3.3.4 Le rôle de l'accompagnement de l'incubateur de Sidi Abdellah	113
3.3.5 L'efficacité de la structure d'incubation et la satisfaction des incubés	113
CONCLUSION DU CHAPITRE III	114
CONCLUSION GÉNÉRALE	115
Bibliographie	-
ANNEXES	-

LISTE DES TABLEAUX

N°	Le Nom du tableau	N° page
1	Les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée	16
2	Les caractéristiques des différents types d'incubateurs	54
3	les incitations fiscales adaptées aux acteurs TIC	79
4	L'offre de l'incubateur	80
5	La matrice SWOT	85
6	Résultat de dernière présélection des porteurs de projets	88
7	Les dossiers des startups traités par comité de pilotage	89
8	L'initiation entrepreneuriale et ses fréquences au sein de l'incubateur	90
9	Le coaching personnalisé et ses fréquences au sein de l'incubateur	91
10	Les ateliers programmés dans la phase pré incubation	91
11	Résumé des derniers CSS organisés au niveau de l'incubateur	93
12	Age et niveau d'instruction de l'échantillon	102
13	Expérience professionnelle dans le domaine d'entrepreneuriat de l'échantillon	103

LISTE DES FIGURES

N°	Le nom de figure	N° page
1	Évolution de concept entrepreneuriat et entrepreneur à partir de 1975	3
2	Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et leurs liens	13
3	Caractéristiques les plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement	21
4	La nébuleuse de l'accompagnement	40
5	Différenciation de types d'incubateurs	53
6	Les deux conceptions de processus d'incubation	55
7	Modèle conceptuel du processus d'incubation au sens large	56
8	Le modèle des 3 E de Paturel	62
9	les projets à aider et ceux à éviter pour l'incubateur	64
10	La dynamique du processus d'incubation	66
11	l'innovation cherchée par A.N.P.T	74
12	Organigramme de l'A.N.P.T	75
13	Le développement du cyber parc	76
14	Les niveaux de proposition de valeur du cyber parc	77
15	Les partenaires de l'incubateur Technobridge	84
16	Le processus de sélection et d'évaluation	87
17	Le processus de présélection	88
18	Schéma résumant la phase de pré incubation	89
19	Schéma résumant la phase de l'incubation	92
20	Quelques thématiques des ateliers organisés pour les incubés	93
21	Schéma résumant la phase de post incubation	94
22	Les ateliers organisés pour la phase de post incubation	95
23	Évolution de taux de création d'entreprises à l'incubateur	96
24	Schéma sur l'évolution de taux d'abandon de création d'entreprises	96
25	L'évolution de nombre de porteurs passés de la post incubation à la pépinière d'entreprise	97
26	le sexe de l'échantillon	102
27	Les raisons de choix de l'accompagnement par un incubateur	103
28	Les besoins des porteurs de projets	104

29	Les activités réalisées dans les différentes phases selon la phase actuelle	106
30	Les compétences acquises par les incubés	106
31	L'assistance au programme de formation dans les phases	107
32	La compatibilité des styles entre les porteurs de projets et les coaches selon le choix de coaches	108
33	Degré d'utilité des avantages d'être accompagné par l'incubateur	109
34	Intervention des contacts de l'incubateur	109
35	la situation entrepreneuriale actuelle après l'expérience vécue à l'incubateur	110
36	Degré de satisfaction des services offerts par l'incubateur	111
37	Le jugement de l'importance du rôle de l'accompagnement entrepreneurial selon la satisfaction de formation et de coaching	111

LISTE DES ABRÉVIATIONS

Abréviation	Signification
3 E	Entrepreneur, Entreprise, Environnement.
ANDI	Agence Nationale de Développement de l'investissement.
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit.
ANPT	Agence Nationale des Promotions et de Développement des parcs Technologiques.
ANSEJ	Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes.
BP	Business Plan.
CAP	Croissance forte, Autonomie, Peu de pérennité.
CERTIC	Carte d'Etude et de Recherche de Technologie de l'Information et de communication.
CMS	Content Management Système.
CNAC	Caisse National d'Assurance- Chômage.
CSS	Conseil de du Sélection du Suivie .
DDP	Direction délégué de personnel.
DMC	Direction Marketing Communication.
DSS	Direction du Système d'Information.
EPIC	Enterprise Publique à caractère Industriel et Commercial.
FAUDTIC	Le Fonds d'appropriation des usages et du développement des technologies de l'information et de la communication.
HSE	Hygiène, Sécurité, Environnement.
IE	Initiation Entrepreneuriale.
MPTIC	Ministère de la Poste et des Technologie de l'Information et de la communication.
MPV	Produit Minimum Viable.
ONDA	L'Office National des Droits d'Auteur.
PIC	Pérennité, Indépendance, Croissance.
PME	Petite et Moyenne Entreprise.
SWOT	Strengths, Weakneses, Opportunities, Threats.
TIC	Technologie d'Information et de la communication.
TPE	Très Petite Entreprise.

Résumé :

Cette présente étude a pour but de connaître le rôle de l'accompagnement entrepreneurial de l'incubateur dans la démarche des entrepreneurs à créer leurs nouvelles entreprises, dans ce cadre, nous avons insisté, tout d'abord, sur l'identification des phases de création d'entreprises et les freins qui peuvent empêcher le parcours de l'entrepreneur, afin de faciliter la compréhension du rôle de l'accompagnement et son importance dans la création des entreprises viables qui pourront être considérées comme des acteurs de développement économique.

Notre travail de recherche porte sur des bases théoriques qui ont pour but d'éclairer les différents concepts d'entrepreneuriat, de définir la notion de l'accompagnement entrepreneurial, et de comprendre ses apports dans la démarche entrepreneuriale.

Sur le plan pratique, notre travail a été réalisé au sein de l'incubateur Technobridge, de Sidi Abdellah de l'ANPT, et dans le but d'atteindre les objectifs fixés au début de la recherche, et de tester les hypothèses émises, nous avons utilisé un questionnaire pour la collecte des données nécessaires, sur la base desquelles nous avons analysé le processus d'incubation et mis l'importance sur leurs apports et rôles dans la création d'entreprises.

Cette étude a permis de relever un ensemble de résultats qui ont montré que l'entrepreneur est menacé tout au long de son parcours par différentes difficultés, et par divers besoins qui peuvent bloquer sa démarche entrepreneuriale, pour cela, il a besoin d'être accompagné. Ces études ont montré aussi que, afin d'aider le porteur de projet à la création de son entreprise, l'accompagnement entrepreneurial doit suivre une méthodologie bien déterminée et adaptée avec les phases de création d'entreprises.

Finalement, nous avons constaté, grâce à ces résultats, que l'accompagnement entrepreneurial d'un incubateur efficace joue un rôle important dans la réussite d'un acte entrepreneurial, en apportant son appui et intervention afin d'aboutir à un projet cohérent et performant.

Mots clés : entrepreneuriat, entrepreneur, création d'entreprises, accompagnement entrepreneurial, incubateur, processus d'incubation, efficacité de l'incubateur.

Abstract :

This study aims to know the role of the entrepreneurial accompaniment of the incubator in the approach of entrepreneurs to create their new enterprises, in this context, we insisted, first of all, on the identification of enterprise creation phases and the brakes that can prevent the entrepreneur's journey, in order to facilitate understanding the role of the accompaniment and its importance in creating viable businesses which can be considered as actors of economic development.

Our research work focuses on a theoretical basis that aims to illuminate different entrepreneurial concepts, to define the notion of entrepreneurial accompaniment, and to grasp its contributions in the entrepreneurial approach.

Practically, our work was done within the incubator Technobridge, of Sidi Abdellah, of the National Agency for Promotion and Development of Technological Parks, and in order to achieve the objectives set at the beginning of research, and test the assumptions made, we used a questionnaire to collect the necessary data, on the basis of which we analyzed the incubation process and given the importance of their contributions and roles in business creation.

This study identified a set of results that has shown that the entrepreneur is threatened throughout its route by various difficulties, and by various needs that can block his entrepreneurial approach, for that he needs to be accompanied. These studies have also shown that, to help the project leader to start his own business, the entrepreneurial accompaniment must follow a well-defined methodology and adapted with the creation phases of companies.

Finally, we found, with these results, that the entrepreneurial accompaniment of an efficient incubator has an important role in the success of an entrepreneurial act, by providing support and intervention in order to achieve a coherent and efficient project.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, enterprise creation, entrepreneurial accompaniment, incubator, incubation process, incubator efficiency.

ملخص :

لقد سعينا من خلال هذه الدراسة الى ابراز دور المرافقة المفاوضية للمحضنة في مساعدة المفاوضين على انشاء مؤسساتهم الخاصة.

في هذا الاطار ركزنا بادئ بدء على تحديد مراحل انشاء المؤسسة مع تسليط الضوء على أهم العراقيل التي قد تصاحب هذه العملية، و هو الأمر الذي سمح بإعطاء صورة واضحة حول دور هذه المحاضن كعنصر فاعل في حياة المؤسسة طور الاستحداث.

ثم تطرقنا في نفس السياق الى أهم النظريات التي اهتمت بمفهوم المفاوضة، و المرافقة المفاوضية كفكرة، ثم كيف ساهمت هذه الأخيرة في تسريع الحركة الاقتصادية.

أما الجانب التطبيقي و الذي انفرد بالحصصة الاهم في هذه الدراسة، فقد كان لنا شرف ممارسته و تجسيده على مستوى محضنة سيدي عبد الله بعد استضافتنا هناك كمتربصين لمدة ثلاثة أشهر.

حيث كان جمع المعلومات المتعلقة بالموضوع محل الدراسة هو أول ما استهلينا به بحثنا، و ذلك من خلال نماذج استطلاع تم تحضيرها بعناية مسبقا، هذه الخطوة مكنتنا من وضع قاعدة معلومات اعتمدنا عليها في تحليل عملية الحضانة، و كيفية مساهمتها في استحداث المؤسسات.

توجهت هذه الدراسة بمجموعة من النتائج ، اتفقت مجملها على ضرورة مرافقة المفاوض نظرا للمعوقات التي تعترض طريق انشائه لمؤسسته الخاصة، كما وجب التنويه على الاعتماد على منهجية مبنية على أسس علمية و ميدانية تتماشى و متطلبات السوق الاقتصادية بهدف تكوين و تدريب أصحاب المشاريع لإنجاز مصممااتهم و تطوير كفاءتهم القيادية.

في الأخير من خلال ما تم ذكره أنفا نستخلص أن المرافقة المفاوضية الفعالة هي الطريق الآمن للوصول الى أي مشروع ناجح.

الكلمات المفتاحية: المفاوضية ، المفاوض ، إنشاء المؤسسات ، المرافقة المفاوضية ، المحضنة ، عملية الحضانة ، فعالية المحضنة.

INTRODUCTION

Suite aux crises qui ont touché avec force l'économie mondiale ; l'entrepreneuriat joue un rôle important dans l'évolution de l'économie. Selon les chercheurs, l'entrepreneuriat vise la création de la richesse à travers la création d'entreprises. C'est une force motrice et un levier stratégique pour la création de l'emploi, l'innovation, et la cohésion sociale, et contribue notamment à pousser la roue de la croissance économique.

Durant ces dernières années, le monde entrepreneurial a connu un développement remarquable, dont l'apparition de plusieurs petites entreprises dans différents secteurs d'activités, créés par des personnes dotées de profils créateurs d'entreprises connus sous le terme d'entrepreneurs. Ces derniers réunissent tous leurs efforts afin de réaliser leurs idées par la création de leurs véritables propres entreprises qui vont contribuer et prendre la place d'acteurs de développement économique du pays.

Ces nouvelles petites entreprises tracent leurs routes au sein d'un milieu rude plein de risques et de forte concurrence. D'un côté, créer sa propre entreprise est une expérience unique et enrichissante, mais d'un autre côté, cette démarche se révèle complexe et semée d'embûches. Donc, devenir entrepreneur requiert à détenir certaines compétences, des savoirs et savoir-faire. Aussi, cette démarche exige des qualités indispensables du savoir-être, dont le courage et la persévérance et surtout la capacité de bien analyser son environnement pour saisir toute opportunité qui se présentera face à lui.

En outre, il est plus facile d'atteindre le sommet, mais le défi est de le maintenir en gardant son entreprise en croissance. En effet, les premières étapes qui suivent le lancement de l'entreprise sont les moments les plus difficiles pour l'entrepreneur. La fragilité de la nouvelle naissante et la concurrence des entreprises rencontrée sur le marché sont les principaux éléments qui pèsent contre la durabilité des nouveaux entrants.

Vu que la création de nouvelles entreprises est considérée comme un atout précieux pour l'évolution économique d'une part, mais elles sont soumises à un taux de mortalité élevée d'une autre part, ce qui a incité à réfléchir sur des solutions qui favorisent la création de ces dernières, tout en évitant les échecs et en assurant leurs bons fonctionnements. Ces solutions constituent l'intervention externe pour encourager cette action, ce qui exige de comprendre la démarche entrepreneuriale et puis identifier l'accompagnement idéal par la suite, afin de rationaliser cette démarche.

Depuis l'ouverture économique dans les années 90, l'Algérie, de son côté, a affiché des discours d'engagement et d'ouverture à l'entrepreneuriat à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises. À partir de ces années, l'État algérien a complètement changé son comportement vis-à-vis l'investissement privé, qui devient incitateur alors qu'il était investisseur.

Depuis 1990, l'Algérie a, donc, pris des mesures en faveur des investisseurs privés. En 1997, l'État a créé l'Agence Nationale pour le Soutien de l'Emploi des jeunes «ANSEJ» afin d'encourager et financer la création de PME par les jeunes âgés de moins de 35 ans. En 2001, pour faciliter l'application des avantages offerts aux nouveaux investisseurs, l'État a créé l'Agence Nationale de développement de l'investissement (ANDI). Les mesures de l'Etat continuent pour aboutir à la création de deux autres dispositifs, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage, dont l'objectif est de financer la création d'entreprises par les personnes âgées plus que 35 ans et L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit «ANGEM» mis en place en 2003.

Les efforts de l'État ne sont pas arrêtés, en 2004, ils se sont élargis jusqu'à la création de l'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques (A.N.P.T).

Conscient de l'apport positif de la politique d'appui à la création d'entreprises, et dans le cadre de projet e-Algérie pour encourager l'économie immatérielle, l'Algérie a décidé d'apporter son intervention pour bénéficier à la fois de l'entrepreneuriat et de l'innovation. En 2010, le premier parc technologique au pays « le cyber parc de Sidi Abdallah» a été créé, afin d'accompagner, d'une part, des porteurs de projets pour créer des entreprises innovantes, génératrices d'emplois et de richesses, et d'autre part, pour promouvoir l'appropriation des TIC et leurs développements.

C'est un incubateur de projets en technologie d'information et de communication (TIC), qui joue un rôle dans l'appui entrepreneurial afin de répondre aux différents besoins des jeunes futures entrepreneurs dans leur démarche entrepreneuriale.

Ce sujet est de grande importance vu que la création d'entreprises joue un rôle important dans l'économie de pays. Ainsi, le fait qu'il étudie la pratique entrepreneuriale afin de mieux comprendre le processus de création d'entreprises. Plus précisément, ce travail vise

à déceler les difficultés rencontrées par les entrepreneurs potentiels à chaque étape de ce processus. Comme il est important d'étudier les pratiques d'accompagnement et le rôle de l'incubateur pour aider les entrepreneurs dans le lancement de leurs projets.

Nous espérons que cette étude sera bénéfique pour les jeunes porteurs de projets, désireux de créer et de développer leurs propres entreprises, car nous estimons que ce travail soit un outil de base et une source de référence pour eux.

Ce travail a pour but de comprendre d'une manière générale la notion de l'entrepreneuriat, et l'accompagnement entrepreneurial et son importance pour la création d'entreprises.

Le choix de ce thème est le résultat d'une décision justifiée par l'importance de ce sujet, tandis que les études dédiées à l'accompagnement des porteurs de projets et TPE sont très peu. Notre choix s'est porté sur l'incubateur de Sidi Abdellah vu qu'il est considéré comme la première structure d'accompagnement en Algérie d'une part, et d'autre part, les incubateurs sont considérés comme le type de structure d'accompagnement le plus connu.

Notre problématique s'articule autour de la question principale suivante :

« Quel est le rôle de l'incubateur dans l'accompagnement entrepreneurial des porteurs de projets et start-ups ? »

Afin de répondre à cette principale question, nous l'avons décomposée aux sous-questions suivantes :

- Qu'est-ce qu'un accompagnement entrepreneurial ?
- Quelles sont les différentes structures d'accompagnement ?
- Quelle est la contribution de l'incubateur ? Et comment intervient-il dans le soutien de processus de création d'entreprises ?
- Comment mesurer l'efficacité de l'incubateur ?

Dans le but de répondre à ces questions, nous avons émis les hypothèses suivantes :

H1 : l'accompagnement entrepreneurial est un enchainement d'étapes bien déterminées afin d'aider et faciliter la démarche de la création d'entreprises.

H2 : l'incubateur et la pépinière d'entreprises sont les plus importantes structures d'accompagnement.

H3 : l'incubateur intervient à l'aide des porteurs de projets tout au long de processus de création d'entreprises, en lui répondant à tous ses besoins.

H4 : l'incubateur est efficace si les porteurs de projets sont satisfaits.

Dans notre recherche, nous avons adopté une méthodologie descriptive analytique en se basant sur une démarche hypothético-déductive. L'aspect descriptif repose sur les deux premiers chapitres où nous décrivons l'aspect théorique relatif aux termes « Entrepreneuriat » et « Incubateur ». Dans la deuxième partie pratique, nous avons exploité un questionnaire que nous avons élaboré à l'intention des incubés et startups accompagnées.

Pour bien exploiter le questionnaire, nous avons utilisé le logiciel SPSS : Statistical Package for Social Science, et nous avons exposé un ensemble d'outils statistiques qui permettent de mieux exhiber les données et les résultats de l'enquête, à savoir :

- Le tri plat et tri croisé afin d'élaborer des tableaux simples et croisés pour présenter ou même regrouper les données obtenues ;
- Les outils d'analyse statistique descriptive : effectif, pourcentage, la moyenne arithmétique;
- L'outil d'analyse pour des réponses multiples : regroupement d'ensembles, effectifs ;

Pour bien mener ce travail, on estime qu'il sera possible de répondre à ces questions de manière cohérente et claire en élaborant un plan de travail structuré de trois chapitres :

- Le premier chapitre s'intitule « Généralités sur l'entrepreneuriat » structuré de trois sections, dans lequel nous allons donner un aperçu sur le concept d'entrepreneuriat, et puis présenter les définitions de l'entrepreneur qui est vu comme l'acteur principal, et enfin expliquer le processus de création d'entreprises et ses obstacles ;
- Le deuxième chapitre intitulé «L'accompagnement entrepreneurial et son rôle dans le processus de création d'entreprises», qui est décomposé aussi en trois sections, afin

d'expliquer l'accompagnement entrepreneurial, et puis présenter la structure d'incubation, en expliquant son intervention et rôle dans le processus entrepreneurial.

- Enfin, le troisième chapitre concerne le chapitre pratique qui présente l'incubateur de Sidi-Abdellah, et son processus d'incubation, et enfin le résultat et analyse de l'enquête menée auprès des porteurs de projets incubés et start-ups, dans le but de répondre aux questions principales, en analysant les hypothèses émises.

CHAPITRE I :
GÉNÉRALITÉS SUR
L'ENTREPRENEURIAT

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

Durant les années 1970, les chercheurs ont pris conscience de l'importance des entreprises nouvellement créées. Bien qu'il ait déjà fait l'objet de recherches isolées auparavant et que ses bases historiques remontent au XVIIIe siècle, le champ académique de l'entrepreneuriat a réellement pris son envol dans les années 1980. C'est alors qu'apparaissent des revues scientifiques et des conférences spécialisées entièrement consacrées à l'entrepreneuriat.

Ce mouvement accéléré au début des années 1990, l'entrepreneuriat est alors considéré comme un champ disciplinaire à part entière. Il a connu un développement important et un intérêt croissant. Les pouvoirs publics admettent chaque jour davantage qu'il constitue un instrument efficace ; pour créer des emplois, augmenter la productivité et la compétitivité, mais aussi, atteindre des objectifs sociétaux.

Ce premier chapitre sera consacré à cette pratique, afin d'éclairer les concepts de base et de présenter quelques généralités sur cette dernière qui est considérée comme un vaste domaine comportant plusieurs volets relatifs avec l'entrepreneur et son processus de création, et dans ce cadre, ce présent chapitre sera traité en trois sections :

Dans la première section, nous définissons le concept d'entrepreneuriat puis nous mettrons l'accent sur l'entrepreneur comme un personnage au centre des préoccupations et en dernier nous montrerons que la création d'entreprises est au cœur de l'action entrepreneuriale.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

Section 1 : Le concept de l'entrepreneuriat.

Le champ de l'entrepreneuriat est aujourd'hui au centre des préoccupations d'une importante communauté scientifique (Acs et Audretsch, 2003). Dans cette section, nous commencerons par un résumé sur l'évolution du concept, puis nous donnerons des éléments de définition de l'entrepreneuriat en présentant les paradigmes, ainsi que les concepts centraux communs à celui-ci. Nous nous intéresserons aussi aux différentes pratiques et formes de l'entrepreneuriat.

1.1. L'évolution historique du concept entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui, au cours du temps et selon les pays, a toujours signifié diverses choses. Néanmoins, aujourd'hui, les spécialistes s'accordent à dire que ce terme est étroitement lié à la création d'entreprises. Aussi, son histoire se confondrait avec celle de l'évolution du métier d'entrepreneur. À travers le temps, on peut voir que :

- **Au moyen-âge**, le terme entrepreneur faisait référence aux dirigeants de vastes chantiers de production qui utilisaient les ressources fournies par les autres pour effectuer leurs travaux de construction. Donc l'entrepreneur, ici, occupe une place à part dans l'économie et la société (Boutillier et Uzunidis, 1999)¹.
- **Au XVI siècle**, le terme entrepreneur se référait à quelqu'un qui engage et dirige une activité militaire.
- **Au XVII siècle** sont apparus les concepts de risque lié à la notion d'entrepreneur et détection d'opportunité. Il désignait une personne qui avait la volonté de faire des affaires en prenant des initiatives et en organisant des ressources pour satisfaire les besoins des consommateurs dans l'espoir d'en retirer un gain personnel, la récompense des risques de l'incertitude sur le marché. Entrepreneur était donc celui qui entreprend un ouvrage, une manufacture, une entreprise de bâtiment. Dans cette époque, le rôle de l'entrepreneur est induit dans l'économie de marché.
- **Au XVIII siècle**, une distinction claire a été faite entre l'entrepreneur et le fournisseur de capitaux. Cependant, Cantillon définit l'entrepreneur par son affrontement au risque, c'est-à-dire qu'il n'y a aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre « *celui qui assume le risque de l'incertain s'engage fermement envers*

¹ Boutillier.S, Uzunidis.D, « La légende de l'entrepreneur : Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Éditions de Syros, 1999, Paris, P 14.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

tiers»¹. C'est de cette époque que date l'avènement de l'entrepreneur moderne tel que nous le connaissons aujourd'hui.

- **Au XIX siècle jusqu'au milieu des années 1970**, on confondait entre entrepreneur et manager: l'entrepreneur organise et fait fonctionner une entreprise en vue de réaliser un profit. Il s'investit tout en apportant son argent, son savoir-faire, son savoir d'être, ses talents, etc. Il assume toutes les charges inhérentes à l'activité de l'entreprise. Il est ainsi responsable de tout échec ou gain. L'essor de l'industrialisation, la complexité des affaires font apparaître des managers non propriétaires, professionnels de management.
- **À la fin du XX siècle** est apparue la notion selon laquelle l'entrepreneur est un innovateur: il crée un nouveau produit ou quelque chose de différent possédant une valeur. Il lui consacre le temps et le travail nécessaire. Et, il assume les risques financiers et sociaux et en contrepartie sa rétribution peut être pécuniaire ou personnelle.

Figure n°01 : évolution de concept entrepreneurial et entrepreneur à partir de 1975 :

1975: Albert Shapero- l'entrepreneur prend une initiative, organise des mécanismes socio-économiques et accepte le risque de l'échec.

1980: Karl Vesper- les économistes, les psychologues, les praticiens de l'entreprise et les hommes politiques ne voient pas l'entrepreneur de la même façon.

1983: Gifford Pinchot- l'intrapreneur est un entrepreneur au sein d'une organisation préexistante.

1985: Robert Hisrich- l'entrepreneuriat est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle.

Source: Hisrich.R, "Entrepreneurship & intrapreneurship: Methods for creating New Companies That Have an Impact on the Economic Renaissance of Area," Editions Lexington, 1988, P 96.

1.2. Définitions du concept « entrepreneurial » :

La définition de l'entrepreneuriat a pris plusieurs aspects, les travaux réalisés dans ce domaine ont proposé de nombreuses définitions sans qu'aucune d'entre elles ne reçoive un consensus général.

La littérature relative au concept d'entrepreneuriat propose une grande variété de définitions. Selon Verstraete (2000) : « *l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe*

¹Boutillier.S, Uzunidis.D, « La légende de l'entrepreneur : Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Opcit, P 14.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

pour être réduit à une définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques »¹.

Pour comprendre le phénomène d'entrepreneuriat, nous retenons la synthèse présentée par Danjou (2002)², qui selon elle l'entrepreneuriat est un champ de recherche caractérisé par trois grands aspects : **l'acteur, l'action et le contexte entrepreneurial** :

- **Le contexte entrepreneurial** : L'étude du contexte entrepreneurial fait apparaître la relation qui existe entre l'activité entrepreneuriale et son environnement socio-économique.
- **L'acteur (l'entrepreneur)** : L'entrepreneur est l'acteur du processus entrepreneurial, plusieurs auteurs ont étudié les caractéristiques de ce dernier en premier lieu, car c'est lui l'initiateur de l'évènement (l'acte entrepreneurial). Selon les chercheurs, la compréhension du champ de l'entrepreneuriat nécessite la connaissance de son acteur qui est l'entrepreneur, en étudiant ses caractéristiques psychologiques, personnelles et démographiques, donc c'est « *une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens dans une certaine forme et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a eu l'idée la dirige et en prend le risque* »³. Il pourra être le créateur de nouvelles organisations, le repreneur d'organisations existantes, voire un employé développant de nouveaux projets au sein de son organisation « d'intrapreneur ».⁴
- **L'action (l'acte entrepreneurial)** : il s'agit de ce que fait l'entrepreneur, selon Gartner (1988) « *la recherche sur l'entrepreneuriat devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non sur ce qu'il est* »⁵.

L'entrepreneur réalise un certain nombre d'actions telles que : la création d'une activité nouvelle, la détection des opportunités, l'élaboration d'une stratégie lui permettant un

¹Verstraete T, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Éditions EMS, France, 2000, P11.

² Danjou I, « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », Revue française de gestion, n°138, Paris, 2002, P (108- 123).

³ Hernandez E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », le Harmattan, 2001, France, P74.

⁴ Janssen F, Julien P-A « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », 2^e édition, De Boeck Supérieur, Louvain-la-Neuve, 2016, P34.

⁵ Danjou I, Ibid, P115.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

meilleur fonctionnement pour la réalisation de ses objectifs. Dans le même contexte, la définition de l'entrepreneuriat selon l'office québécois de la langue française est la « *fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises* ».

Sous d'autres angles il existe plusieurs autres définitions, tel que, celle de Schumpeter, l'entrepreneuriat renvoi en premier lieu à l'innovation telle qu'il a noté « *Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie* »¹. C'est-à-dire, entreprendre c'est créer une activité en réalisant de nouveaux agencements et la mise sur le marché de nouveautés, nouveaux produits et services ou significativement améliorés.

Selon Julien et Marchensay², le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « *entrepreneurship* », ce mot désigne « *l'état de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise, la création d'entreprises et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur* ». L'esprit d'entreprise peut être défini comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux dans une aventure (une entreprise), consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses. Dans ce sens, Fayolle confirme que: « *L'entrepreneuriat peut être défini, simplement, par des situations particulières, créatrices de richesses économiques et sociales, caractérisées par un degré élevé d'incertitude...* »³. Alors, l'entrepreneuriat est un processus de création de valeur par de « nouvelles combinaisons productives » qui constituent un formidable levier de croissance et d'innovation.

D'après ces différentes définitions, nous pouvons conclure que l'entrepreneuriat est un acte qui consiste à mobiliser des ressources (humaines, matérielles et financières) nécessaires en assumant des risques, pour innover, créer de la valeur (économique ou sociale). Ce phénomène, assuré par des acteurs principaux (entrepreneurs) ayant l'esprit

¹ Schumpeter J, « Capitalisme, socialisme et démocratie », Payot, Paris, 1979, P 462.

² Julien P, Marchensay M, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, P 8.

³Fayolle A, « *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement* », rapport réalisé pour la direction de la technologie du ministère de l'Éducation nationale de la recherche et de la technologie française, Lyon, mai, 1999, P 4.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

d'entreprendre et d'innovation, peut se présenter par différentes images telles que la création ou la reprise d'une entreprise, l'essaimage, Franchise, création d'une filiale ou management d'un grand projet dans une entreprise.

1.3. Diversité des situations entrepreneuriales :

Dans ce point, nous aborderons les principales pratiques de l'entrepreneuriat :

Birley et D. Muzyka(1998), Fayolle (1999), E-M-Hernandez (1999) annoncent : « *La démarche entrepreneuriale au sens large prend plusieurs aspects : la création d'entreprises, la franchise, l'essaimage et reprise d'entreprise* »¹. Donc plusieurs auteurs ont démontré que l'entrepreneuriat n'est pas forcément une entreprise créée à partir de "ex nihilo", mais elle peut prendre de diverses formes bien que celle-ci reste la plus répandue.

Nous exposons quelques pratiques de ce phénomène comme les révèle Fayolle(2005) :

1.3.1. Création d'entreprises:

La création d'entreprises « *est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encouragé par les pouvoirs publics, pour développer la création d'emplois, elle est freinée par de nombreux obstacles, tant administratifs, qu'économiques, que sociaux, que psychologiques ou que culturels* »². La création d'entreprises correspond surtout à des créations d'activités économiques nouvelles par des personnes n'étant pas déjà chefs d'entreprise. La création d'entreprises est un phénomène qui se présente sous plusieurs formes. Cela vient de la variété de types d'entreprises créées et du profil de l'entrepreneur, Hernandez (1999)³. La création d'entreprises peut aussi prendre plusieurs types:

1.3.1.1. Création ex nihilo :

La création ex nihilo est vue comme la forme la plus pure d'entrepreneuriat. Un individu, seul ou associé, crée une entreprise indépendante ne reposant sur aucune structure préexistante, alors, ce type de création repose sur une idée de degré d'innovation élevé. La création ex nihilo exige plus de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs, les risques doivent être particulièrement bien évalués, l'entrepreneur doit aussi bien gérer des disponibilités qu'il a dans son milieu, qui lui permettent de mieux détecter et saisir l'opportunité.

¹Hernandez E.-M, « Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », le Harmattan, Paris, 1999, p 255.

² Boislandelle H.M, « Dictionnaire de gestion: vocabulaire, concept et outils », Economica, Paris, 1998, P146.

³ Hernandez E-M, « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », op-cit, p225.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

1.3.1.2. Création par essaimage :

L'essaimage consiste à aider et inciter un salarié à se lancer dans une activité indépendante. L'aide apportée peut être matérielle, financière, humaine ou encore commerciale. Au démarrage, l'essaimé travaille souvent en sous-traitance par son ancien employeur qui l'accompagne, puis petit à petit diversifie sa clientèle et conquiert son indépendance véritable. Ce type de création peut être plus facile et de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

1.3.1.3. Création en franchise :

La franchise est un accord commercial et juridique par lequel un franchiseur, une entreprise qui souhaite se développer, s'engage à fournir à une seconde entreprise, dite franchisee, un savoir-faire, une formation et une assistance permanente en contrepartie d'une rémunération. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. Ce type peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprises en bénéficiant également d'un accompagnement important par le franchiseur, mais payant.

1.3.1.4. Création de filiales :

Dans ce type, l'entrepreneur agit pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités. Cette situation peut convenir à celui qui va entreprendre, mais sans peur des risques et sans remettre en cause sa situation personnelle.

1.3.1.5. Création d'activité nouvelle :

Ce cas se passe dans une entreprise déjà existante, les entrepreneurs à potentiels créatifs et dotés d'une capacité de management de projet d'innovation peuvent être concernés par la création de cette activité, qu'ils aient initiée ou non.

1.3.2. Reprise d'entreprise:

Comme pour la création d'entreprises, la reprise peut être réalisée par un individu (l'entrepreneur) pour son propre compte ou par une entreprise existante, ce type consiste à la reprise d'une activité dont l'organisation existe déjà. Dans ce cas, les niveaux de risque sont plus faibles et le degré d'incertitude est généralement moindre puisque l'organisation existe déjà. L'acte de reprendre réalisé par l'entrepreneur peut concerner une entreprise ou

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

une activité en difficulté, sinon sur une entreprise qui est en bonne santé.

1.3.2.1. La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé :

C'est un projet complexe qui implique souvent un engagement financier important, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Donc il s'agit d'une technique financière qui permet le rachat d'une entreprise saine. Cette société ciblée doit être bien positionnée sur son marché, et sa propre évolution au sein de son secteur d'activité doit être clairement identifiée¹. Ce rachat implique un changement de contrôle de l'entreprise, ce qui exige d'avoir suffisamment d'informations, la maîtrise et de bonnes compétences, et expérience en management.

1.3.2.2. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté :

Dans ce cas, il est indispensable de connaître le cadre légal de cette reprise d'entreprise, avoir des relations avec des acteurs clés apparaît comme une condition importante. Avoir aussi une bonne connaissance et probablement une expérience des situations de crise puisque cette reprise est un parcours à hauts risques et à prix bas par rapport aux entreprises saines.

1.3.3. Intrapreneuriat:

Le mot intrapreneuriat renvoie à la fois aux travailleurs internes à la société et à l'entrepreneuriat. L'intrapreneur pourrait être défini comme étant « *le membre d'une grande entreprise qui, en accord avec elle et tout en restant salarié de son entreprise, possède un projet viable et intéressant l'entreprise et qu'il peut réaliser en son sein. Il est celui qui transforme une idée en activité rentable au sein d'une organisation.* » Advencia, avril 2008². Donc l'intrapreneur est le salarié qui ose entreprendre au sein d'une organisation existante. Des projets stratégiques ou d'innovation peuvent être développés par cet intrapreneur sans qu'il y ait une prise excessive de risques personnels ou modification sociale de son statut. Ses projets ont un point commun fondamental, c'est que toutes les initiatives servent la vision de l'entreprise et sont portées par la volonté des dirigeants.

1.3.4. L'externalisation :

L'externalisation consiste à sortir une ou des activités hors de l'organisation qui les gérait auparavant, ce sont des activités connexes à son métier de base. La firme doit se focaliser sur ce qu'elle sait faire le mieux et sortir des activités non stratégiques et /ou

¹ Mongin.G, Lautier.S, « Intérêts et pratiques des opérations de LBO », mémoire effectué sous la direction de Mr Simon. J, Conservatoire National des Arts et Métiers, 2003-2004, P 13.

² Site internet www.portail-des-pme.fr, consulté le 24/03/2018, à 20 :18.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

proposées dans des meilleures conditions à l'extérieur où peut disposer d'un réseau de structures autonomes qu'elle fidélise soit en tant que client, soit en tant que fournisseur, et en prenant éventuellement une part dans leur capital fondée sur la recherche d'une réduction de coûts, d'une meilleure maîtrise des budgets des fonctions externalisées¹. Dans le même contexte, Verstraete note aussi que l'externalisation consiste à sous-traiter les activités considérées comme non stratégiques².

1.4. Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat :

Dans ce point, nous allons présenter les paradigmes de l'entrepreneuriat avec les liens entre ces derniers, ainsi les différentes formes entrepreneuriales.

1.4.1. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

L'étude du phénomène entrepreneurial peut être réalisée à travers ses différents et principaux paradigmes, qui seront exposés comme suit :

1.4.1.1 Exposition des paradigmes :

Alain Fayolle et Vestraete (2005)³ identifient quatre paradigmes, qui permettent de cerner le domaine de la recherche en entrepreneuriat : la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaires (opportunité), la création d'une organisation, la création de valeur et l'innovation :

a) Le paradigme d'opportunité d'affaires

Il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités. La construction de ce paradigme s'inspire largement des travaux de Kirzner (1973), qui met en évidence l'importance de la découverte d'opportunité dans les marchés. L'opportunité est vue comme une notion centrale de l'entrepreneuriat, selon Messeghem (2006), « *l'opportunité apparaît toujours en toile de fond* »⁴.

Le champ de l'entrepreneuriat est défini comme « *l'examen approfondi de comment, par qui et avec quels résultats sont découverts, évalués et exploités les opportunités de*

¹Paturel R, Verstraete T, « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », édition EMS, 2000, P 173.

² Verstraete.T, Saporta.B, « Création d'entreprises et entrepreneuriat », l'ADREG, janvier 2006, P 486.

³VerstraeteT, Fayolle A, « Paradigme et Entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat, Vol 4,n°1, janvier 2005, P2

⁴ Messeghem. K, « l'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », CIFEPME, congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 25,26,27 octobre 2006, haute école de gestion (HEG) Fribourg , Suisse, P9.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

création de futurs biens et services »¹. le paradigme d'opportunité d'affaires est le paradigme qui se rapproche le plus de l'acte de création d'entreprises puisqu'il est le déclencheur de l'acte entrepreneurial.

Dans cette perspective, Bygrave et Hoffer notent que: « An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organisation to pursue it »². Ces auteurs ont concilié le paradigme de l'opportunité avec celui de création d'une entité afin de poursuivre cette dernière. De même pour Venkataraman (2000), le processus découverte-évaluation et exploitation de l'opportunité est associé à des individus (découvreurs, évaluateurs et exploiters). Ils présupposent que les opportunités existent dans la nature et il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalités économiques.

Alors que Timmons en 1994 l'associe à une approche processuelle: «*Entrepreneurship is the process of creating or seizing an opportunity and pursuing it regardless of the resources currently controlled*»³. Ainsi pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ qu'il faut découvrir de ce processus.

En fin, la concrétisation d'une opportunité passe par l'évaluation de la faisabilité, l'analyse des forces, des faiblesses et des menaces, les relations d'affaires, et le partenariat d'affaires.

b) Le paradigme de création d'organisation :

Ce courant repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation par une ou plusieurs personnes. À l'origine de ce paradigme se trouve Gartner (1988, 1989, 1990 et 1993), qui met l'accent sur la naissance des nouvelles activités (organisations) permettant à un individu de créer de nouvelles entreprises. Cet auteur concentre ses observations sur la création et l'organisation d'activités nouvelles à travers un processus d'émergence organisationnelle. Il a distingué le phénomène de création d'une organisation des autres phénomènes organisationnels. Il a illustré l'acte de création par une citation de Collins et Moore (1964), où ces derniers

¹Jaziri R, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat, Actes du colloque international sur : Entrepreneuriat et Entreprise nouveaux enjeux et nouveaux défis». Avril 2009, Gafsa, P8.

²Verstrete. T, Fayolle. À, « Paradigme et Entrepreneuriat », op-cit, P34.

³Timmons. J, "New venture creation", Entrepreneurship for the 21st century, 4th ed home wood, Irwin-mc graw-hill 1994, P7.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

reconnaissent aux entrepreneurs la capacité de transformer leurs rêves en action par la création d'une affaire.

Dans cette vision, l'étude de l'entrepreneuriat consiste à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités par lesquelles le créateur mobilise et combine des ressources (humaines, matérielles et financières) pour concrétiser l'opportunité en un projet. D'après Verstaete(2000): l'entrepreneuriat est « *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 en fait* »¹. D'après Verstaete, il est indispensable pour l'entrepreneur d'étudier les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

L'entrepreneuriat est donc un phénomène combinant un individu à une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa². Dans ce cas, on pourrait en déduire que l'entrepreneuriat est un processus d'organisation qui conduit à la création de nouvelle organisation.

c) Paradigme d'innovation

La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Dans un essai de définition de ce concept, nous avons déduit selon le dictionnaire « Larousse » que l'innovation est une action d'innover, d'inventer ou de créer quelque chose de nouveau ou de la transformer.

Schumpeter, le père de l'entrepreneuriat, note que : « *Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie* »³, il associe la fonction d'entrepreneur avec l'innovation.

C'est le paradigme le plus ancien et se doit beaucoup à l'économiste Joseph Schumpeter ainsi qu'à l'école autrichienne « *L'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens et services ou encore pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant. C'est découvrir ou transformer un produit. C'est proposer une*

¹Verstraete T, Saporta B, « Création d'entreprises et l'entrepreneuriat », op-cit, P 95.

²Berreziga A, « l'entrepreneuriat en Algérie : réalités et perspectives », Thèse de doctorat en sciences de gestion, ESC Alger, 2014, P81.

³Schumpeter J, « Capitalisme, socialisme et démocratie », Op-cit, P462.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre »¹. Dans cette perspective, P. André Julien et Michel Marchesnay donnent une grande importance à ce paradigme, ils ont affirmé que le moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation. Cependant, l'innovation ne se focalise pas seulement sur l'acte de créer une nouvelle entreprise ou un nouveau produit, mais aussi elle inclut la nouvelle manière de faire les choses, de distribuer ou de vendre.

De côté de typologie, l'innovation peut prendre de nombreuses formes différentes, dont, l'offre de nouveaux produits ou services, l'exploitation de nouvelles sources de matières premières, l'amélioration des nouvelles méthodes de production, ou nouvelles méthodes de distribution ou de vente, ou viser des nouveaux marchés ou l'amélioration nouveaux types d'organisations².

Dès lors que l'entrepreneur crée et gère son organisation, il est inéluctablement confronté à l'incertitude, c'est une personne qui assume les risques pour innover puisque l'innovation est trop risquée, selon la note de A. Tounes : « l'entrepreneuriat = innovation + risque. »³, l'entrepreneuriat et l'innovation sont donc fortement liés.

d) Paradigme de création de valeur

La création de valeur a été identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. Selon Bruyat, inspiré des travaux de Gartner (1993), l'objet étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est le rapport individu-crédation de valeur. L'entrepreneur constitue une condition nécessaire pour l'apparition du résultat, et de même, le résultat est une condition nécessaire pour que l'entrepreneur existe. Ce qui mène à dire que, la valeur réalisée par un projet ne sera créée qu'avec l'intervention de l'individu et ce dernier ne sera pas qualifié d'entrepreneur tant que la création de valeur n'a pas eu lieu. Ce rapport peut être défini comme suit : « *l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la "chose" de l'individu, nous avons : Individu / création de valeur. La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une part prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs,*

¹Julien P.-A, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », op-cit, P35.

²Janssen F, Julien PA, Op-cit, P 32.

³Tounes.A. Séminaire « Entrepreneuriat » avril 2007 à l'ESC d'Alger.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

attitudes...), nous avons : *Création de valeur / individu* »¹

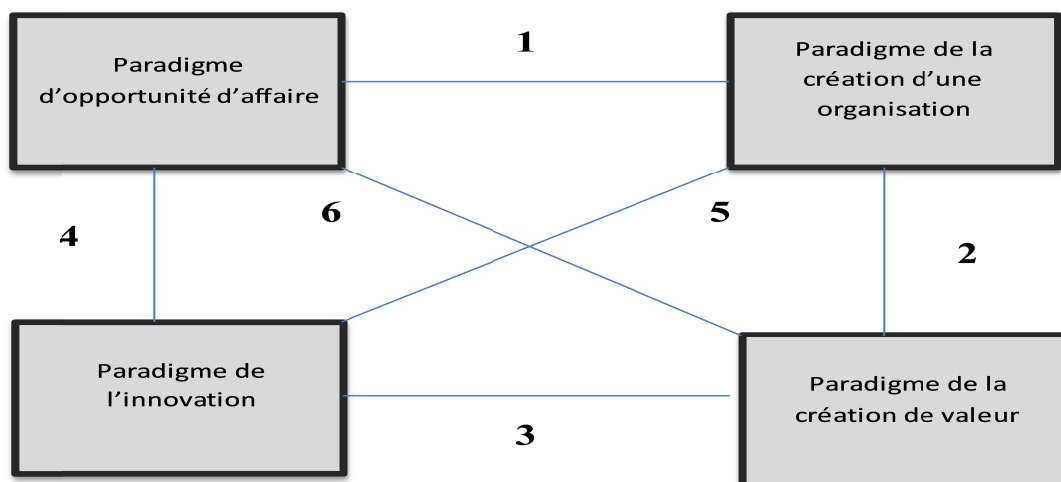
L'entrepreneuriat est souvent considéré comme apporteur de richesse ou globalement de valeur². Cette valeur peut être financière, comme les bénéfices obtenus, ou sociale, tels que les avantages dégagés par l'activité, comme la création d'emplois et l'apport de l'aide à d'autres personnes, le cas de l'entrepreneuriat solidaire.

Au final, l'entrepreneur peut se définir à travers le fait de créer de la valeur, puisqu'il met en œuvre ses ressources et ces compétences ainsi que son temps, et cette création de valeur est le résultat de son processus entrepreneurial.

1.4.1.2 Les liens entre les quatre paradigmes

Selon Verstraete et Fayolle, la complémentarité des paradigmes paraît évidente, donc il existe des relations entre les quatre paradigmes, qui pourraient être illustrées par la figure suivante :

Figure n°2 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et leurs liens :



Source : Verstraet. T, Fayolle. A, « Paradigme et Entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat, Vol 4, n°1, janvier 2005, P 44.

- **Lien 1** : pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient, d'une façon ou d'une autre, de s'organiser. Les ressources diverses se cristallisent en une organisation (processus et/ou son résultat) ;
- **Lien 2** : l'organisation ne peut exister durablement sans fournir à ses parties prenantes la valeur qu'elles attendent et dont elle tire les ressources nécessaires à son fonctionnement ;

¹ Bruyat C, « Création d'entreprises : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat, 1993, P 58.

²Verstraete. T, Fayolle. À, « Paradigme et Entrepreneuriat », op-cit. P 40.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

- **Lien 3** : lorsque la valeur apportée est importante, une innovation en est souvent à l'origine, qu'elle soit organisationnelle, technique ou commerciale. ;
- **Lien 4** : une innovation peut correspondre à la construction d'une opportunité mise sur le marché, à la fourniture d'un nouveau produit ou service, à l'apparition d'une organisation nouvelle au sein du marché ou du secteur ;
- **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 à l'innovation ;
- **Lien 6** : une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur au moins pour celui qui l'a identifiée (l'identification peut renvoyer à la détection, à la construction ou à la combinaison des deux).

1.4.2. Les formes d'entrepreneuriat :

Diverses formes d'entrepreneuriat peuvent être observées au sein d'une société, selon plusieurs facteurs, mais ils existent des formes connues telles que l'entrepreneuriat collectif, solidaire, l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat immigré.

1.4.2.1. L'entrepreneuriat collectif :

Être plus grand, plus performant, ce sont des avantages de l'entrepreneuriat collectif. Cette forme reflète au fait qu'un groupe d'individus s'associent pour entreprendre, ce regroupement apporte des aides pour saisir au mieux une opportunité d'affaires, réduire l'incertitude, ainsi minimiser le risque d'échec. Reich fut l'un des premiers à encourager et à glorifier l'entrepreneuriat collectif. Plusieurs autres auteurs tels que Johannisson (2002), Coster (2003), Levy Tadjine (2004), Danjou (2004), affirment que l'acte d'entreprendre est un acte collectif de sa nature. Cela peut être expliqué par le réseau et le nombre important d'acteurs pouvant intervenir dans le processus de création d'entreprises, même ceux qui ont participé à l'appui moral et psychologique dans la création.

1.4.2.2. L'entrepreneuriat solidaire :

L'entrepreneuriat solidaire est la forme qui occupe une place importante au sein de l'économie. La dimension la plus importante de ce type d'entrepreneuriat est la dimension

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

sociale. Sa caractéristique majeure s'agit de l'objectif principal qui est non lucratif, cette forme cherche une plus-value sociale, servir et aider, mais pas financière.

L'entrepreneuriat solidaire est aussi vu collectif, au sens où plusieurs personnes sont regroupées et impliquées selon leur contribution.

1.4.2.3. L'entrepreneuriat féminin :

Les activités entrepreneuriales féminines ont connu un développement continu dans le monde. Cette activité renvoie aux femmes entrepreneures ou chefs d'entreprise qui jouent un rôle important dans l'économie.

L'entrepreneuriat féminin se caractérise tout comme l'entrepreneuriat masculin, individuel, collectif ou immigré, et par sa finalité, création d'une entreprise pour la création de valeur, monétaire ou sociale, pour la saisie des opportunités d'affaires, et de façon innovante.

Selon Lavoie (1998) « *l'entrepreneure est :la femme qui, seule ou avec un ou plusieurs partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe activement à sa gestion courante* »¹. Cette forme est poussée aussi par les mêmes facteurs pour la création, tels que chez son homologue masculin, soit issue d'une famille entrepreneuriale, ou dû aux mauvaises expériences du salariat, ou par volonté de création de richesse ou de valeur.

1.4.2.4. L'entrepreneuriat immigré :

L'immigration désigne le mouvement d'individus comptabilisés qui consiste à l'entrée dans un pays, une aire géographique donnée. Elle s'applique surtout aux étrangers entrant et s'installant pour une longue durée dans un pays qui n'est pas le leur, éventuellement avec l'accord de ce pays d'entrée.

L'entrepreneuriat immigré concerne les personnes d'origine étrangère qui sont à la recherche des opportunités d'affaires et des investissements dans d'autres pays. Cette forme d'entrepreneuriat représente des risques plus élevés par rapport à l'entrepreneuriat dans le pays natal, puisque l'immigration est déjà un risque très important².

¹ Lavoie, D, « Étude des besoins des entrepreneures propriétaires de micro entreprises privées ou travailleuses autonomes de la ville de Longueuil » Collège condition féminine CLD Longueuil, Société Conseil BPS, janvier 2004, P 10.

² Robichaud D, « *l'entrepreneuriat immigrant* », revue de la documentation, n°99-05, avril 1999, P 11.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

Section 2 : L'entrepreneur comme acteur principal.

L'entrepreneur, qui est l'acteur principal, était le centre des contributions et d'études de plusieurs chercheurs des différents domaines. Ces contributions intègrent parallèlement aux analyses économiques, des dimensions psychologiques, sociologiques et managériales. Nous exposons par ce fait, après avoir défini l'entrepreneur et présenter ses motivations et caractéristiques, des typologies d'entrepreneurs, les plus reconnues et reprises par les chercheurs.

2.1. Définitions de l'entrepreneur :

L'entrepreneur est un personnage mythique souvent présenté comme un modèle de réussite. Comme l'avenir appartient aux entreprenants, aux débrouillards et aux entrepreneurs, on ne peut que s'y intéresser, vu qu'il est le moteur de l'économie.

L'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a créée, qui possède des qualités particulières, qui met en œuvre des nouvelles méthodes.

Au sens économique, A.Shapero (1980) donne une définition à l'entrepreneur : « *l'entrepreneur est une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens, dans une certaine forme et pour un certain but, elle dispose d'une certaine autonomie* »¹. Pour récapituler les principales écoles de pensée en entrepreneuriat, nous nous sommes basés sur les travaux de Cunningham et Lischeron (1991) qui ont abordé d'une façon complète le champ :

Tableau n°1: Les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée :

Appellations des écoles	Définitions de l'entrepreneur	Auteurs de référence
L'école économique	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares.	Casson (1991) ²
L'école comportementale	L'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.	Gartner (1988) ³

¹Boutillier S, Uzunidis D, « La légende de l'entrepreneur », op-cit, P14.

²Casson M, « L'entrepreneur (traduction de : The entrepreneur an economic theory, Oxford Blackwell, 1982), Economica, 1991, P388.

³Gartner W.B. "Who is an entrepreneur" is the wrong question, American journal of small business, spring 1988, p(11-31).

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

L'école psychologique avec les courants personnalistes et cognitifs	L'entrepreneur met l'accent sur les facteurs personnels et les valeurs uniques des entrepreneurs. Pour résumer cette école de pensée en indiquant que l'entrepreneur a des caractéristiques psychologiques uniques (valeurs, attitudes, besoins, croyance.) qui le guident dans le processus entrepreneurial.	Fayolle A, Degeorge JM (2012) ¹
L'école des processus	L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.	Bygrave et Hofer (1991) ²
L'école du leadership	L'entrepreneur est un leader, la force motrice à l'origine de la dynamique économique	Balland S et Bouvier A-M ³

Source : élaboré par nous-mêmes

Les résultats de la recherche montrent que l'entrepreneur apparaît, comme un individu doté de caractéristiques psychologiques uniques, ayant même une capacité intuitive à entreprendre. Il apparaît à d'autres comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir et disposant d'une capacité de leadership.

À d'autres encore, il apparaît comme preneur de risque, détecteur d'opportunités, capable d'évoluer dans des situations et des contextes différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

2.2. Les motivations de l'entrepreneur :

Un ensemble des facteurs peut influencer sur la décision d'un individu, et va inciter ce dernier à entreprendre, il s'agit donc des différentes motivations qui peuvent pousser cet individu à se pencher vers l'entrepreneuriat :

2.2.1. Les motivations d'ordre personnel (psychologique):

Il s'agit d'un ensemble des caractéristiques individuelles, liées à la personnalité, qui incitent l'individu à prendre la décision d'entreprendre, parmi ces motivations :

¹Fayolle A, Degeorge JM, « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », de Boeck, Belgique, 2012, P(26-30).

²Bygrave, W.D. Hofer, C.W , "Theorizing about entrepreneurship, Entrepreneurship theory and practice", 1991, p(13-22).

³Balland S, Bouvier A-M, « Management des entreprises », édition DUNOD, 2008, P9.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

2.2.1.1. Le besoin d'accomplissement :

Selon D.C. McClelland (1961, 1965, 1969), qui propose la « theory of the need to achieve » le besoin d'accomplissement serait la caractéristique personnelle principalement associée à la création d'entreprises. Selon l'auteur, les entrepreneurs ressentent un besoin élevé d'accomplissement. Ils se caractérisent par une forte volonté d'établir leurs propres objectifs et de les atteindre par leur seul effort.

2.2.1.2. L'indépendance personnelle :

La notion d'entrepreneur est liée à la faculté de pouvoir régler soi-même son travail. Aussi, il a la possibilité d'agir selon ses propres idées et initiatives. Le statut d'entrepreneur permet d'échapper aux contraintes parfois trop fortes qu'un travailleur peut subir dans son environnement professionnel. Donc le besoin ou le désir d'autonomie est un facteur de base qui pousse l'individu à entreprendre.

2.2.1.3. La prise de risque :

Les managers et les entrepreneurs cherchent et développent des opportunités d'affaires dans des contextes incertains. Dans ces conditions, ils ne doivent pas être averses au risque. Mitchell & Larson (1987) indiquent que les individus ont des styles cognitifs différents face à la prise de risque, et le sens commun porte à penser que les créateurs d'entreprise ne rejettent pas le risque. Aussi, McClelland (1961) note que les personnes avec un niveau élevé de besoin d'accomplissement ont une propension modérée à prendre des risques.

2.2.1.4. La créativité et l'innovation :

L'enquête de Hoy & Hellriegel (1982) étudie l'hypothèse selon laquelle les entrepreneurs ont, plus que les autres, des capacités cognitives pour percevoir l'information pertinente et émettre des jugements (Kilmann & Herden, 1976). Ils indiquent que les responsables d'entreprises sont orientées fortement sur la résolution de problèmes et privilégient la réflexion à court terme. Donc, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, et dans ce sens, Brockhaus & Horwitz (1986) indiquent que l'innovation entrepreneuriale s'éloigne de la créativité littéraire ou artistique. L'entrepreneur n'innove pas en proposant de nouvelles idées, mais en explorant la valeur des idées.

2.2.2. Les motivations d'ordre financier :

Ils englobent des facteurs incitant à entreprendre, qui sont financiers, négatifs ou positifs :

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

2.2.2.1. L'alternative au chômage :

Les raisons qui poussent les individus à créer leurs propres entreprises peuvent surgir des différentes situations vécues par eux. Ces situations peuvent être positives ou négatives selon A. Shapiro¹. Parmi les situations négatives vécues par l'entrepreneur ; le licenciement, le chômage, la discrimination, l'insatisfaction au travail (l'absence de promotion, un mauvais cadre de travail, le stress et la pression, une mauvaise rémunération, etc.). Puisque, pour certaines personnes, devenir un entrepreneur peut provenir d'une nécessité de créer un emploi qu'il a renoncé à trouver par ailleurs.

2.2.2.2. Les incitants financiers :

La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Par contre, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

Plus que les ressources financières, il y a d'autres facteurs économiques, motivants l'entrepreneur. Ces facteurs sont, principalement, des ressources informationnelles, humaines, technologiques, matérielles.

2.2.3 Les motivations d'ordre social et culturel (socioculturel) :

Les facteurs sociologiques et culturels sont des éléments directement liés à l'individu (Famille, formation, société, territoire...) qui peuvent influencer sur cet individu et lui inciter à entreprendre :

2.2.3.1. Les motivations familiales :

Les aspects de l'environnement familial de l'individu ont un impact important sur la décision d'entreprendre, la profession et le statut social de son père ou de sa mère et ses relations avec ses parents. Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car la famille joue un rôle essentiel. Les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont plus disposés à entreprendre. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter². Le poids de la tradition familiale pèse lourd sur les motivations avouées des nouveaux entrepreneurs.

L'environnement familial peut exercer une double influence ; d'une part, il peut inciter un jeune à imiter un membre de la famille (souvent le père) et décider à créer sa

¹ Shapiro A. « the displaced, uncomfortable entrepreneur », psychology today, November 1975, P(83-88).

² Gasse Y, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003, p55

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

propre affaire ; d'autre part, reprendre et agrandir l'affaire familiale, donc pousser les enfants à continuer l'œuvre de leurs aînés.

2.2.3.2. Le territoire :

Pour Fayolle, un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale¹. Donc, le territoire ou l'entrepreneur passe sa vie personnelle et professionnelle joue un rôle important, qui ne peut pas être négligé, qui lui pousse à entreprendre.

2.3. Caractéristiques de l'entrepreneur :

L'entrepreneur se différencie, d'après l'évolution historique et les types d'entrepreneurs, nous allons tirer quelques caractéristiques en se référant aux synthèses réalisées par certains auteurs.

2.3.1. L'entrepreneur est un innovateur :

Pour Schumpeter (1942)², l'entrepreneur est un homme qui révolutionne les processus de production, et apporte de l'innovation. L'entrepreneur est un innovateur et un moteur de l'évolution économique, a une aptitude à l'innovation qui est expliquée par des capacités hors du commun de l'entrepreneur. Or, l'innovation d'après Julien & Marchesnay (1996) constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisqu'elle suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens et services ou encore pour réorganiser l'entreprise.

2.3.2. L'entrepreneur est un organisateur :

Les travaux de Cantillon et de J.B. Say³, ont défini très tôt le rôle d'un entrepreneur, où l'entrepreneur est avant tout créateur d'ordre. Puisque son but est de produire, l'entrepreneur va en effet devoir déterminer la plus efficiente combinaison des facteurs de production et des ressources rares. En constituant alors l'organisateur par excellence de la production, il participe à la stabilisation de l'organisation économique. J.B. Say assigne comme fonction principale à l'entrepreneur, la combinaison des facteurs de production et l'organisation de la production.

¹ Fayolle A, « Le métier de créateur », Édition d'Organisation, 2003, P 66.

² Schumpeter J, « Capitalisme, socialisme et démocratie », op-cit, P 159.

³ Verstraete T, Saporta B, « Création d'entreprises et entrepreneuriat », op-cit, P 26.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

2.3.3. L'entrepreneur est un preneur de risque :

Un entrepreneur est avant tout une personne capable d'avoir un bon jugement sur les affaires. Tout nouveau business est un défi qui nécessite d'établir au préalable une étude large et approfondie des opportunités éventuellement exploitables avant de se lancer et de prendre des risques. Un nouveau projet ne connaît jamais de risque zéro, certains auteurs considèrent que la propension à prendre des risques est l'essence même de l'activité entrepreneuriale (Gasse, 1987)¹. L'objectif pour un entrepreneur est donc de réduire au maximum les risques de son projet lorsque certaines situations ne peuvent être anticipées.

2.3.4. L'entrepreneur est un coordinateur :

Selon J. B. Say, l'entrepreneur coordonne le savoir et les connaissances du savant et le facteur travail-produit par les travailleurs pour aboutir à son processus de production. L'entrepreneur intervient dans l'entreprise de plusieurs manières en combinant les ressources et les personnes. Cette coordination du facteur humain suppose la division du travail.

Enfin, J.B. Say combine la caractéristique de prise de risque et celle de la coordination, pour lui « *l'entrepreneur est avant tout un preneur de risque qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens* »².

Plusieurs autres chercheurs ont essayé d'identifier les caractéristiques qui différencient les entrepreneurs des autres individus, parmi ces caractéristiques :

Figure n°3: Caractéristiques les plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement :

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Énergétique	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation des ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillards	Argent comme mesure de performance

Source : Wtterwulgh R, Janssen F, « la PME : une entreprise humaine », Boeck Université, Belgique, 1998, p132

¹ Janssen F, Julien PA, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », Op-cit, P46.

² Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005, P10.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

2.4. Typologie d'entrepreneur :

À base des caractéristiques psychologiques, sociologiques et managériales de l'entrepreneur, certains auteurs ont essayé d'établir des typologies entrepreneuriales :

Cole (1959) a établi trois types d'opérations d'affaires : innovation, imitation, répétition. D'où une typologie est donnée par **J. Schumpeter**, l'entrepreneur « innovateur » et « imitateur », comme il a aussi identifié quatre types d'entrepreneurs : le fabricant commerçant, le capitaine d'industrie, le directeur salarié et le fondateur¹.

Smith (1967) fut l'un des premiers à proposer une typologie. Il distingue deux types d'entrepreneurs : l'artisan et l'opportuniste². Selon sa définition, l'entrepreneur artisan, caractérisé par une compétence technique et un faible niveau de formation, se concentre sur le passé et le présent seulement, il est souvent un ancien ouvrier qui ne cherche pas à innover. L'entrepreneur opportuniste, quant à lui, est scolarisé et plus mûr. C'est souvent quelqu'un avec des expériences professionnelles variées. Il est plus ouvert au monde extérieur, il saisit les opportunités d'affaires offertes sur le marché. Il planifie à long terme et a une vision sur l'avenir.

Collins, Moore et al. (1964) et Collins et Moore (1970) ont établi une distinction entre "l'entrepreneur administratif" et l'"entrepreneur indépendant"³.

Laufer (1974) a suggéré quatre types d'entrepreneurs⁴, soit :

- le manager ou l'innovateur,
- l'entrepreneur-proprétaire orienté vers la croissance,
- l'entrepreneur refusant la croissance, mais recherchant l'efficacité,
- l'entrepreneur artisan.

Stanworth et Curran (1976), eux, distinguent⁵ :

- L'artisan est surtout plus préoccupé par la survie de son entreprise que par sa croissance. Même s'il recherche, lui aussi, les avantages liés à la fonction entrepreneuriale ;
- l'entrepreneur classique est davantage mû par l'intérêt financier. La croissance de son entreprise lui pose un grave dilemme ;

¹ Perroux. F, « La pensée économique de Joseph Schumpeter : les dynamiques du capitalisme », Droz, Genève, Paris, 1965, P 91.

² Janssen. F, Julien. P, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », Op-cit, P 43

³ Fillion. L-J, « Champs entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », cahier de recherche n°1997-01, janvier 1997, P 14.

⁴ Ibidem.

⁵ Janssen. F, Julien. P, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », Op-cit, P 44

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

- Quant à l'entrepreneur manager, l'expansion rapide de son entreprise et la rentabilité sont des critères objectifs qui prouvent la qualité de sa gestion.

Selon Fillion. L-J, dans son ouvrage : « Champs entrepreneuriat : historique, évolution, tendance » (1997)¹ :

Glueck (1977) a établi une distinction entre trois types de travailleurs autonomes : l'entrepreneur, le propriétaire-dirigeant de PME, le dirigeant d'entreprise familiale.

Chicha et Julien (1979) ont catégorisé les PME en trois types : traditionnelles, entrepreneuriales (orientées vers la promotion), administratives (ou professionnelles)

Schollhammer (1980) a établi cinq types d'entrepreneuriat corporatif, administratif, opportuniste, acquisitif, incubatif, imitatif. À la même date, **Vesper (1980)** a suggéré qu'il existe au moins 11 types d'entrepreneurs : 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls, 2. Bâisseurs d'équipes, 3. Innovateurs indépendants, 4. Multiplicateurs de modèles existants, 5. Exploitants d'économies d'échelle, 6. Rassembleurs de capitaux, 7. Acquéreurs, 8. Artistes qui achètent et vendent, 9. Constructeurs de conglomérats, 10. Spéculateurs, 11. Manipulateurs de valeurs apparentes.

Julien et Marchesnay (1987), tenant compte de la logique d'action, ils ont suggéré deux types de propriétaires-dirigeants : le **PIC** (pérennité, indépendance, croissance) et le **CAP** (croissance forte, autonomie, peu de pérennité) :

- Pour le **PIC**, ayant comme priorité la pérennité de son activité, il cherche l'indépendance en refusant des associés. En cherchant vers la fin la croissance de son activité sans qu'elle mette en risque sa pérennité et son indépendance patrimoniale.
- En priorité, l'entrepreneur **CAP** vise la croissance forte (la rentabilité à court terme) où un degré de risque est présent, il cherche l'autonomie de décision, il est peu intéressé par l'indépendance du capital, et faiblement intéressé par la pérennité de son activité donc il peut facilement changer d'activité.

Fillion (1988) a suggéré deux catégories de PME : le classique et la comète. Il a aussi proposé six types de propriétaires-dirigeants de PME : le bûcheron, le séducteur, le sportif, le vacancier, le converti, le missionnaire.

Lafuente et Salas (1989) ont établi une typologie des nouveaux entrepreneurs ayant créé une entreprise en Espagne. Elle est basée sur leurs aspirations au travail et comprend quatre types : artisan, orienté vers le risque, orienté vers la famille, managérial.

Miner (1990), suite à la recherche de Miner, et Smith et al. (1989), a montré les différences entre trois types : entrepreneur, entrepreneur axé sur une forte croissance et manager.

¹ Fillion. L-J, « Champs entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », op.cit. P (14-15).

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

Woo, Cooper et al. (1991) ont évalué et discuté l'impact des critères utilisés sur la formulation des typologies d'entrepreneur.

P.A. Julien (1994) distingue quatre principaux types de chefs d'entreprise :

- « *L'entrepreneur* » : qui réunit les qualités d'innovateur, de preneur de risque et organisateur ;
- « *L'innovateur* » : vise pour la nouveauté des produits/services peu caractérisés par le risque ;
- « *l'entrepreneur technicien* » : gestionnaire recherchant une performance moyenne et stable ;
- « *le manager et le professionnel* » : guidé par le souci de performance de son organisation.

S. Boutillier et D. Uzunidis (1995)¹ décrivent "*l'entrepreneur routinier*" et "*l'entrepreneur révolutionnaire*". Le premier fait « gagner sa vie », il est rarement diplômé, il maîtrise un métier acquis par l'apprentissage. Son activité est beaucoup plus traditionnelle, il vise la pérennité de son entreprise, effrayé par l'innovation, indépendant dans son capital et décision. Tandis que, *l'entrepreneur révolutionnaire* se caractérise par la nouveauté et le changement, diplômé et qualifié, son capital connaissance est élevé par contre le financier est moins.

Fillion (1996a) distingue deux types d'entrepreneurs : l'opérateur et le visionnaire.

Le profil du dirigeant évolue, « l'innovateur » se transforme en « manager » dans le souci d'une meilleure performance. Mais **S. Boutillier (1996)**² distingue les deux profils « entrepreneur » et « manager » :

- Entrepreneur : propriétaire, organisateur, gestionnaire de l'entreprise et crée des emplois et des richesses;
- Manager : salarié, gestionnaire, organisateur et ne supporte pas des risques.

Julien et Marchesnay (1996), s'appuyant sur Miles et Snow (1978), et en tenant compte du critère de l'innovation, ont suggéré quatre types d'entrepreneurs : le prospecteur, l'innovateur, le suiveur, le réacteur³.

H.H. Stevenson (1998) met l'accent sur deux types d'entrepreneurs⁴ :

- "*le promoteur*" se caractérise par une forte confiance en soi, à l'écoute de son

¹Boutillier.S, Uzunidis.D, « l'entrepreneur, une analyse socio-économique », Economica, Paris, 1995, p (86-88)

²Boutillier. S, « l'entrepreneur dans la théorie économique », Problèmes économiques, n°2482, 1996

³Fillion. L-J, « Champs entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », op.cit. P 15.

⁴Tounes. À, « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, 2003, P92.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

environnement, il dispose (*management entrepreneurial*). Créatif et innovateur, il accepte un risque plus important dans la mesure où il essaie de maximiser la création de valeur avec le moins de ressources possible ;

- "*le gestionnaire*" caractérisé par le contrôle et l'utilisation efficace des ressources disponibles (*management administratif*) met plus de temps à se décider et engage plus de ressources. Il délègue du pouvoir et des responsabilités.

Sur le même chemin **E.-M. Hernandez (1999)**¹, distingue quatre catégories principales de créateurs : sur la base des critères "*Croissance-Autonomie*"

- "*Le Manager*" : a un comportement proche de celui d'un cadre de grande entreprise. Instruit, il peut devenir *entrepreneur* ;
- "*L'Entrepreneur*" : recherche la croissance, mais il vise une croissance plus maîtrisée financièrement, il est moins instruit, il délègue moins que le "*Manager*".
- "*L'Artisan-TPE*" : l'artisan et le très Petit Entrepreneur ont moins de dix salariés. Il maîtrise un métier. Il recherche l'indépendance. *L' "Artisan-TPE"* peut évoluer vers la catégorie des "*Entrepreneurs* ».
- "*L'Exclu*" : proche du "*Manager*", il est chômeur et veut créer son propre emploi en créant son entreprise. *L' "Exclu"* provenant du milieu des ouvriers peut rejoindre "*L'Artisan-TPE*". Celui qui occupait un emploi de cadre peut devenir "*Manager*". Pour *l' "Exclu"* qui considère la création d'entreprises comme "*une véritable confiance*", il rejoindra la catégorie des "*Entrepreneurs*".

Fillion (1999e) a aussi distingué deux types de travailleurs autonomes² : volontaires et involontaires.

Évidemment, de nombreux autres auteurs ont développé des typologies, puisqu'il n'existe pas de typologie assez complète pour pouvoir classifier tous les entrepreneurs et tous les propriétaires-dirigeants. À la limite, chaque cas est unique. Toutefois, l'intérêt d'une typologie consiste à mieux comprendre les points d'ancrage, et d'attirer l'attention sur la pluralité des motivations et des comportements entrepreneuriaux.

¹ Hernandez. E-M, « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », op-cit, P (81-85).

² Fillion L-J, « Six types de propriétaires-dirigeants de PME », revue organisation et territoires, vol 9, n°1, Québec, 2000, P 6.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

Section 3 : La création d'entreprises comme acte fondamental de l'entrepreneuriat.

Pour certains auteurs, l'entrepreneuriat est considéré comme un processus dynamique et complexe, mené par un acteur principal, qui est l'entrepreneur.

Dans cette section, nous allons nous intéresser à la création d'entreprises qui est vue comme la manifestation la plus spectaculaire, mais pas la seule, de l'entrepreneuriat. Nous allons donc présenter le processus de création d'entreprises, où l'entrepreneur passe par plusieurs étapes du pré démarrage au démarrage de l'entreprise, ensuite les facteurs clés de succès et les différents freins que cet acteur pourrait rencontrer au long de ce processus, et finir par l'impact de cet acte entrepreneurial et sa contribution au développement économique.

3.1. Les étapes de processus de création d'entreprises :

La création d'une entreprise est un projet sur le long terme qui ne doit pas être pris à la légère. Il y a certains points (personnels, financiers, juridiques et administratifs) à valider et des étapes à franchir avant de pouvoir officiellement démarrer l'activité. Ces étapes ne sont pas insurmontables, mais connaître les bonnes pratiques peut faciliter la création d'entreprises.

Selon certains auteurs, la démarche entrepreneuriale est précédée par la propension qui est, pour Fayolle (2000), « *une inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale* »¹, ce qui signifie que l'individu se penche à l'entrepreneuriat à cause de différentes influences de l'environnement, ou par des incitations familiales, ou de l'expérience entrepreneuriale.

Faisons le point en récapitulant les quatre grandes phases clés de la création d'entreprises :

3.1.1. Première phase : Initiation²

Selon Bird (1988), l'intention entrepreneuriale peut être définie comme étant « *L'état d'esprit qui dirige l'attention de l'individu et qui mène à l'action* »³. Cette phase passe par trois activités essentielles :

¹ Diamane M, Koubaa S, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », conférence le 20 décembre, Maroc, 2006, P 7.

² Filion, L. J., Borges, C., Simard, G., « Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes » Cahier de recherche n° 2006-11, HEC Montréal, Chaire d'entrepreneuriat Rogers – J.-A.-Bombardier, 2006, tableau 1, P 2.

³ Tounes A, « L'intention entrepreneuriale », op-cit, P 48.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

- Identification de l'occasion d'affaires : C'est l'élément déclencheur qui motive l'intérêt à vouloir réaliser un projet d'entreprise. Ce qui manque sur le marché (la lacune, l'irritant) peut devenir le créneau, l'aspect unique, la spécialité. Quel que soit le projet, le futur créateur devra convaincre le lecteur que le marché convoité offre une opportunité suffisamment intéressante pour générer des activités permettant de faire vivre l'entreprise.
- Réflexion et développement de l'idée d'affaires : Pour réaliser une idée d'entreprise, il faut se distinguer des autres et bien définir les projets. Le marché évolue dans un cadre déterminé par la concurrence existante et autre facteur de l'environnement d'affaires. Il faut donc bien repérer l'occasion d'affaires, définir l'espace à occuper et surtout être capable de se projeter dans l'avenir.
- Décision de créer l'entreprise : à la fin de cette intention entrepreneuriale, l'individu prend une des deux décisions¹, soit l'abandon de cette intention, ou déclencher le processus entrepreneurial par la décision de créer l'entreprise.

3.1.2 Deuxième phase : Conception et préparation² de passage à l'acte :

Cette phase contient cinq activités essentielles, qui sont:

- Rédaction de l'étude de marché : Une étude de marché est un travail d'exploration marketing destiné à analyser, mesurer et comprendre le fonctionnement réel des forces à l'œuvre dans le cadre d'un marché. L'étude de marché consiste à recueillir les informations grâce auxquelles le créateur d'entreprise pourra ensuite rédiger son projet d'entreprise.
- Rédaction du plan d'affaires : c'est une étape à laquelle on ne peut échapper au lancement d'une entreprise. Avec un Business Plan mal rédigé, les chances peuvent être réduites à néant de lever des fonds et convaincre les investisseurs. Il représente la vitrine de future entreprise.
- Mobilisation de ressources : La mobilisation des ressources est l'ensemble des moyens qu'une organisation doit acquérir pour mettre en œuvre son plan d'action. Elle va au-delà de la levée de fonds. Il s'agit d'obtenir diverses ressources auprès d'une multitude de partenaires, par différents moyens.
- Constitution de l'équipe entrepreneuriale (partenaires)¹ : c'est nécessaire afin de mettre ensemble les ressources requises pour le succès (c.-à-d. ressources financières, savoirs, qualifications).

¹ Degeorge J-M, et autres, "100 fiches sur l'entrepreneuriat", Bréal, Paris, 2010, P34.

² Filion, L. J., Borges, C., Simard, G, opcit, P2.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

- Enregistrement d'une marque de commerce et/ou d'un brevet : Les marques de commerce peuvent également comprendre l'emblème (logo) de l'entreprise, la forme d'un objet ainsi que sa signature. Un enregistrement de marque de commerce est valide pour une période de 15 ans à dater du jour de l'enregistrement. Il peut être renouvelé.

3.1.3 Troisième phase : Démarrage

Cette phase correspond au lancement physique de l'acte entrepreneurial, cette phase peut passer par six activités essentielles :

- Enregistrement juridique de l'entreprise : Le choix d'un statut juridique pour l'entreprise n'intervient que lors de la concrétisation du projet, c'est-à-dire au moment de l'enregistrement de l'entreprise et de son immatriculation auprès du registre du commerce et des sociétés, bien après avoir vérifié la faisabilité du projet, les financements, etc.
- Engagement à temps plein dans le projet.
- Aménagement des installations et des équipements : Un bon aménagement des installations et des équipements contribue grandement à favoriser l'efficacité des activités. Cependant, au moment de la conception ou de l'amélioration de l'aménagement d'une usine de fabrication ou d'un entrepôt, il est facile de sous-estimer le nombre de facteurs à prendre en compte.
- Développement du premier produit ou service : Le développement produit est un travail de longue haleine qui suit l'élément de sa création à sa disparition, intervenant tout au long de sa vie au cours de trois phases très précises : « Création, Promotion et Amélioration »
- Embauche de salariés : Embaucher son premier salarié est un moment important pour un chef d'entreprise. Pour recruter l'employé idéal, une préparation en amont est nécessaire quant à la définition du poste de travail et à la rédaction de l'offre d'emploi.
- Première vente : après la sélection des canaux de distribution, selon le marché et la clientèle visée.

Le processus entrepreneurial n'est pas le même pour tout individu, puisque cet acte entrepreneurial peut commencer soudainement chez quelques-uns.

¹ Benson, H, Davidson, P, « The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs ». Journal of Business Venturing, 18.3, 2003, P (301–331).

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

3.1.4 Dernière phase : Consolidation¹

Cette phase se fait après avoir démarré l'entreprise, elle contient cinq activités essentielles :

- Promotion et commercialisation : La politique de la commercialisation comprend quatre volets essentiels subdivisés eux-mêmes en une série d'éléments : la publicité, la promotion des ventes, les forces de vente, les relations publiques.
- Nouvelles rondes de financement : le secret d'une ronde de financement réussie pour l'entrepreneur réside notamment dans une préparation adéquate et une approche réaliste face aux attentes et aux exigences des investisseurs.
- Gestion et administration : le gestionnaire ou/et l'administrateur doit avoir de nombreuses qualités. Il doit tout d'abord être doté d'un esprit de synthèse et d'analyse pour traiter au mieux les différentes données qu'il reçoit. Ingénieux et innovant.
- Opérations et production : La production est une activité économique exploitant les ressources du travail et du capital (appelées facteurs de production) dans le but de réaliser des biens ou des services à partir de consommations intermédiaires.
- Atteinte du seuil de rentabilité : Le calcul du seuil de rentabilité est important pour toute entreprise, il permet de déterminer le montant du chiffre d'affaires à réaliser au cours d'une période pour atteindre l'équilibre (ou le point mort), c'est-à-dire où l'entreprise peut recouvrir toutes ses charges par ses produits.

3.2 Les facteurs clés de succès :

Les facteurs clés de succès d'une création d'entreprises sont des éléments favorisant la réussite de processus entrepreneurial², donc chaque créateur doit identifier ces éléments essentiels pour l'entreprise, les maîtriser pour pénétrer facilement et rapidement un marché. Selon Sammut (2001)³, ces facteurs de succès peuvent être liés à l'entrepreneur, ou à l'environnement, aux ressources, ou à l'organisation même.

3.2.1 Les facteurs clés de succès liés à l'entrepreneur :

L'entrepreneur lui-même est considéré comme un facteur clé de succès, par ses caractéristiques personnelles et sa personnalité entrepreneuriale. D'autres facteurs clés de succès liés à l'entrepreneur :

¹ Filion, L. J., Borges, C., Simard, G, opcit, p 2.

² Sammut S, « Processus de démarrage en petite entreprise : système de gestion et scénario », revue de l'entrepreneuriat, vol1, n°1, Toulouse, 2001, P 64.

³ Ibid, P 65.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

- L'âge : puisque l'âge est lié à d'autres concepts, dont l'expérience, les compétences et la détection des opportunités d'affaires, selon les auteurs, être plus âgé constitue un facteur clé de succès, « *Les jeunes ne possèdent habituellement pas le capital financier, humain et social essentiel pour créer et faire croître une entreprise nouvelle* »¹.
- L'expérience professionnelle : « *L'expérience professionnelle et entrepreneuriale antérieure est l'un des essentiels facteurs qui conduisent la réussite d'une entreprise* »², c'est un avantage majeur qui aide à la réalisation du projet.

De plus à ses facteurs clés de succès, Sammut a ajouté : la capacité d'apprentissage, la gestion efficace du temps, être entouré d'une famille d'entrepreneurs aussi, favorisent la réussite de la nouvelle entreprise.

3.2.2 Les facteurs clés de succès liés à l'environnement :

L'environnement est rempli des facteurs qui influencent le processus et l'acte entrepreneurial, ces facteurs peuvent être favorisants pour le succès de l'entreprise à créer.

Les différentes structures d'accompagnement de l'entrepreneur, dans le processus de création de son entreprise, constituent un facteur favorisant le succès de ce dernier. Ces structures offrent des conseils, des informations, des formations et même des financements nécessaires pour la réussite de processus entrepreneurial.

La bonne étude du marché qui mène à l'identification d'un véritable besoin dans le marché est l'un des facteurs clés de succès de ce processus de création.

3.2.3 Les facteurs clés du succès liés aux ressources :

L'obtention des capitaux et d'autres ressources suffisantes pour la création d'entreprises sans risque est l'un de ses facteurs de succès. Avoir aussi des ressources humaines qualifiées constitue un facteur clé de succès à la création d'entreprises.

3.2.4 Les facteurs clés du succès liés à l'organisation :

Selon Sammut la spécialisation des employés, délégation et participation à la prise de décision sont des facteurs favorisants le succès de nouvelle entreprise.

Plusieurs autres facteurs de succès liés à la création d'entreprises peuvent être ajoutés à ceux mentionnés : un produit/service innovant qui donne un couple produit/marché pertinent, *savoir passer à l'action sans trop attendre lorsque le moment propice survient, bien*

¹ Brahmi H, Jellali M, « Freins et motivations des jeunes entrepreneurs tunisiens : une étude exploratoire », International Journal of Economics & Strategic Management of Business Process (ESMB) Vol. 6, Tunisie, 2016, P (1-5).

² Idem.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

*s'entourer, développer un bon réseau relationnel, conserver un niveau d'endettement faible, limiter les dépenses et réinvestir les profits, enfin s'engager à fond dans le projet*¹.

3.3 Les freins de la création d'entreprises :

La création de l'entreprise est devenue le rêve de chaque personne cherchant à être son propre patron et générer plus de profit avec sa propre activité. Mais la réalisation de ce rêve n'est pas facile, de fait que, chaque créateur susceptible d'être confronté à des multiples contraintes qui compliquent son parcours entrepreneurial.

Les freins de création d'entreprises se varient ; soit ils sont liés à l'entrepreneur, freins personnels et psychologiques, soit liés à l'environnement et aux différents besoins de création de l'entreprise.

Ces freins ne se limitent pas par des obstacles rencontrés lors de passage à l'acte d'entreprendre, mais ils peuvent aussi se provenir avant même de passer à l'action de création. Pour cela, on distingue deux catégories de freins : les freins avant le passage à l'acte de création, et les freins lors de passage à l'acte de création.

3.3.1 Les freins avant le passage à l'acte de création :

Selon la revue littérature, ils se divisent en deux catégories :

3.3.1.1. Les freins personnels :

L'intention entrepreneuriale sur le plan personnel se base sur le niveau de volonté et de désirabilité d'entreprendre, cette dernière est influencée par la perception du risque qui est considéré comme un frein majeur de la création d'entreprises. Sans oublier aussi le manque d'aptitudes entrepreneuriales qui constitue un frein personnel à l'intention entrepreneuriale. Ce manque influe de manière directe l'envie d'entreprendre, il concerne, le manque de connaissance et de savoir théorique sur le monde entrepreneurial, le manque du savoir-faire et des compétences techniques en entrepreneuriat, et le manque de savoir-être et le comportement entrepreneurial de la personne.

Plusieurs autres recherches ont centré ces freins personnels sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs et ont tenté de répondre à la question « *pourquoi certains individus sont entreprenants alors que d'autres ne le sont pas.* »¹ (Gartner, 1989b.)

¹ Filion L J, Ananou C, Schmitt C, « Réussir sa création d'entreprises, sans business plan », Groupe Eyrolles, Paris, 2012, P 24.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

Ces freins psychologiques, liés à la personnalité de l'individu, exercent une pression négative sur le créateur. C'est un ensemble de sentiments négatifs qui apparaissent chez les créateurs et affectent leurs volontés entrepreneuriales, tel que le sentiment d'être incapable, le manque de confiance en soi, ainsi que la peur et le doute « *la plupart des gens refusent de se lancer parce qu'ils ont peur* »². « *Si le goût du risque est une qualité que doivent avoir les créateurs d'entreprise, il n'en reste pas moins que la crainte de ces risques peut freiner la création. La personnalité du porteur de projet et son comportement face à l'acte d'entreprendre sont des facteurs déterminants.* »³. Parmi ces freins psychologiques :

a) La peur de l'entrepreneur : La création d'entreprises est vue comme une aventure à l'inconnu, ce qui apporte ce sentiment de peur chez chaque individu qui veut créer son propre business « *Tout humain a peur devant l'inconnu* »⁴, surtout si c'était la première fois « *Agir, vivre sa propre aventure, vivre une première expérience entraîne nécessairement la peur* »⁵. L'entrepreneur se retrouve face à des multiples peurs, on cite quelques-unes considérées comme importantes :

a₁) La peur de risque : décider d'entreprendre est toujours suivie par des risques, dus à l'incertitude du futur, dont le risque d'échouer, de perte. Un entrepreneur doit être un preneur de risque, comme la note Robert Kiyozaki « *les seuls qui courent un risque, ce sont ceux qui ne prennent aucun risque* »⁶, donc la peur des risques lui empêche même de penser à se lancer et tenter d'entreprendre.

a₂) La peur de prendre les décisions : Créer sa propre entreprise, c'est aussi faire face à l'autonomie de décision stratégique. Mais avoir cette peur de prendre la décision, peur qu'elle soit mauvaise, ou au mauvais moment, et avoir peur des regrets par la suite, cela rend le créateur plus fragile et freine sa démarche de création d'entreprises.

a₃) La peur de solitude : Parmi d'autres obstacles qui bloquent l'intention entrepreneuriale, le sentiment de se retrouver seul dans la vie professionnelle. Avoir peur d'assumer les responsabilités, de risquer et de faire face aux problèmes, tout seuls, peut influencer négativement la décision d'entreprendre.

¹ Emin. S, « la création d'entreprises en contexte universitaire : les facteurs de l'engagement », Université Pierre Mendès, P5.

² Cakpo. H, « l'audace d'entreprendre », H&C EDITIONS, septembre 2013, P163.

³ Lautrette. L, « Favoriser la création d'entreprises innovantes en France », Mémoire de recherche pour l'obtention du diplôme de l'IEP mention « Économie de la connaissance et politiques de l'innovation », Institut d'Études politiques de Toulouse, 2010, P48.

⁴ Site : <http://www.burkinapmepmi.com/la-peur-et-lentrepreneur>, consulté le 31/03/2018 à 14:05.

⁵ Idem.

⁶ Cakpo. H, « l'audace d'entreprendre », op-cit, P239.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

b) **Le manque de confiance en soi :** Le manque de confiance en soi, chez le créateur, constitue une majeure barrière à la création d'entreprises. Sous-estimer ses capacités, et penser être incapable de réussir et de se lancer dans une telle aventure, pousse à faire un recul et renoncer à l'idée de créer une entreprise.

3.3.1.2. Les freins environnementaux :

Comme l'environnement (la famille, l'école, la société...) joue un rôle important dans la motivation de l'acte entrepreneurial, il peut aussi parfois être un frein à l'intention entrepreneuriale.

Ce frein environnemental s'agit de l'influence négative du milieu sur l'individu. Ce dernier qui veut créer son entreprise peut être empêché par les habitudes, les coutumes et les traditions de son entourage.

L'environnement influence directement sur la culture et l'intention entrepreneuriale. Prenons l'exemple de la société où se trouve l'idée que la femme n'est pas apte pour être chef d'entreprise, cela bloque certainement l'intention entrepreneuriale chez quelques femmes. D'autres freins environnementaux qu'il ne faut pas négliger aussi, du côté légal et juridique, tel que la lourdeur administrative, le manque d'information sur les règles.

3.3.2. Les freins lors de passage à l'acte de création :

Ces freins concernent les autres étapes de création, ce sont ceux qui empêchent le créateur à transformer l'idée en action. Ces freins peuvent être répartis selon les trois importantes catégories, comme suit :

3.3.2.1. Les freins liés au processus de conception de l'idée

Selon Heddad.S, au moment de passage au développement de l'idée «*les entrepreneurs innovateurs se heurtent à des freins qui se traduisent par des divers types de risques dont figurent principalement : le risque de recherche et le risque de marché.* »¹. Le risque de recherche bloque l'acte de création d'entreprises, dans le cas où, le processus de recherche (recherche d'information, moyens..) Mis en œuvre par l'entrepreneur pour mieux formaliser son idée, n'a mené aucun résultat. Le risque de marché aussi constitue un frein qui empêche la

¹ Haddad. S : « Risque et processus de création des entreprises innovantes en Tunisie », Étude exploratoire, Institut des Hautes Études commerciales à Carthage Sciences économiques et de Gestion, 7e Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat et de l'Innovation Paris, 12-15 octobre 2011.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

bonne conception de l'idée, il s'agit principalement de la difficulté de ciblage de la clientèle¹, qui est considéré comme un pas très important pour formaliser l'idée.

3.3.2.2. Les freins liés à la phase de projet d'entreprise :

Dans cette phase où le créateur va bâtir son projet, il pourrait aussi subir à certains risques qui bloquent son processus d'entreprendre, parmi ces risques : le risque managérial et organisationnel, et les difficultés d'élaboration d'un plan d'affaires. Le risque managérial et organisationnel apparaît lorsque le créateur n'est pas compétent et sans expérience managériale, il se retrouve en difficulté de planification stratégique, d'organisation des ressources, et de gestion de son projet. Tandis que, les difficultés d'élaboration de plan d'affaires sont rencontrées par le créateur lors de la rédaction de ce plan, c'est généralement dû, au manque de connaissance de base en principes entrepreneuriaux ou même sur la méthodologie de rédaction, manque d'informations pertinentes et viables et le coût élevé des études de marché, manque des compétences en gestion et finance.

3.3.2.3. Les freins au lancement de l'entreprise

C'est l'étape la plus difficile pour le créateur, elle est pleine des obstacles, pressions et difficultés qui peuvent influencer son parcours entrepreneurial.

a) Les freins liés aux ressources :

Bien que la disponibilité ou la présence des ressources nécessaires pour le lancement de l'entreprise représente un facteur encourageant l'acte entrepreneurial, le manque ou la non-disponibilité de ces dernières constitue un frein majeur qui bloque le lancement d'entreprise, qu'elles soient financières, matérielles ou humaines. Plus qu'à cet obstacle d'obtention des ressources nécessaires, il existe d'autres freins reliés à chaque type de ressource :

a₁) Les freins reliés aux ressources humaines : Selon (Loué et al)² 2008, ces ressources sont importantes pour assurer le démarrage de la nouvelle activité. En effet chaque obstacle relié à ces ressources pourrait freiner ce démarrage, que ce soit quantitatif (nombre insuffisant), ou qualitatif (manque de compétences et d'expertise, main-d'œuvre non qualifiée...).

b₂) Les freins reliés aux ressources financières : La création d'entreprises nécessite des ressources financières, dans le cas d'absence de l'autofinancement de créateur, il se retrouve

¹ Fillion LJ, Ananou C, Schmitt C, "Réussir sa création d'entreprises, sans business plan", op-cit, P 25.

² Loué C et al, « L'entrepreneur à l'épreuve de ses compétences : Élément de construction d'un référentiel en situation d'incubation », revue de l'entrepreneuriat, Vol 7, n°1, Paris, 2008, P63.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

face aux difficultés d'accès aux ressources financières externes. En outre, le manque de compétence en science de gestion chez le créateur peut aussi compliquer cette création.

c₃) Les freins liés aux ressources matérielles : le manque des moyens matériels constitue une grande barrière qui peut freiner le processus de création. Comme le créateur a besoin de facteur humain et de financement, les équipements et matériels nécessaires sont également indispensables au lancement.

b) Les freins liés à l'environnement légal :

Il s'agit de l'ensemble des obstacles qu'un créateur peut reconnaître lors de ses obligations administratives, légales, juridiques et fiscales, dont la lourdeur administrative, la complication de la législation (exigence de licence d'exploitation très coûteuse parfois). Ces obstacles peuvent empêcher ou retarder la création d'entreprises.

c) Les freins liés avec la nature de produit /service :

Les difficultés liées à la réalisation et l'exploitation de produit/service peuvent aussi empêcher le créateur à lancer son entreprise. Ces biens peuvent être, par exemple, difficiles à réaliser ou à distribuer, très coûteux ou même trop compliqués.

d) Les freins liés au temps :

Selon Fayolle¹, « *Dans ce processus, le temps est une variable fondamentale, qu'il s'agisse du temps de l'individu et/ou de celui du projet* », il insiste sur le fait de bien se positionner² dans le temps, de repérer le bon moment possible pour le lancement. Donc être trop en avance ou trop tarder pour se lancer constitue un mauvais moment, qui peut influencer négativement sur l'acte entrepreneurial.

Malgré ces freins, contraintes et obstacles, il ne faut pas oublier, et même les auteurs de la recherche insistent sur un point : « *que l'existence des facteurs handicapants, dits 'hostiles', ne signifie absolument pas une interdiction de créer une entreprise sous leurs barrières* »³, il faut alors avancer et essayer de faire avec et d'affronter ces obstacles.

¹ Fayolle A, « Entrepreneuriat, théories et pratiques, applications pour apprendre à entreprendre », Dunod, PXII.

² Idem.

³ Verstraete T, Saporta B, « création d'entreprises et entrepreneuriat », op-cit, P 222.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

3.4.L'impact de l'entrepreneuriat

La contribution de l'entrepreneuriat au développement économique est importante vu son impact en matière d'emplois, d'innovation, de croissance et d'utilité personnelle.

Van Praag et Verslot (2007)¹ ont effectué une synthèse des travaux empiriques qui ont analysé la valeur économique d'entrepreneuriat qui est présentée comme suit :

3.4.1. L'emploi :

L'acte entrepreneurial est générateur d'un nombre considérable d'emplois, d'où il a une influence positive en matière de création d'emplois, et offre plus d'occasions de travail ce qui fait sa contribution contre le chômage, d'un autre côté, il permet d'avoir plus de satisfaction au travail du personnel occupé.

3.4.2. La croissance :

En ce qui concerne le développement économique, elle rapporte une diversification de l'industrie par l'établissement de pôle de croissance². Sans oublier, le rôle des actes entrepreneuriaux dans la croissance de produit intérieur brut. Aujourd'hui, dans quelques pays, le taux de l'entrepreneuriat³ est proposé comme une variable explicative de la croissance économique, vu son influence sur le développement.

3.4.3. Innovation :

L'entrepreneuriat représente une importante source d'innovation, elle permet l'apport de développement technologique aux besoins du marché. Avec une meilleure rentabilité des dépenses en recherche et développement ; un niveau de commercialisation des innovations élevé, cas des startups ; en effet il pousse les autres à innover pour se distinguer et mieux se positionner au marché.

3.4.4. Utilité personnelle :

- Possibilité d'atteindre un niveau de revenu élevé ;
- Création de son propre emploi ;
- Être mieux satisfait de l'emploi (autonomie et emploi valorisant).

¹ Capron H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », édition de Boeck, Paris, 2009, P66.

² GASSE Y, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », op-cit, P49.

³ Feki C, Chetourou N, « Entrepreneuriat et la croissance économique : effet de capital social », vol6, n°3, ISSR-Journals, Tunisie, 3juillet, 2014, P679.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS SUR L'ENTREPRENEURIAT

Ce chapitre visait à présenter les concepts de base de l'entrepreneuriat, qui est considéré comme un concept complexe et riche, ce concept pourrait se définir par ses principales composantes l'entrepreneur et la création d'entreprises.

Nous avons donc mis en lumière le cadre théorique de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur. Nous avons ainsi présenté les concepts dominants en entrepreneuriat, dont ses paradigmes et formes, nous avons aussi constaté qu'il existe différentes situations d'entreprendre ; nous avons aussi mis l'accent sur l'entrepreneur qui est l'acteur principal de l'entrepreneuriat, ce dernier peut être né entrepreneur, ou bien incité à le devenir par certaines motivations, il peut aussi avoir des caractéristiques uniques qui l'aident à poursuivre son processus entrepreneurial, alors les typologies présentées aident à avoir une idée plus claire sur ce que pourrait être cet acteur.

Dans le but de mieux cerner le rôle de l'accompagnement entrepreneurial, nous avons présenté le parcours de création d'entreprises, qui est considéré comme une manifestation privilégiée de l'entrepreneuriat, de l'étape de propension au lancement de l'entreprise.

Un entrepreneur aussi doit détecter ses facteurs clés de succès et les maîtriser, afin d'affronter les différents obstacles et difficultés qu'il pourrait rencontrer au long de ce parcours entrepreneurial.

Enfin, puisque l'entrepreneuriat est une dynamique économique, nous avons donc présenté l'impact entrepreneurial et son influence sur la croissance économique, et même sur la personnalité.

CHAPITRE II :
L'ACCOMPAGNEMENT
ENTREPRENEURIAL ET SON
RÔLE DANS LE PROCESSUS DE
CRÉATION D'ENTREPRISE.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Comme cité précédemment dans le premier chapitre, le processus entrepreneurial est complexe, et il faut bien étudier et analyser l'idée avant de la concrétiser en projet d'entreprise. Alors la disponibilité de l'accompagnement dans ce processus réduit le risque d'échec, et la mise en place des programmes de soutien influence positivement sur l'acte entrepreneurial.

L'accompagnement entrepreneurial intervient dans les différentes phases de processus entrepreneurial, ce qui donne naissance aux plusieurs structures d'accompagnement.

Ce chapitre a pour but de présenter ces différentes structures d'accompagnement, principalement les incubateurs et les pépinières d'entreprises, mais se base sur l'incubateur qui est le point le plus important dans notre thème de recherche.

Ce deuxième chapitre regroupe ces trois sections :

Dans la première section, nous donnons des généralités sur l'accompagnement et l'incubation puis nous mettrons l'accent sur les modèles des incubateurs et processus de l'incubation; et en dernier, nous montrerons le rôle de l'incubateur pour la performance de projet entrepreneurial.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Section 1 : Généralité sur l'accompagnement entrepreneurial et l'incubation

Tout projet d'entreprise rencontre des obstacles à la création et génère des besoins de lancement dont le porteur seul ne peut pas les satisfaire. C'est là que l'accompagnement joue son rôle comme facilitateur et accélérateur pour la création d'entreprises. Cette section sera consacrée au terme de l'accompagnement entrepreneurial, et l'incubation plus précisément.

1.1.Généralités sur l'accompagnement entrepreneurial :

Comme l'accompagnement entrepreneurial est une variable importante dans ce thème, nous allons donner un aperçu général sur ce terme

1.1.1. Définitions de l'accompagnement entrepreneurial :

Pour arriver à définir l'accompagnement entrepreneurial, il faut d'abord définir le concept accompagnement. Ce terme désigne une relation entre un ou plusieurs personnes qui se composent des accompagnants, ceux qui fournissent des aides, et les accompagnés, ceux qui ont besoin de ces aides, afin d'atteindre leur but. Ce type de relation ne consiste pas à exercer une autorité de l'un sur l'autre, elle se focalise sur le partage, le transfert de l'aide, des informations, expériences, pour arriver au résultat souhaité. Tel que note Sammut (2003), *l'accompagnement permet de transmettre des connaissances à l'accompagné*¹.

À propos de la notion de l'accompagnement entrepreneurial, c'est l'acte d'accompagner, mais dans le processus entrepreneurial, il s'agit de sensibiliser le porteur de projet à tous les moyens et les facteurs nécessaires pour réalisation et la réussite de son projet d'entreprise, donc c'est une relation entre un entrepreneur et tierces personnes afin de stimuler l'acte entrepreneurial.

L'accompagnement entrepreneurial peut être vu aussi comme un processus mis en place pour une certaine période afin d'aider le porteur de projet au long de son parcours entrepreneurial, « *L'accompagnement est un processus organisé par une tierce partie, s'inscrivant dans la durée et permettant à un (ou des) porteur(s) de projet ou un (ou des) entrepreneur(s) de bénéficier d'une dynamique d'apprentissage (formation, conseil...), d'un accès à des ressources (financières, informationnelles...), d'une mise en réseau, de services (administratifs, hébergement...) et d'une aide à la décision (coaching, mentorat...)* »².

¹ Bahkali C, Messeghem K, Sammut S, « Les structures d'accompagnement à la création d'entreprises à l'heure de la gestion des compétences », Management & avenir, n°39, septembre 2010, P151.

² Messeghem K, et autres : « Livre blanc sur les structures d'accompagnement à la création d'entreprises en France », LABEX entreprendre, Université of Montpellier, 2014, P30.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

1.1.2. Objectifs de l'accompagnement entrepreneurial

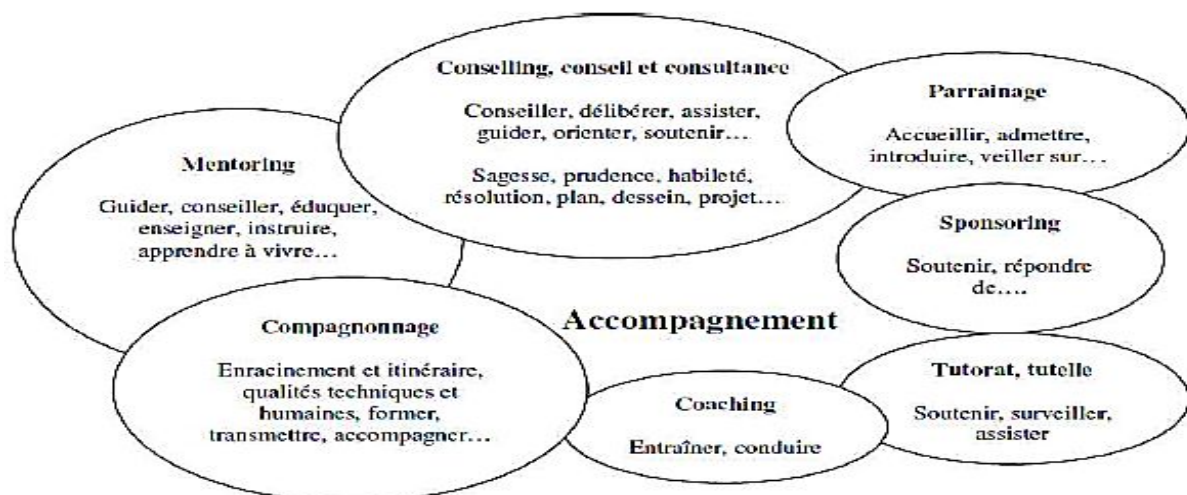
Cet accompagnement vise à réaliser certains objectifs :

- L'objectif principal s'agit de la réussite de projet entrepreneurial ;
- Aider le porteur de projet et rester près de lui pour le soutenir dans son parcours entrepreneurial ;
- Mettre à leur disposition des différentes ressources nécessaires à la réalisation et au développement de leur projet d'entreprise ;
- Aider l'accompagné à acquérir des compétences et des savoir-faire, afin de le rendre plus autonome et qualifié pour gérer son entreprise ;
- Orienter ces porteurs de projet, et répondre à leurs besoins afin d'atteindre avec succès leurs buts.

1.1.3. Les formes d'accompagnement

L'accompagnement des porteurs de projets dans le processus de création d'entreprises peut prendre plusieurs formes afin de répondre aux divers besoins de ces derniers.

Figure 04: La nébuleuse de l'accompagnement :



Source : Paul M, « L'accompagnement : une nébuleuse », revue Éducation permanente, n° 153, Paris, 2002, P 56.

Certaines structures offrent un accompagnement complet, tandis que d'autres se focalisent sur une forme précise. Parmi ces formes, on cite les principales qui sont : l'accompagnement financier, logistique, et l'accompagnement en conseil et formation :

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

1.1.3.1 L'accompagnement financier :

C'est un appui financier qui s'agit de mettre à disposition des porteurs de projet, des ressources financières dont ils ont besoin pour la réalisation d'un projet entrepreneurial. Il s'agit principalement *de subventions, d'avances remboursables, de cautions et garanties, d'accès au capital risque*¹. Parmi ces modèles de financement : des business angel, les entreprises d'investissement en petites entreprises.

- *Les business Angel* : sont des personnes physiques, ayant une grande expérience des affaires², qui investissent une partie de leurs ressources financières pour répondre aux besoins de la création d'entreprises. Même partager avec l'accompagné leurs compétences, expériences professionnelles, et du temps, pour leur porter de l'aide.
- *Les entreprises d'investissement en petites entreprises* : sont des entreprises, ayant pour but d'investir et d'apporter de l'aide pour la création de nouvelles entreprises, cette aide peut être financière ou bien avec d'autres ressources ou apports dont le créateur a besoin pour lancer son projet.

1.1.3.2 L'accompagnement logistique :

Il s'agit d'un soutien logistique qui permet de mettre à disposition des jeunes entreprises *un hébergement dans des locaux adaptés et flexibles pour une période temporaire et des services administratifs. Puis l'offre de conseils plus ou moins complexes, ainsi que l'ouverture sur des réseaux d'affaires*³, afin de réduire les coûts et faciliter le démarrage d'entreprise.

1.1.3.3 L'accompagnement en conseil et formation :

C'est la forme considérée comme la plus importante vu son apport et son aide sur le parcours entrepreneurial. Les porteurs de projets ont des idées, mais ils ont besoin des conseils et des formations afin d'acquérir plus de compétences pour lancer leurs projets. Cet accompagnement vise *la sensibilisation et la formation à la création d'entreprises, les différents types de conseils spécialisés ou généralistes apportés aux entrepreneurs*⁴.

¹ Albert P, Bernasconi M, Gaynor L, « Les incubateurs : Émergence d'une nouvelle industrie », ministère de l'Économie des finances et de l'Industrie, Paris, 2002, P 9.

² Messeghem K, et autres : « Livre blanc sur les structures d'accompagnement à la création d'entreprises en France », op-cit, P33.

³ Albert P, Bernasconi M, Gaynor L, op-cit, P9.

⁴ Idem.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

1.2.Coaching, comme forme importante d'accompagnement entrepreneurial :

Le coaching joue un rôle important dans l'accompagnement entrepreneurial, nous allons le présenter dans ce qui suit :

1.2.1. Définition du coaching :

Le coaching est « une forme d'accompagnement personnalisé qui gagne en popularité dans le monde organisationnel parce qu'il s'avère très efficace tant pour le développement de nouvelles compétences que pour le changement de comportements moins productifs. Le coaching intéresse les entreprises pour ces deux raisons et aussi parce que, en plus, il aurait un effet positif sur la rétention des cadres et des professionnels qui apprécient cette forme d'attention particulière »¹.

De manière plus simple, le coaching est un accompagnement de personnes ou d'équipes dans le but de développer leurs potentiels respectifs, de permettre l'émergence et la mise en place de stratégies de réussite pour définir et atteindre leurs objectifs, tant dans les domaines personnels que professionnels.

1.2.2. Les différentes formes de coaching :

1.2.2.1.Le coaching individuel :

L'entretien individuel entre un coach et son coaché a pour objectif d'accompagner la personne vers ses objectifs professionnels ou personnels.

1.2.2.2.Le coaching d'équipe :

Ce type de coaching est une démarche d'accompagnement spécifique, et le groupe à coacher est permanent ou temporaire.

1.2.2.3.Le coaching collectif :

L'accompagnement de personnes d'horizons différents en termes de domaines d'activités, de fonctions, d'entreprises ... avec un objectif de permettre aux personnes de trouver individuellement leurs réponses, leurs solutions et développer leurs propres potentiels.

¹Dagley G.R. en collaboration avec l'Institut des ressources humaines de l'Australie (2008) Executive Coaching: An HR View of What Works, publié électroniquement par la Fédération internationale des coachs, www.coachfederation.org consulté le 12/04/18 à 15 :10

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

1.2.3 Définition du coaching entrepreneurial :

Le coaching entrepreneurial est un « Accompagnement individualisé destiné aux entrepreneurs dont l'entreprise est en phase de démarrage ou de jeune croissance, qui répond à un besoin particulier d'acquisition, de développement et d'amélioration des compétences requises pour gérer l'entreprise »¹.

Généralement, le coaching entrepreneurial se déroule en trois phases :

1.2.3.1 Phase initiale :

Le coach et l'entrepreneur travaillent ensemble sur la définition précise du projet de création, sur les objectifs que l'entrepreneur souhaite atteindre dans ce projet et sur le renforcement ou réajustement de sa légitimité, point d'ancrage essentiel pour la suite du développement.

1.2.3.2 Phase d'élaboration du plan d'action :

Une fois la confiance en soi affirmée ou renforcée face au projet, l'entrepreneur élabore en détail son plan marketing et commercial. De ceux si découle le plan d'action précis à mettre en place pour démarrer son activité. Lors de cette phase, le coach accompagne l'entrepreneur dans son questionnement, offre un espace d'échange et un effet miroir, facilitant la prise de décisions essentielles pour l'avancée du projet.

1.2.3.3 Phase de mise en place :

Les étapes du lancement étant clairement définies, le coach veille à ce que les échéances fixées soient respectées et offre un soutien et un renforcement de la confiance en soi permettant à l'entrepreneur d'avancer malgré les difficultés ou refus rencontrés.

1.2.4 Les facteurs de succès du coaching entrepreneurial :

¹Couteret P, Audet J « coaching, comme mode d'accompagnement de l'entrepreneur », Revue internationale de psychosociologie, Vol 7, 2006, P (139-157).

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Le recours à un coach est une décision propre à l'entrepreneur et c'est lui qui est en mesure d'évaluer la réussite et la performance de cette intervention. Néanmoins, le succès du coaching est appréhendé par trois éléments principaux¹ :

- Le degré d'influence, l'attitude et/ou la connaissance de l'entrepreneur coaché.
- L'achèvement aux objectifs fixés par les deux parties (le coach et l'entrepreneur).
- Le degré de satisfaction atteinte par l'intervention.

1.3. La structure d'accompagnement :

En effet, pour accomplir sa mission d'accompagnement les porteurs de projets, un dispositif qui est une structure d'accompagnement en sera chargé.

1.3.1. Définition de la structure d'accompagnement :

La structure d'accompagnement est l'organisme qui fait l'acte d'accompagner des porteurs de projets, pour une définition au sens large « *une structure d'accompagnement est une organisation qui propose un accompagnement entrepreneurial et managérial, des services et éventuellement un hébergement* »². Elle contribue à l'acquisition de légitimité par l'entrepreneur lui permettant d'accès aux ressources dont ils ont besoin. Ces structures ont comme rôle principal, le meilleur choix des coaches qui seront aptes à répondre aux besoins des accompagnés, où ces besoins seront clairs et bien déterminés.

1.3.2. Généralités sur l'incubateur :

L'incubateur est la structure d'accompagnement la plus connue, nous essayerons de la présenter dans ce qui suit :

1.3.2.1. Le concept d'incubateur :

Définir le concept d'incubateur d'entreprise requiert en premier lieu d'aller à la source du mot « incubateur » afin de le décortiquer, pour comprendre sa définition au sens large. De prime à bord, le mot incubateur est très facile à définir puisqu'il se réfère à « un appareil servant à l'incubation artificielle des œufs de poule, d'oie. »³. Il est également synonyme d'une couveuse.

¹ Couteret P, Audet J, op-cit, P (139-157).

² Bakkali C, Messeghem K, Sammut S, « Les structures d'accompagnement à la création d'entreprises à l'heure de la gestion des compétences », op-cit, P 150.

³ <http://www.larousse.com/en/dictionnaires/francais/incubateur>, consulté le 10/04/18, à 16 :39

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Étymologiquement, le concept d'incubation est originaire de l'Europe¹, comme le souligne R. Aernoudt (2004) dans ses recherches sur les origines du concept d'incubateur d'entreprise. Dans les temps anciens, il était courant que les gens se rendent dans des temples romains (ou grecs), et s'étendent en dessous des cadavres d'animaux ayant été sacrifiés, la pratique se prénommant 'incubatià'. Et graduellement, l'incubateur devint un endroit où les enfants prématurés étaient nourris et pris en charge temporairement en attendant qu'ils puissent être forts et autonomes². Bien plus tard, à partir des années 1950, le terme d'incubateur sera emprunté et utilisé dans un autre environnement, celui du milieu des affaires, avec une autre connotation particulière.

1.3.2.2.L'évolution de l'incubateur :

Fin des années 50, la première apparition des incubateurs d'entreprise dans les États-Unis est le lieu où les incubateurs d'entreprise sont apparus, avec la création en 1959 du tout premier incubateur de développement économique et local à Batavia dans le district de New York (Albert et al. 2002). En Europe, les premiers incubateurs ont vu le jour bien plus tard, dans les années 1970. Ils vont s'inspirer du modèle américain pour servir d'outil de rescousses aux industries manufacturières en déclin. Toutefois, ce dernier a très vite disparu à cause des difficultés de financement auxquelles il faisait face. Ce n'est qu'à partir du début de l'année 1980 que les incubateurs, plus particulièrement les incubateurs de développement économique se sont développés. Le service de l'hébergement (offre d'espace de travail) était le premier à être offert et progressivement se sont développés les services d'accompagnement (encadrement, coaching) et de conseils.

À partir de 1998, soit 10 ans plus tard, une nouvelle vague d'incubateurs avec des modèles diversifiés est apparue : les incubateurs privés. À l'horizon des années 2000, afin de profiter financièrement de l'éclatement de la bulle internet, les incubateurs privés à but commercial ont été lancés par des entrepreneurs indépendants, des financiers, et certaines grandes entreprises. Parallèlement, les incubateurs issus du monde académique et des centres de recherche se sont également développés grâce aux politiques d'innovations prônées par les États. Notons que la souplesse d'adaptation du concept d'incubateur lui a concouru à son développement dans les pays d'Europe (France, Angleterre), d'Asie (Chine, Thaïlande, etc.)

¹Aernoudt R, "Incubators: Tool for Entrepreneurship?" Small Business Economics, Vol 23, N° 2, Taiwan, 2004, P127.

² Idem.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

et d'Amérique latine (Brésil). En Afrique subsaharienne notamment à l'Algérie, Kenya, au Sénégal et au Ghana, les incubateurs ont fait leur apparition au début des années 2010.

1.3.2.3. Définitions de l'incubateur :

Selon les auteurs, le terme incubateur, tout comme le terme entrepreneuriat, est difficile à lui attribuer une définition finale, vu que c'est un nouveau domaine qui n'est pas encore arrivé à la phase de maturité, d'un autre côté, il est multidisciplinaire, donc « *il n'existe aucune définition normalisée de l'incubation d'entreprises* » (Hamdani, 2006)¹.

En effet, le terme incubateur ne présente pas de définitions homogènes et similaires, ce terme peut être défini suivant différents angles, selon ses moyens et missions.

Selon la norme AFNOR X50.770² (octobre 2003), l'incubateur d'entreprise est défini comme « *une structure d'accueil, d'hébergement, d'accompagnement et d'appui aux porteurs de projets, créateurs d'entreprises ou bien aux chefs d'entreprises d'une entreprise de moins de cinq ans d'existence* ».

Puisque l'intervention des incubateurs est en amont, avant la création d'entreprises, d'autres auteurs tels que Hackett et Dilts (2004) définissent l'incubateur d'entreprise comme étant un environnement spécifiquement organisé pour stimuler la croissance et le développement de nouvelles entreprises. Dans la même perspective, Carayannis et von Zedtwitz (2005) notent « *un incubateur est une structure qui propose à des porteurs de projets, en phase ante ou post création, cinq types de services : l'accès à des ressources physiques, des services de secrétariat, l'accès à des ressources financières, l'aide au démarrage et la mise en réseaux* »³.

D'un autre côté, certains auteurs notent qu'en général « *un incubateur d'entreprises est une unité opérationnelle dont la spécialité est d'offrir aux entreprises nouvelles et en croissance des locaux, des services, des conseils et un soutien afin de les aider à s'établir et à devenir rentables* ».⁴

¹ Joseph R, Bordt M, Hamdani D, « caractéristiques des incubateurs d'entreprise au Canada », document de travail, n°007, Canada, juillet 2006, P7.

² Norme de qualité qui définit précisément les fonctions de base qui sont assurées par un incubateur d'entreprises <https://www.afecreation.fr/cid45294/pepiniere-d-entreprises.html>, consulté le 10/04/2018 à 11:30.

³ Bakkali C, Messeghem K, Sammut S, « Pour un outil de mesure et de pilotage de la performance des incubateurs », Vol 17, n° 3, Erudit, Paris, 2013, P140.

⁴ Joseph R, Bordt M, Hamdani D, « caractéristiques des incubateurs d'entreprise au Canada », op-cit, P7.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

De manière plus simple, pour Brooks (1986), l'incubateur est *un facilitateur pour de multi locataires qui offre aux entrepreneurs : des loyers flexibles de petites sommes pour des espaces de bon marché ; une réserve de services bureautiques partagés pour réduire les frais généraux ; quelques formes d'assistance professionnelle et managériale ; et l'accès ou l'assistance pour acquérir le capital de départ*¹.

Alors, nous pouvons retenir que les incubateurs sont des structures d'accompagnement et d'appui à la création d'entreprises qui sont au service des porteurs de projets, en mettant à leur disposition un hébergement immobilier souple, des services administratifs, des conseils et de soutien, et le réseautage, en vue de les aider dans les premières étapes de la vie de leurs entreprises.

1.3.2.4. La différence entre l'incubateur et la pépinière d'entreprise :

Pour Albert P, « *Les incubateurs et pépinières d'entreprise ne sont ni des abris ni des boîtes magiques. Ce sont des outils pratiques qui permettent à différents types de promoteurs de créer de microenvironnements au service des jeunes entreprises* »², donc la pépinière d'entreprises comme l'incubateur sert à accompagner et améliorer le succès des entreprises naissantes.

En effet, en langue anglaise, le terme « incubator » désigne les pépinières, où de façon générale, le terme « incubator » recouvre à la fois les structures d'appui avant et après la création³. Mais, en français, le terme « incubateur » s'est appliqué aux structures d'appui avant la création d'entreprises, le terme « pépinière » a été utilisé plus couramment pour les structures d'appui aux entreprises après leur création, ce terme étant préféré à celui de nursery, de ruche, de couveuse⁴.

Alors la différence entre ces deux structures d'accompagnement réside dans la phase de processus entrepreneurial où interviennent ces dernières, en effet, l'incubateur aide les porteurs de projets avant le démarrage de leurs entreprises, tandis que la pépinière d'entreprise soutient ces porteurs de projets après la phase de démarrage, en premières étapes de développement de ces entreprises.

1.3.2.5. Les missions des incubateurs

¹Brooks OJ, « Economic development through entrepreneurship: Incubators and the Incubation Process,» Economic Development review, 1986, P27.

² Albert P, Gaynor L, Bernasconi M, « les incubateurs et pépinières d'entreprises: un panorama international », l'Harmattan, 2003, P27.

³ Albert P, Bernasconi M, Gaynor L, « Les incubateurs : Émergence d'une nouvelle industrie », op-cit, P8

⁴ Albert P, Bernasconi M, Gaynor L, « Les incubateurs : Émergence d'une nouvelle industrie », op-cit, P8.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Les incubateurs sont des supports à la création d'entreprises, leur principale mission est d'accompagner les porteurs de projets dans la phase, la plus difficile de processus entrepreneurial, celle de transformation de l'idée en projet réel. Pour y arriver, les incubateurs doivent exécuter les missions suivantes :

a) Hébergement physique des porteurs de projets :

L'incubateur a pour fonction l'hébergement des porteurs de projets, en mettant à leur disposition des locaux aménagés contre des montants réduits, et des services annexes (internet). Cet hébergement permet de favoriser la communication interne entre les dirigeants de l'incubateur et les incubés (les porteurs de projets), pour les accompagner et les conseiller. D'un autre côté, cela renforce la communication entre les incubés, ce qui permet le transfert de savoir-faire et l'échange des informations entre eux.

b) Créer et gérer un réseau de partenariat :

L'incubateur doit créer un réseau avec des partenaires, c'est même l'une de ses missions essentielles qui s'agit de mettre les porteurs de projets en relation avec les prestataires externes, que ce soit des partenaires industriels, gestionnaires, financiers et scientifiques. Ces derniers proposent des différentes offres que les porteurs de projets ont besoin, « *C'est d'ailleurs l'une des missions qu'il a, c'est de nous connecter avec des cabinets d'études de marché, des leveurs de fonds, des prestataires de valorisation de sociétés...c'est ça que j'appelle le réseau, ils ont un tas de prestataires qui sont connectés à eux* »¹.

c) La formation des porteurs de projets:

Puisque ces porteurs de projets sont des futurs créateurs d'entreprise, ils auront besoin de fonction de gestion, et des connaissances dans le domaine entrepreneurial, pour la bonne conduite de leur projet et éviter les échecs. L'incubateur, alors, intègre des professionnels, en différents domaines, qui seront à la disposition des incubés, afin de les aider dans leurs démarches entrepreneuriales, et assurer la bonne réalisation de la phase avant le démarrage de l'entreprise.

d) L'accompagnement dans l'élaboration des projets d'entreprise :

¹ Chabaud D, Ehlinger S, Perret V, « Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle, le cas d'un incubateur », Article de researchGate, novembre 2005, P7.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Après la détection et l'accueil des projets de création d'entreprises, l'incubateur suit sa principale mission qui s'agit d'accompagner les porteurs de ces projets dans leur processus entrepreneurial. Cet accompagnement sera en domaines organisationnels et industriels par des formations ; en domaines commerciaux, puisque ce projet est innovant et à l'aide de réseau qu'offre l'incubateur, ce projet sera facile à commercialiser ; en domaines juridiques et même l'incubateur aide dans le recrutement de l'équipe de direction.

1.3.2.6. Les objectifs de l'incubateur :

Malgré qu'il existe une variété de modèles d'incubateurs, chaque modèle avec ses objectifs spécifiques, mais ils partagent aussi des objectifs globaux, leur principal but est de créer des entreprises réussies et financièrement viables et indépendantes quand elles laisseront l'incubateur, et ce en passant par les objectifs qui appartiennent aux catégories suivantes¹ :

- la création d'emplois ;
- le développement d'activité économique via la création d'entreprises ;
- Se faire de profit ;
- le transfert et la valorisation de technologies ;
- la revitalisation de zones en difficulté ou en reconversion ;
- la diversification du tissu industriel ;
- la promotion de certaines filières d'activité ;
- la promotion de certaines catégories de populations ;

Plus à ces derniers, l'incubateur a pour objectif aussi de stimuler la création d'entreprises innovantes, et de limiter les cas d'échec par des conseils, et en développant le portefeuille de compétences des porteurs de projets par des formations diverses. Ainsi, assurer la possibilité de développement des jeunes entreprises naissantes, par le système d'hébergement, et de mise en disposition de réseau afin d'acquérir des financements d'attirer des clients potentiels.

¹ Albert P, Bernasconi M, Gaynor L, « Les incubateurs : Émergence d'une nouvelle industrie », Op.cit. P14.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Section 2 : Les modèles des incubateurs et processus de l'incubation.

L'incubateur étant une structure importante dans l'accompagnement au processus entrepreneurial, et il intervient aux diverses phases de ce processus, donc il en sort de multiples modèles d'incubateur, avec différents processus d'appui qui seront présentés dans cette section.

2.1 Les modèles d'incubateurs :

Les incubateurs proposent généralement des services d'accompagnement équivalents. En revanche, ils n'accueillent pas forcément les mêmes types de projets, pour cela il existe plusieurs modèles d'incubateurs.

2.1.1 Les différents types et modèles d'incubateurs :

Les incubateurs se définissent selon leurs types. Dans ce cas-là, on distingue quatre familles d'incubateurs:

- les incubateurs de développement économique et local ;
- les incubateurs académiques et scientifiques (incubateur d'écoles) ;
- les incubateurs d'entreprises (corporate) ;
- les incubateurs d'investisseurs privés.

2.1.1.1. Les incubateurs de développement économique et local :

Les incubateurs de développement local sont les plus anciens et les plus nombreux dans les modèles des incubateurs. Promues et créées par des initiatives locales publiques, ces dernières se caractérisent principalement par un financement provenant des pouvoirs publics. Ils fournissent des prestations logistiques et ils offrent des services d'hébergement et d'assistance semblables à ceux des pépinières. Ils ont pour objectif de promouvoir le développement économique local en stimulant la création d'entreprises et la création d'emplois. Cette reconversion remet souvent en cause leur appellation d'incubateur technologique.

a) Principales caractéristiques des incubateurs de développement local :

- Créés par des initiatives locales publiques ;
- Se sont développées en masse au milieu des années quatre-vingt ;
- La majorité ne possède pas de programmes nationaux de développement ;

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

- Ont un impact positif sur les entreprises incubées et la communauté s'ils sont performants ;
- Peuvent exercer d'autres missions en parallèle dans le but d'une autonomie financière.

b) Critères de performance des incubateurs de développement local :

- Les incubateurs doivent s'insérer dans un vaste programme de développement local, et ne doivent pas être des entités isolées ;
- Les incubateurs doivent être promus par un partenariat entre les principaux acteurs privés et publics qui interviennent dans l'économie locale ;
- Nécessité de réaliser des études d'opportunité et de faisabilité avant le lancement ;
- Nécessité d'un vaste soutien du public pour créer et maintenir l'incubateur ;
- La disponibilité des locaux pour accueillir les entreprises est un élément clé ;
- La valeur ajoutée des incubateurs aux entreprises dépend de la qualité des services d'appui et de conseil offerts.

2.1.1.2. Les incubateurs académiques et scientifiques :

Les incubateurs académiques correspondent à des structures très diverses et sont de plus en plus encouragés par les pouvoirs publics. Ainsi, ce sont des organismes mis en place dans ou en lien fort avec une école d'ingénieurs, une école supérieure de commerce, une université ou un centre de recherche. Ce modèle d'incubateurs répond particulièrement aux besoins des individus qui portent des projets à fort potentiel d'innovation, ils ont pour objet d'encourager le transfert technologique à partir de la diffusion et la concrétisation des idées innovantes issues de la recherche.

Les motivations pour développer les incubateurs académiques :

Les motivations de la création des incubateurs par les universités et centres de recherche sont les suivantes :

- Répondre aux pressions de leurs autorités de tutelle et de leur environnement local ;
- Accroître leurs revenus grâce aux subventions accordées par les États et par les revenus des licences ou des actions prises dans les start-ups ;
- Accroître les transferts de technologies et les relations avec l'industrie ;
- Développer l'esprit d'entreprise au sein de l'université et des laboratoires ;
- Participer de façon active au développement économique local ;
- Renforcer son image pour attirer les étudiants, les professeurs, les entreprises.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

2.1.1.3. Les incubateurs d'entreprises (Corporate)

Les incubateurs d'entreprises sont des structures d'accompagnement de projets de création d'entreprises, ils sont mis en place par des grands groupes d'entreprises de hautes technologies où ils visent à développer des produits inédits ou des services innovants pour leur industrie par la création de programmes internes afin de favoriser l'émergence de véritables start-ups. Ils ont été créés pour accompagner les projets de recherche et développement internes et pour développer l'esprit d'entreprendre au sien d'une entreprise par l'encouragement des projets d'essaimage et d'entrepreneuriat.

Les limites du modèle d'incubateur d'entreprise :

Ce modèle d'incubateurs connaît des limites comme :

- Conflit de cultures entre l'industriel (maison mère) et la nouvelle entreprise qui peut mener à l'intervention directe de l'industriel sur la gestion de la nouvelle entreprise ;
- Conflit de gestion. En effet, il est difficile de délimiter les frontières entre les deux organisations et les responsabilités de chacune. ;
- Les difficultés liées à la répartition du capital entre les parties prenantes, la stratégie de développement et l'autonomie relative de la nouvelle entreprise ;
- L'incubateur d'entreprise est limité aussi par la jeunesse de ce modèle et l'absence d'effets d'expérience, leur nombre petit dans le monde et la rareté des projets à incuber à cause de leur focalisation sur un seul secteur d'activité.

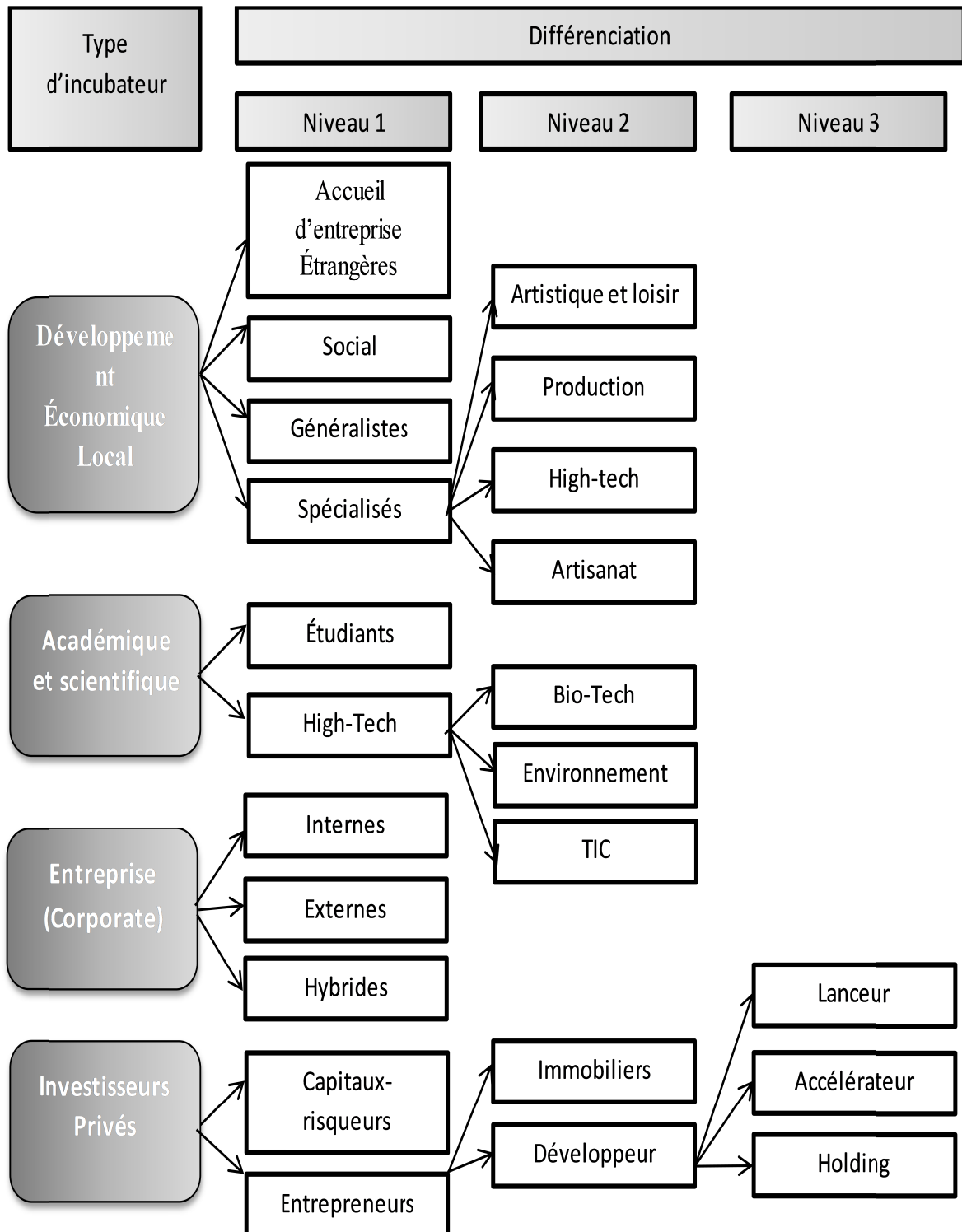
2.1.1.4. Les incubateurs d'investisseurs privés

Ce sont des incubateurs créés par des investisseurs privés comme des sociétés de capital-risque, des entrepreneurs ou des business Angels. Aussi appelés des « accélérateurs », ils ont pour principal objectif de générer du profit. Leur fonctionnement est basé sur un fonds d'investissement privé permet de capitaliser tout de suite la nouvelle société et une capacité d'hébergement importante et des services logistiques partagés.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

2.1.2. La distinction entre les types d'incubateurs

Figure 05 : Différenciation de types d'incubateurs :



Source : Albert P, Bemasconi M, Gaynor L, « Les incubateurs : Émergence d'une nouvelle industrie », ministère de l'Économie des finances et de l'Industrie, Paris, 2002, P 82.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

2.1.3. Les caractéristiques de différents modèles d'incubateurs :

Les caractéristiques sont résumées dans ce tableau qui suit :

Tableau n°02 : Les caractéristiques des différents types d'incubateurs.

	Incubateurs de développement local	Incubateurs académiques et	Incubateurs d'entreprises	Incubateurs d'investissement
Finalité	À but non lucratif	À but non lucratif	Profit	profit
Objectifs	Revitalisation économique et sociale au niveau local	Valorisation d'actifs scientifiques et techniques	Sensibilisation et esprit d'entreprise Retenir des talents	Profit par revente d'actions d'un portefeuille d'entreprise
Cible	Petites entreprises artisanales, commerciales ou de services.	Projets internes aux institutions, avant création projets externes	Projets internes et externes, en général en relation avec les métiers de l'entreprise	Start-up technologiques
Promoteurs	Acteurs publics locaux	Institutions académiques	entreprises	Business angels
Contexte	Collectivités locales, structures d'insertion professionnelle, entreprises locales	Universités, labos de recherche, entreprises technologiques	Entreprise incubante, Entreprises partenaires et société de capital-risque	Investisseurs privés, Entreprises partenaires et société de capital-risque

Source : Loué C et autres, «L'entrepreneur à l'épreuve de ses compétences : éléments de construction d'un référentiel en situation d'incubation », L'Entrepreneuriat, Vol 7, n°1, 2008, P (63-83).

2.2 Le processus de l'incubation

Pour bien mener le métier de l'incubation, les porteurs de projets doivent passer par le processus de l'incubation, ce dernier qui se compose de différentes phases de l'incubation.

2.2.1 Définitions et présentations de processus de l'incubation :

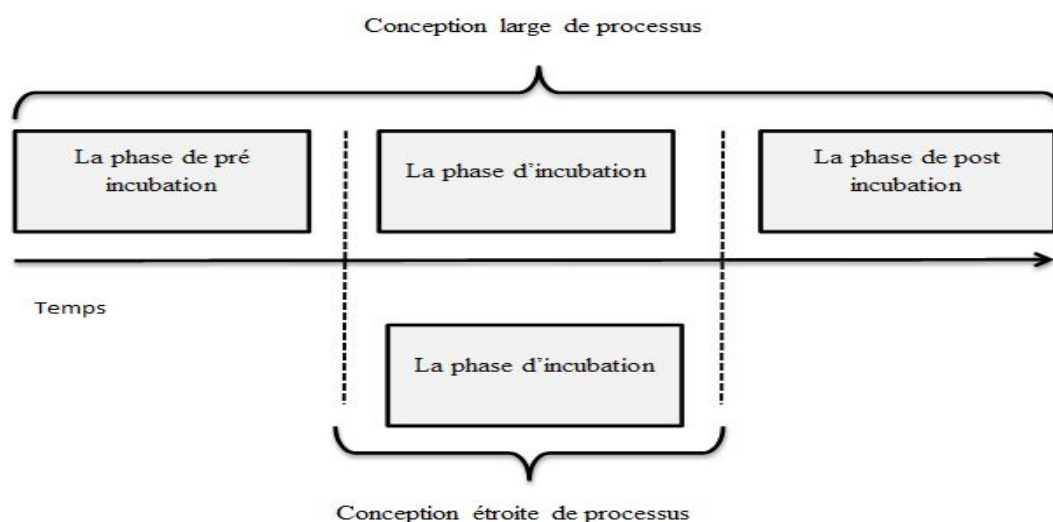
Selon les auteurs, l'incubation est un processus, et le processus est un enchaînement des étapes, des phases et des faits pour aboutir à quelque chose. Les différents auteurs, tels que Hackett et Dilts (2004), ont montré que la recherche n'a pas donné trop d'importance au processus d'incubation et à la définition même du processus. Ils précisent aussi que l'une des difficultés dans la définition de l'incubation réside dans « *la tendance à ne pas définir le processus d'incubation, ou à le définir de manière différente à chaque fois* »¹.

¹Hackett SM, Dilts DM, « A systematic review of Business incubation Research, » Journal of technology transfer, vol 29, 2004, P (55-82).

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Toutefois, Masmoudi¹ fait la distinction entre deux conceptions du processus d'incubation : une conception large et une conception étroite. Dans sa conception large, l'incubation est un processus continu qui s'étale sur une durée de quelques mois à quelques années. Il se résume en trois étapes avec une phase initiale de pré incubation, une phase d'incubation et une phase de post incubation. Il existe une variété de structures d'incubation qui interviennent de façon irrégulière et à différents niveaux dans le processus d'incubation. Tandis que, la conception étroite du processus d'incubation concerne uniquement la phase d'incubation même des porteurs de projets. La durée du processus dépend donc largement de la maturité des projets d'entreprises incubés.

Figure n°06 : Les deux conceptions de processus d'incubation :



Source : Masmoudi R, « Étude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion, université du Sud Toulon-var, France, 2007, P 118.

2.2.2. Les phases de processus d'incubation :

Selon la revue de la littérature, il n'existe pas réellement un standard ou une norme sur laquelle les organismes d'incubation s'appuient. Les processus d'incubation varient selon le contexte de l'incubateur, son modèle et ses objectifs spécifiques, donc « *Il n'existe pas un processus universel d'incubation. Chaque structure d'incubation admet sa propre logique d'intervention et son propre processus d'incubation* »².

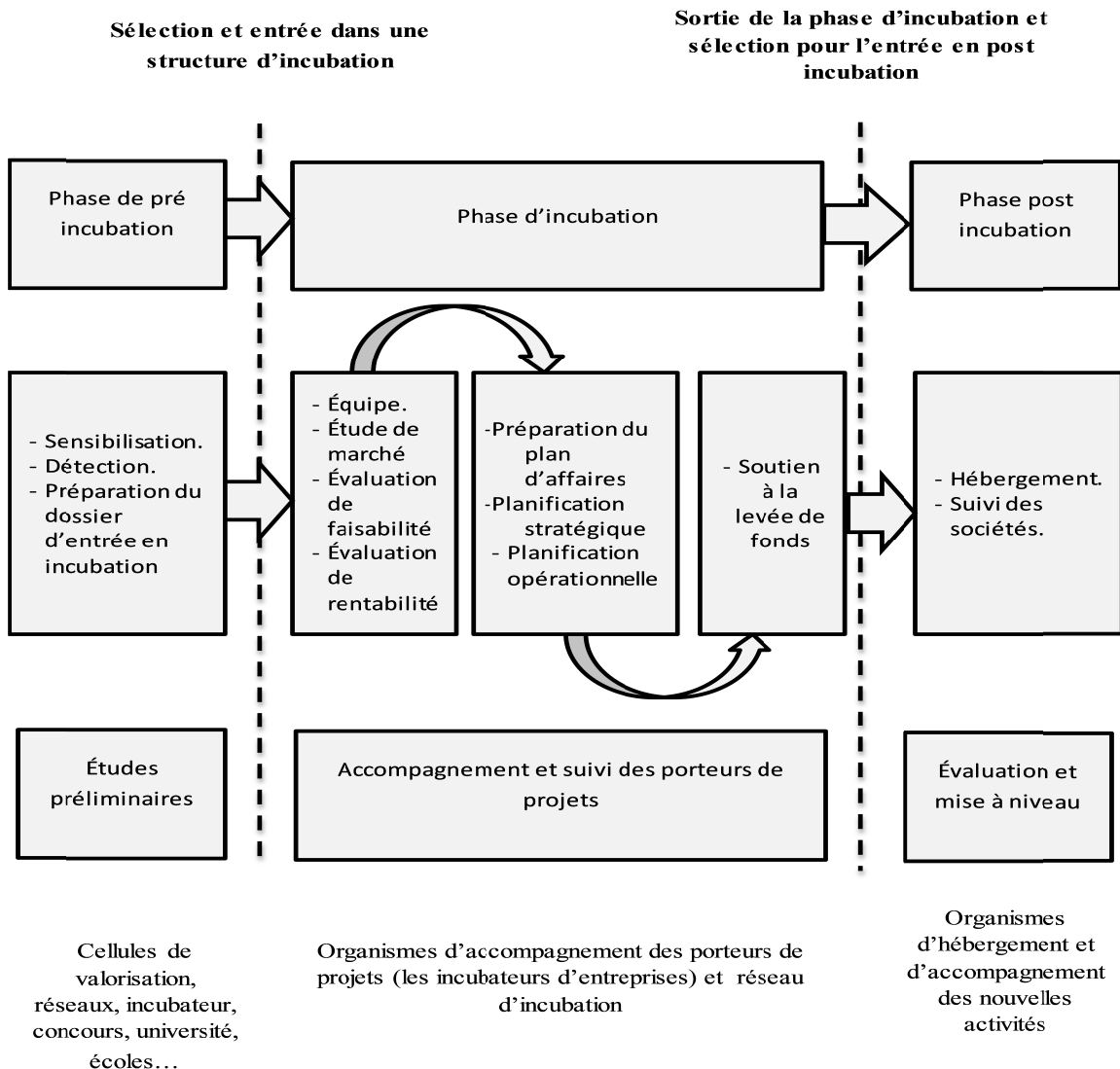
¹Masmoudi R, « Étude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion, université du sud Toulon-var, France, 2007, P117.

²Masmoudi R, Ibid, P 119.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

De son côté, Masmoudi propose un processus d'incubation qui est réparti en trois phases : la phase de pré incubation, la phase d'incubation, et e phase de post poste incubation.

Figure n°07 : Modèle conceptuel du processus d'incubation au sens large :



Source : Masmoudi R, « Étude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », thèse du doctorat en sciences de gestion, université sud Toulon-var, France, 2007, P 120.

2.2.2.1. La phase de pré incubation

La phase de pré incubation est la phase initiale de ce processus :

a) Présentation de la phase

L'intervention de cette phase est très en amont de la création d'une entreprise, avant même sa naissance. Les activités principales dans cette phase concernent la sensibilisation à la création des entreprises, l'accueil et l'aide des individus porteurs d'idées. Alors, « *La pré*

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

incubation est un processus pendant lequel le porteur d'une idée se transforme, grâce à un dialogue professionnel avec des tiers, en un porteur de projet assorti d'un programme de travail précis qui sera réalisé pendant la période d'incubation »¹. La fonction principale de cette phase est la sensibilisation à l'entrepreneuriat, mais avant que cette phase se déclenche l'organisation fait appel aux porteurs d'idées, et les accueille dans l'organisation.

b) Les objectifs de la phase de pré incubation

Au cours de cette phase, la structure d'incubation vise à atteindre deux principaux objectifs, en accompagnant les porteurs d'idées, la sélection des projets d'entreprise à suivre leur accompagnement, et l'identification claire des besoins de chaque projet sélectionné :

- La sélection des projets d'entreprise à accompagner :

Tout projet de création d'entreprises ne donne pas lieu à une création, c'est pour cela que cette phase a été mise en place, afin de sélectionner les projets promoteurs avec un besoin d'accompagnement, et les projets qui sont dans la voie de réussite, et éliminer les projets qui ne peuvent pas être incubés. Cette sélection permet d'identifier les projets qui ont besoin de l'accompagnement de cet incubateur, et ce dernier puisse le satisfaire.

Le choix des projets aptes à être incubés varie selon les objectifs de l'incubateur, et les caractéristiques et critères soulignés par ce dernier.

- *Méthodes et stratégie de sélection des projets :*

À propos de la méthode de sélection des projets, deux méthodologies ont été développées². Lumpkin et Ireland (1988) utilisent l'analyse par grappes pour identifier facteurs critiques, tandis que le Département du Commerce des États-Unis a développé une analyse des contraintes pour cet objectif. Ce département a mis au point des outils de dépistage et des modèles de simulation qui aident à l'identification de nouvelles entreprises avec une forte probabilité de succès. Ces outils passent par un processus en trois étapes qui vise à déterminer d'abord l'attractivité de projet qui a l'intention d'entrer, puis l'adéquation entre le porteur et le projet, et enfin si l'incubation est la meilleure façon de procéder.

L'analyse est fondée sur trois questions:

- Est-ce une bonne affaire?

¹ Masmoudi R, Ibid, P126.

² Hamdani D, « Conceptualizing and Measuring Business Incubation, » Statistics Canada, n° 006, Ottawa, 2006, P (19-20).

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

- Si oui, le porteur de projet a-t-il la compétence pour l'exercer?
- L'incubation est-elle le moyen le plus approprié pour le poursuivre?

Pour la stratégie de sélection de projets, selon Bergek et Norrman¹, les critères fondamentaux de sélection sont le projet et son porteur. L'équipe de sélection doit bien évaluer le projet et centrer son idée, afin de constater la valeur de projet, donc cette équipe doit être compétente et avoir des connaissances en domaine de projet. D'un autre côté, le porteur de projet doit être évalué, selon ses compétences et son profil entrepreneurial.

- Identification des besoins :

Durant cette phase, l'équipe d'évaluation doit analyser les projets, et arriver à identifier les besoins de chaque projet. Pour enfin, fixer des programmes d'accompagnement spécialisés qui seront réalisés en phase d'incubation, et aptes à répondre et satisfaire les besoins.

c) Durée de la phase de pré incubation

La durée de la phase de pré incubation diffère d'un incubateur à un autre, ou selon la complexité de l'idée ou selon l'individu porteur de cette idée. En considérant la pré incubation du moment de présélection de projet jusqu'à son entrer dans la phase d'incubation, ça peut tenir des mois jusqu'à un an maximum.

d) L'importance de la phase de pré incubation

Cette phase initiale dans le processus de l'incubation est importante pour le porteur de projet tout comme pour l'incubateur :

- Pour l'incubateur :

Grâce à cette phase, l'équipe de sélection va se permettre de bien étudier et analyser les projets avant de prendre la décision de sélectionner. Aussi, c'est à l'aide de cette phase que l'incubateur puisse centrer les besoins de chaque projet, pour ensuite fixer le programme d'accompagnement qui peut répondre à ces besoins.

- Pour le porteur de projet :

Cette période est très importante pour le porteur de projet, la pré incubation lui permet d'être près des professionnelles pour l'orienter, il va aussi acquérir des connaissances en entrepreneuriat avant de créer et lancer son projet. Notamment, grâce à cette phase, cet individu va finaliser la conception de son projet, et avoir des capacités à établir un business plan.

¹ Bergek A, Norrman C, « Incubator best practice : A framework », Technovation, Vol 28, 2008, P(20-28).

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

2.2.2.2. La phase d'incubation :

La phase d'incubation est une phase très importante dans le cheminement de création de l'entreprise par l'entrepreneur.

a) Présentation de la phase :

Une fois que le projet est intégré dans le dispositif, le porteur de projet entre dans cette phase. Cette dernière est basée sur l'action entrepreneuriale et elle est principalement caractérisée par l'accompagnement de l'individu porteur de projets dans la construction globale de son affaire, jusqu'à la constitution de son entreprise. Cette phase est un processus qui conduit à la rédaction du plan d'affaires et débouche sur la création effective de l'entreprise. Selon Masmoudi (2007)¹, l'accompagnement passe par quatre activités :

- **La réalisation d'étude préalable :** Elle est considérée comme une première étape essentielle à la rédaction du plan d'affaires. L'objectif de cette étude est de pouvoir identifier s'il y a une opportunité d'affaires par rapport à l'idée innovante. Cette étude préalable contient 3 études principales :
 - L'évaluation de marché : cette évaluation permet de connaître si le marché possède un tel besoin et s'il est capable de couvrir le coût de ce produit ou service.
 - L'évaluation de la faisabilité : La réalisation de cette évaluation permettra d'évaluer les objectifs que les porteurs du projet veulent atteindre, d'établir les conditions de réussite de votre projet en termes de finance, de ressources humaines, de compétences, de matériel et de temps. C'est dans cette activité que des prototypes peuvent être réalisés.
 - L'évaluation de la rentabilité : dans cette étude, les évaluations nécessaires sont : l'évaluation des frais fixes, des frais variables, du coût unitaire du produit et de son prix de vente éventuel. Une fois que le porteur du projet trouve ces informations, l'évaluation du seuil de rentabilité du projet peut être envisagée.
- **La rédaction du plan d'affaires :** le plan d'affaires comporte deux parties fondamentales :
 - la planification stratégique : elle représente une planification générale permettant la bonne gestion d'un processus, que ce soit dans la part du marché escompté, les objectifs de vente, le seuil de rentabilité de l'entreprise ainsi que les rapports à entretenir avec son environnement.

¹ Masmoudi R, op-cit, P 129.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

- La planification opérationnelle : cette planification est la procédure par laquelle l'entreprise traduit ses orientations stratégiques en programmes d'action mis en œuvre par tous les services dans le cadre de leurs activités habituelles.

- **Le soutien à la levée des fonds** : La levée de fonds est l'acte par lequel une entreprise se finance auprès de personnes autres que des organismes de crédit. Les dirigeants peuvent faire appel à des business Angels, ou encore à l'argent des particuliers via des plateformes internet dédiées. Les financements se font sous forme de prêts personnels entre particuliers, ou sous forme de prises de participation.
- **L'accompagnement en phase d'incubation** : Grâce à cette phase, le porteur de projet va acquérir des multiples compétences et avoir accès aux ressources nécessaires pour enfin concrétiser son projet et lancer son entreprise.

b) La durée de la phase d'incubation

Cette phase est importante pour l'incubateur et même pour le porteur du projet, où il va lancer son projet après cette phase, elle peut s'étaler entre 2 à 3 ans.

2.2.2.3. La phase de post incubation

Toutefois, si un projet a bénéficié d'une incubation, il peut être aussi supporté dans la phase post incubation.

a) Présentation de la phase de post incubation

Cette phase correspond au démarrage ou à la croissance des nouvelles entreprises créées par une structure d'appui spécialisée dans le suivi et l'hébergement des nouvelles entreprises. Cet organisme jouera donc le rôle de relais à la structure d'incubation. Les structures de post incubation interviennent ainsi au cours du cycle de démarrage, voire de croissance, des nouvelles entreprises. Leur mission est de proposer, entre autres, des services hébergement et de mise à disposition d'outils de fonctionnement (secrétariat, fax, internet...), des services de suivis et de conseils adaptés, des informations, des supports financiers...etc. Ces structures sont généralement des pépinières d'entreprises ou des hôtels d'entreprises.

b) La durée de la phase de post incubation

Dans le cas d'activités technologiques, la durée entre le démarrage de l'entreprise et l'arrivée sur le marché des premiers produits est généralement plus longue que pour l'entreprise traditionnelle : entre 1 à 3 ans pour les technologies de l'information et entre 5 à 15 ans pour les sciences de la vie.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Section 3 : Le rôle de l'incubateur dans la performance de projet entrepreneurial :

Dans cette section nous allons nous concentrer sur le rôle de processus d'incubation et l'influence de ce dernier sur la performance de projet entrepreneurial, en suivant le modèle 3E de Paturel, et finir avec l'impact de l'incubateur sur l'économie.

3.1 Les facteurs déterminants de processus de création d'entreprises :

Selon les différentes recherches et auteurs, la création d'entreprises est un processus complexe et dynamique. Ce processus demande la réunion de plusieurs facteurs de base afin d'aboutir à sa réussite. Selon les auteurs, ce processus combine deux catégories de composantes de base¹, la composante stratégique et la composante psychologique.

3.1.1 La composante stratégique

Cette composante regroupe les caractéristiques de projet, l'environnement et les ressources, qui peuvent influencer sur la performance de projet.

3.1.1.1 Le projet :

L'idée et l'organisation, deux caractéristiques importantes dans le processus entrepreneurial, où l'idée constitue le déclencheur de l'acte entrepreneurial, et l'organisation est la concrétisation de l'idée en projet d'entreprise. Ainsi, le déclenchement de ce processus peut être par la détection de l'individu pour une opportunité d'affaire et la saisir. Certains auteurs insistent sur la bonne analyse et évaluation de l'idée d'affaires, selon différents angles afin d'assurer la performance de projet lors de sa concrétisation.

3.1.1.2 L'environnement :

L'environnement constitue une variable centrale qui influence sur le processus de création d'entreprises, cette influence peut être positive, comme motivation, ou négative, comme frein. L'environnement constitue l'espace où l'entité va être lancée, pour cela une étude fiable doit être menée pour cet environnement. Pour arriver à déterminer si ce dernier renforce l'acte entrepreneurial ou le décourage, et pour aussi détecter, les opportunités à saisir, et les différentes contraintes, qui influencent sur la décision d'entreprendre, à surmonter.

¹ Paturel R, Masmoudi R, « Les structures d'appui à la création d'entreprises : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances », 4^e congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Dunod, P6.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

3.1.1.3 Les ressources :

Les ressources sont les différents moyens que le créateur va mobiliser afin de concrétiser l'idée et de lancer son projet. Ces ressources peuvent être matérielles ou financières ou même humaines dont le créateur a besoin. Alors le créateur doit acquérir des ressources nécessaires, et des ressources humaines qualifiées et compétentes afin de mener le projet à la réussite.

3.1.2. La composante psychologique :

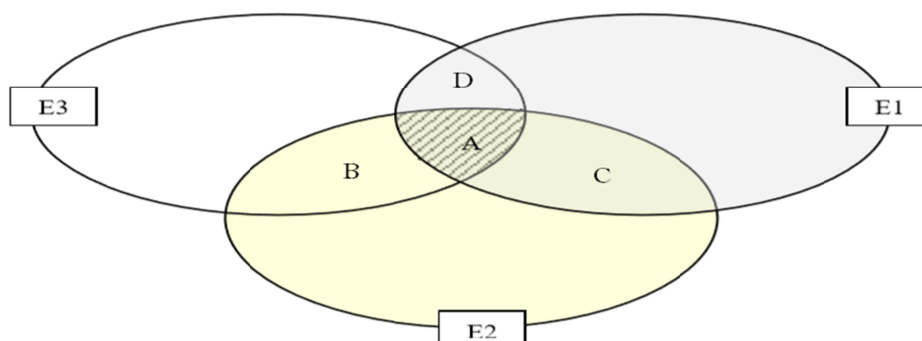
Cette composante regroupe l'ensemble de comportements, aptitudes, et motivations des porteurs de projets. Les caractéristiques psychologiques de créateur sont importantes pour la démarche de création d'entreprises, donc il est intéressant d'analyser et étudier la personnalité de créateur, pour identifier son profil entrepreneurial, et enfin déterminer s'il est compétent et apte à entreprendre.

Toutefois, ces différents éléments sont nécessaires pour analyser les décisions et les réalisations dans une démarche de création d'entreprises. Suite à la diversité des éléments qui sont dans la nature, il existe une multitude de démarches de création. Selon Fayolle (2002), l'entrepreneuriat est donc un phénomène à multi facettes où chaque composante a son importance et n'a de sens que par rapport aux autres composantes dans un contexte déterminé.

Le créateur doit arriver à la combinaison de ces deux composantes pour éviter l'échec de son projet. D'où le rôle d'un organisme d'accompagnement s'agit nécessairement de détecter le manque dans ces composantes, stratégique et psychologique, et de trouver des solutions, durant le processus d'accompagnement, afin de réaliser un projet performant.

3.2. Le modèle des 3E :

Figure 08 : Le modèle des 3E de Paturel



Source : Paturel R, « Pratique du management stratégique », La Gestion en plus, Presses universitaires de Grenoble, 1997, P 150.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Le modèle des « 3E » est développé par Paturel (1997) pour décrire la problématique de la création « ex nihilo » ou de la « reprise d'entreprise », ce modèle est un outil d'aide à la décision pour un chef d'entreprise désireux de connaître l'état de la cohérence de son projet. Aussi il est considéré comme un métamodèle servant à garantir la cohérence entre « les 3 E » constitutifs de la décision que sont:

- **E1** représente l'Entrepreneur (le porteur de projet, le dirigeant-intrapreneur ou l'intrapreneur), et ses aspirations, ce qui exige un diagnostic personnel approfondi de créateur potentiel;
- **E2** constitue les ressources et les compétences possibles à intégrer à l'Entreprise ou, d'une façon plus générale, à l'organisation;
- **E3** résume les possibilités offertes par l'Environnement qu'il soit global, spécifique ou local.

Schématiquement, la zone **A** représente les décisions optimisant les chances de réussite de l'organisation émergeraient à la convergence des « 3E », et les décisions des zones **E1**, **E2** et **E3** aboutiraient à des échecs à plus ou moins long terme et celles symbolisées par **B**, **C** et **D**, pourraient être envisagées grâce à des aides ou accompagnements (en matière d'opportunités de l'environnement, de compétences, voire d'envie de faire du dirigeant, non encore perçues ou maîtrisées par l'organisation), élargissant la zone **A**.

3.3 Le rôle de la structure d'incubation pour l'acte entrepreneurial :

Comme déjà vu, l'incubateur peut apporter un appui en terme d'hébergement, de conseil et de financement, lors des premières années de la vie de l'entreprise. D'où, l'accompagnement en incubation a pour finalité d'aider les créateurs à avoir une meilleure compréhension de leurs aspirations, des ressources et des compétences détenues ainsi qu'une meilleure perception de leur environnement pour mieux réaliser leurs projets.

Afin de mieux expliquer le rôle de l'incubateur, nous allons analyser l'influence de l'incubation sur la cohérence de projet et son porteur, durant les phases d'accompagnement et en articulant avec le modèle 3E de Paturel. Puisque ce modèle simplifie la détermination claire de la position de couple entrepreneur-projet. Le modèle des 3E est donc le plus adapté, il convient au contexte de l'accompagnement et sert de guide pour explorer et décrire les différentes configurations de l'accompagnement tout au long de ses phases. Il sera utile pour établir une grille d'analyse des structures d'accompagnement. Selon Masmoudi, le modèle des 3E est « *un véritable outil d'analyse stratégique du succès des structures incubatrices qui*

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

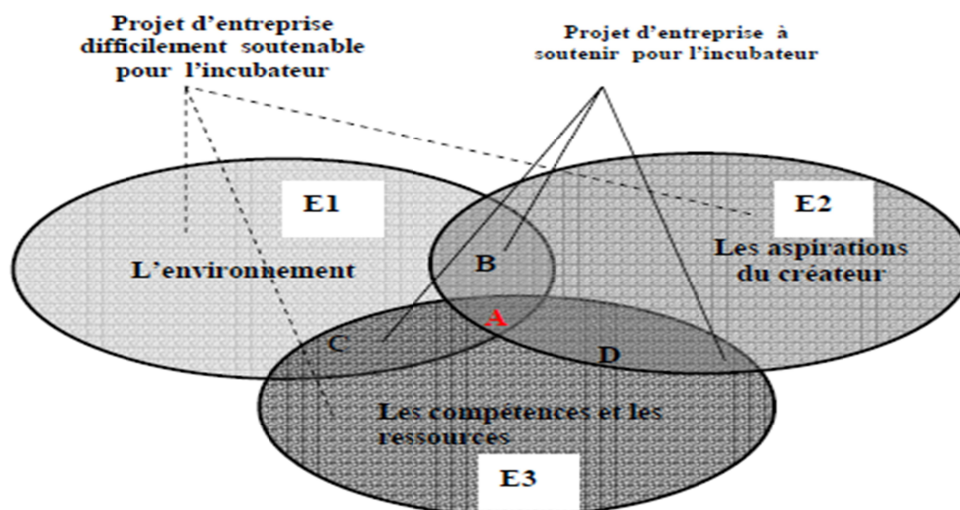
rend compte de la complexité du phénomène d'incubation en prenant en compte toutes les phases du processus de création »¹.

3.3.1 Le rôle de la structure en phase de pré incubation

Dans la phase de pré incubation, la structure d'accompagnement intervient pour la détection des porteurs de projets, ainsi pour l'aide des candidats dans la préparation de leurs dossiers de sélection pour entrer en phase de l'incubation.

Durant cette phase, l'équipe va identifier les éléments de base de la composante stratégique et psychologique de l'acte entrepreneurial, aussi mener un diagnostic qui permettra de visualiser les besoins de projet et déterminer sa position dans le schéma de 3E.

Figure n°09 : les projets à aider et ceux à éviter pour l'incubateur (adapté de Paturel, 1997) :



Source : Paturel R, Masmoudi R, « Les structures d'appui à la création d'entreprises : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances », 4^e congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Dunod, P9.

Selon le schéma de Paturel présenté si dessus, les projets entrepreneuriaux pré incubé seront répartis en trois catégories, afin de faciliter la sélection de ceux qui vont être incubés.

- *Les projets qui se trouvent en zone de cohérence A :*

Un projet qui est positionné dans cette zone A est un projet en cohérence, il n'a pas besoin d'accompagnement en incubation, mais il aurait probablement besoin de post incubation, et d'aide dans ses premiers pats de lancement, en termes d'hébergement, et la

¹ Masmoudi R, op-cit, P 382.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

pénétration facile dans le marché à moindres coûts, l'accès direct et rapide aux clients, afin d'alléger les frais de démarrage.

- *Les projets qui se trouvent proches de la zone A :*

Ce sont les projets qui se trouvent dans les zones **B**, **C**, et **D**. Ces projets sont considérés à soutenir par l'incubateur, et ce sont les projets que l'équipe de sélection doit sélectionner puisqu'ils ont besoin d'appui externe et de l'apport de l'incubation pour devenir réalisables.

- *Les projets qui se trouvent loin de la zone A :*

Ce sont les projets qui se situent à l'extérieur des zones **A**, **B**, **C**, **D**, ils se trouvent dans les zones **E1**, **E2**, **E3**. Ces projets sont vus comme très difficiles à incuber, et leur réalisation est avec un taux d'échec très élevé. Pour cela, ces projets ne vont pas être sélectionnés pour entrer en phase d'incubation, mais ils peuvent être réorientés vers d'autres solutions qui s'avèrent plus réalistes, pour pouvoir les incuber, ou ils seront orientés vers d'autres structures qui peuvent les aider.

3.3.2 Le rôle de la structure en phase de l'incubation :

Cette phase a pour objectif de mieux gérer la complexité de la démarche entrepreneuriale. Elle a pour finalité d'augmenter les chances de réussite du projet incubé. Le rôle de la structure d'accompagnement pendant cette phase est de repositionner les projets détectés dans la phase de préincubation vers la zone de cohérence A, en agissant sur les aspirations et les motivations de l'entrepreneur (E1), ou sur les ressources et les compétences à intégrer à l'entreprise (E2) ou encore en agissant sur les possibilités offertes par l'environnement (E3), cela dépend de la position de projet donnée dans la phase de préincubation.

La structure d'accompagnement peut agir sur E1, E2 et/ou E3 pour répondre aux besoins matériels et immatériels et prospecter l'environnement qui favorise le développement de la nouvelle activité.

Durant cette phase, la structure d'incubation propose des différents services pour répondre aux lacunes des projets dans chaque zone.

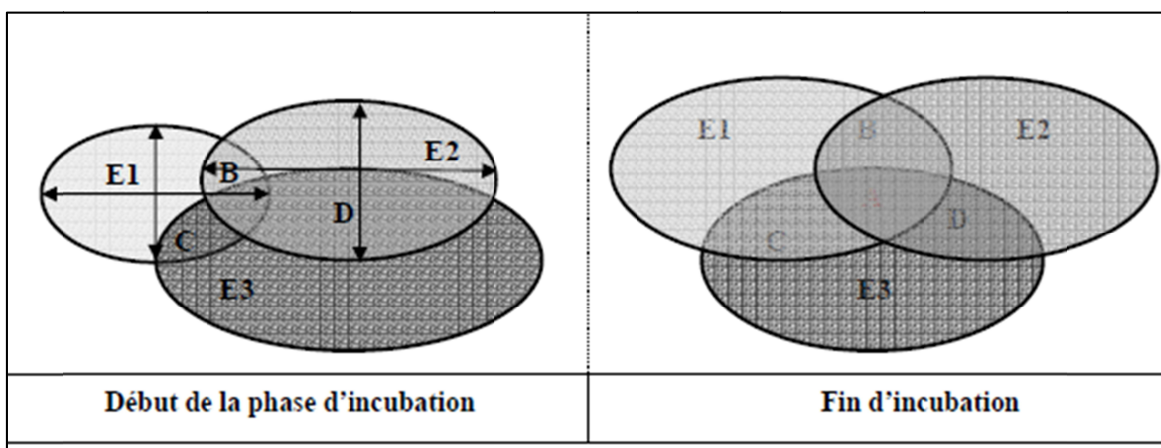
- *Dans la zone B*, les porteurs de projets situés dans cette zone ont un manque en compétences et ressources, donc la structure va leurs offrir des formations, conseils,

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

et les mettre en réseau avec des partenaires externes pour acquérir des ressources nécessaires à la concrétisation des projets.

- *Dans la zone C*, les projets situés dans cette zone ne correspondent pas aux aspirations et motivations des créateurs, dans cette situation, la structure a pour rôle de sensibiliser les créateurs, les mettre en communication et les accompagner par des coachs qui vont identifier les variables influençant sur leurs comportements, et puis les conseiller et les aider dans cette phase pour atteindre la zone de cohérence.
- *Dans la zone D*, l'environnement constitue un obstacle pour la concrétisation de projet, donc la structure d'accompagnement va aider le porteur à reformuler son idée jusqu'elle sera en adéquation avec les caractéristiques de l'environnement, et l'aider dans l'analyse et l'étude de marché.

Figure n° 10 : La dynamique du processus d'incubation



Source : Patrel R, « Pratique du management stratégique », La Gestion en plus, Presses universitaires de Grenoble, 1997, P 12.

Une fois le projet accompagné est dans la zone de cohérence A, il devient compatible avec les aspirations de l'entrepreneur, ses compétences, les ressources dont il dispose, et des possibilités de l'environnement. Le projet, donc, peut se réaliser avec de fortes chances de réussite, en fonction de la bonne gestion de la phase de démarrage de l'entreprise.

3.3.3 Le rôle de la structure en phase de post incubation :

Le passage de la phase d'incubation à la phase de post-incubation est délicat. Il concerne le passage de l'état de projet à l'état d'entreprise et le passage du statut de porteur de projet à celui de chef d'entreprise¹.

¹ Patrel R, Masmoudi R, ibid, P 13.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

Cette phase permet la stabilisation du projet dans sa zone de cohérence. Dans cette phase, le réseau de la structure d'accompagnement joue un rôle important, il permet de faciliter l'adaptation de l'entreprise à l'environnement, et l'accomplissement de l'entrepreneur de son action.

La structure valide ainsi les stratégies de développement des entreprises hébergées, garantit le suivi pendant les phases de démarrage effectif et/ou de croissance, limite les risques d'échec et assure la pérennité de l'affaire. Les phases précédentes sont donc des étapes d'étude de la faisabilité du projet et la phase de post-incubation n'est autre qu'une phase d'expérimentation réelle du projet d'entreprise. La réussite de cette étape dépend de la réussite du processus d'appui.

3.4 L'évaluation de l'efficacité des structures d'appui :

Selon Paturel et Masmoudi¹, l'efficacité d'un système d'accompagnement à la création d'entreprises peut être analysée sur trois niveaux complémentaires, en fonction des phases d'incubation.

3.4.1 En phase de pré incubation :

Ces structures ont pour missions principales la sensibilisation, la détection et l'orientation des porteurs de projets. L'efficacité de ces structures peut s'apprécier sur la base de la capacité des intervenants à bien mener un diagnostic sur le projet et son porteur, ainsi sur la base de leurs aptitudes à orienter le porteur de projet vers une meilleure solution pour répondre au mieux à ses besoins.

3.4.2 En phase d'incubation

Ces structures ont pour missions principales d'accompagner, d'héberger, de former, conseiller et d'aider le porteur de projet tout au long du processus de concrétisation de son projet. Cette phase doit aboutir à la rédaction du plan d'affaires et à la création réelle de l'entreprise. La structure d'incubation répond aux besoins de ces projets selon leurs positionnements.

- a. Dans la situation B, l'évaluation de l'efficacité de la structure d'incubation peut se faire sur la base des formations proposées (entrepreneuriales, managériales,

¹ Paturel R, Masmoudi R, « Les structures d'appui à la création d'entreprises : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances », op-cit, P (13-16).

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

techniques...) pour les porteurs de projets, et sur la base des ressources allouées à la recherche des compétences nécessaires pour le démarrage des nouvelles entreprises.

- b. Dans la situation C, l'évaluation de l'efficacité de la structure d'incubation dépend des compétences des accompagnateurs dans des domaines clés tels que la psychologie entrepreneuriale ou l'analyse socioculturelle, pour avoir la capacité de motiver le porteur de projet.
- c. Dans la situation D, l'évaluation de l'efficacité d'une structure d'incubation est dépendante des connaissances économiques des accompagnateurs, et des conditions clés de l'environnement sur différents types de secteurs (industriel, technologique, artisanal...).

En plus de cette analyse des trois catégories d'interventions possibles (sur les zones B, C et D), il en sort une multitude de façons d'agir, soit sur des porteurs de projet ayant des comportements différents, ou sur des projets de diverses natures selon ses caractéristiques, ou bien sur un environnement en pleine mutation et complexe. Donc les critères d'évaluation diffèrent et sont universels des structures d'incubations. L'évaluation alors se fait selon l'avancement de l'incubation pour chaque type de projet, par des analyses internes. La confrontation de ces analyses et des notes d'incubation permettra de juger la performance globale de l'accompagnement.

3.4.3 En phase de post incubation

L'accompagnement sera au cours du cycle de démarrage, ou de croissance des nouvelles entreprises. Comme leurs missions sont de proposer des services d'hébergement et de mise à disposition d'outils de fonctionnement, offrir des services de suivis et de conseils adaptés. Donc l'évaluation de l'efficacité de cette phase est généralement évaluée à la sortie des entreprises suivies, la survie et la maturité de celles-ci sont des signes de performance du système. Cette performance aussi peut être évaluée selon le taux de satisfaction des incubés et le maintien d'un lien après la création d'entreprises¹. Cependant, au niveau interne, ces structures sont généralement jugées, a priori, efficaces dans leurs apports de ressources, et selon le gain de ces entreprises des coûts de démarrage.

¹Bakkali C, Messeghem K, Sammut S, "Pour un outil de mesure et de pilotage de la performance des incubateurs », op-cit, P 146.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

3.5. Impact des incubateurs sur l'économie :

Selon les auteurs, les incubateurs ont un impact très positif sur l'économie, et ils influencent sur le développement économique local¹. Ils contribuent au développement et la création de la valeur dans les zones où ils sont installés, du fait qu'ils peuvent :

- Participer à la création des entreprises innovantes et viables :

Les économistes confirment l'existence de liens directs entre le niveau de création d'entreprises et d'innovation et la croissance économique. Puisque l'incubateur contribue à la création des entreprises innovantes, et grâce à son accompagnement ces dernières sont généralement viables, il joue, donc, un rôle important dans le développement économique local.

- La création d'emplois :

L'incubateur contribue à la création des entreprises nouvelles même si petites, mais avec un fort potentiel de croissance dans peu de temps. Cette croissance rapide de la jeune entreprise favorise la création de nouveaux emplois, pour réduire le taux de chômage, qui est un élément important dans la croissance économique.

- Contribuer au développement des recettes fiscales :

Ces recettes fiscales jouent un rôle important dans l'alimentation de trésor public, d'où la fiscalité constitue un pilier essentiel dans la croissance économique. Vu que l'incubateur participe à la création de plus grands nombres des entreprises, qui sont des sources importantes des revenus fiscaux, donc il contribue indirectement au développement de ces recettes.

- Impact social :

L'incubateur aussi touche le côté social, vu que cette structure d'accompagnement offre une opportunité de développer une idée innovante de son porteur compétent, ce qui constitue une valeur sociale de l'incubateur. D'un autre côté, ces jeunes entreprises créées par l'incubateur sont innovantes et répondent aux besoins des consommateurs, pourront être négligés ou abandonnés, ce qui fait que ces projets apportent une valeur sociale avant qu'elle soit économique.

¹ Albert P, Bernasconi M, Gaynor L, « les incubateurs : émergence d'une nouvelle industrie », op-cit, P19.

CHAPITRE II : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET SON RÔLE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION D'ENTREPRISES

En conclusion, nous avons constaté que l'accompagnement entrepreneurial est très encourageant et utile pour l'acte entrepreneurial, selon ses différentes formes offertes par diverses structures. L'incubateur est vu comme structure d'appui importante et répond aux besoins des porteurs de projets ou de projet même, à travers son processus d'incubation.

En définitive, ce chapitre nous a permis de constater que l'industrie des incubateurs, qui est en plein développement, pèse plus que son poids spécifique, car elle sert de levier à l'émergence de nouvelles entreprises classiques ou de technologie. Elle constitue un enjeu important pour le renouvellement des économies ainsi qu'un facteur de compétitivité.

CHAPITRE III :
L'ACCOMPAGNEMENT
ENTREPRENEURIAL PAR
L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Ce dernier chapitre a pour objectif de présenter notre enquête menée au sein de l'incubateur Technobridge de Sidi Abdellah. Le but est de mieux comprendre le processus d'accompagnement, son rôle et ses apports dans le processus entrepreneurial pour la création d'entreprises.

Nous allons introduire ce chapitre par une présentation générale de l'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques (A.N.P.T), de cyber parc et l'incubateur, ensuite nous allons exposer la méthodologie de la recherche et l'étude faite sur le processus d'incubation en détail et son rôle dans le parcours entrepreneurial.

Nous finirons par l'enquête menée, l'analyse de résultat du questionnaire et l'étude faite auprès des incubés et des start-ups qui ont bénéficié de l'accompagnement.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Section 1 : Présentation de l'organisme.

Dans cette première section, nous allons d'abord présenter l'A.N.P.T puis l'incubateur à travers son organisation, ses missions et ses principales caractéristiques. Nous nous basons principalement sur les documents internes de l'incubateur et les informations collectées lors des entretiens menés avec l'équipe dirigeante de l'organisme.

1.1 Présentation de l'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques (A.N.P.T) :

Les parcs technologiques en Algérie sont considérés comme une nouvelle dynamique engagée par l'État pour le décollage des technologies de l'information de communication (TIC). L'A.N.P.T est le fer-de-lance de cette dynamique.

1.1.1 Création de l'A.N.P.T :

L'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques est une entreprise publique à caractère industriel et commercial (EPIC), créée par Décret exécutif n°04-91 du 24 mars 2004 sous la tutelle du ministère de la poste et des technologies de l'information et de la communication (M.P.T.I.C).

Elle a été mise en place en 2007 et son siège social est localisé au niveau du cyber parc de Sidi-Abdallah.

1.1.2 Missions et objectifs de l'A.N.P.T :

L'ANPT est l'instrument de l'État en matière de conception et de mise en œuvre d'une politique nationale de développement des parcs technologiques. De ce fait, l'A.N.P.T est chargée :

- D'élaborer et de proposer les éléments d'une stratégie nationale en matière de promotion et de développement des parcs technologiques ;
- De concevoir et de mettre en place les parcs technologiques destinés au renforcement des capacités nationales en vue d'assurer le développement des technologies de l'information et de la communication et contribuer au développement économique et social ;
- De réaliser ou de faire réaliser les infrastructures des parcs technologiques ;

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

- De mettre en synergie les institutions nationales de formation supérieure et de recherche, de développement industriel ainsi que les institutions utilisatrices des technologies de l'information et de la communication pour des programmes de développement des parcs technologiques ;
- D'assurer, en liaison avec les institutions concernées, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation des engagements découlant des obligations de l'État en matière d'accords régionaux et internationaux dans le cadre des activités des parcs technologiques.

1.1.3 Les objectifs de l'A.N.P.T :

Cette agence a pour objectif de :

- Stimuler une grappe TIC forte et vibrante ;
- Servir de HUB physique et virtuel pour les activités TIC en Algérie ;
- Fournir un support technique et d'affaires de qualité pour les entreprises en Algérie ;
- Accélérer le taux de formation et d'expansion des start-ups et des PME ;
- Diversifier la chaîne de valeurs des TIC ;
- Stimuler un secteur export TIC.
- Accroître l'investissement du secteur privé.
- Arrêter la fuite des cerveaux et favoriser la création d'entreprises.
- Diversifier les sources de revenu national.
- Améliorer la compétitivité de l'Algérie en améliorant la productivité grâce au progrès technologiques.

1.1.4 Rôle des promoteurs des parcs technologiques :

Les promoteurs des parcs technologiques ont un rôle important qui pourrait se résumer dans les points suivants :

1.1.4.1 Le développement des trois éléments critiques suivants :

Ce rôle apparaît en grande partie dans le développement de ces trois éléments :

- a) *Masse critique d'acteurs TIC* : celle-ci est de nature à augmenter la compétitivité individuelle des entreprises TIC et assurer l'attractivité, la pérennité et la croissance des parcs technologiques.
- b) *La collaboration entre les acteurs* : elle est décisive pour accroître la capacité et la compétitivité individuelle des entreprises.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

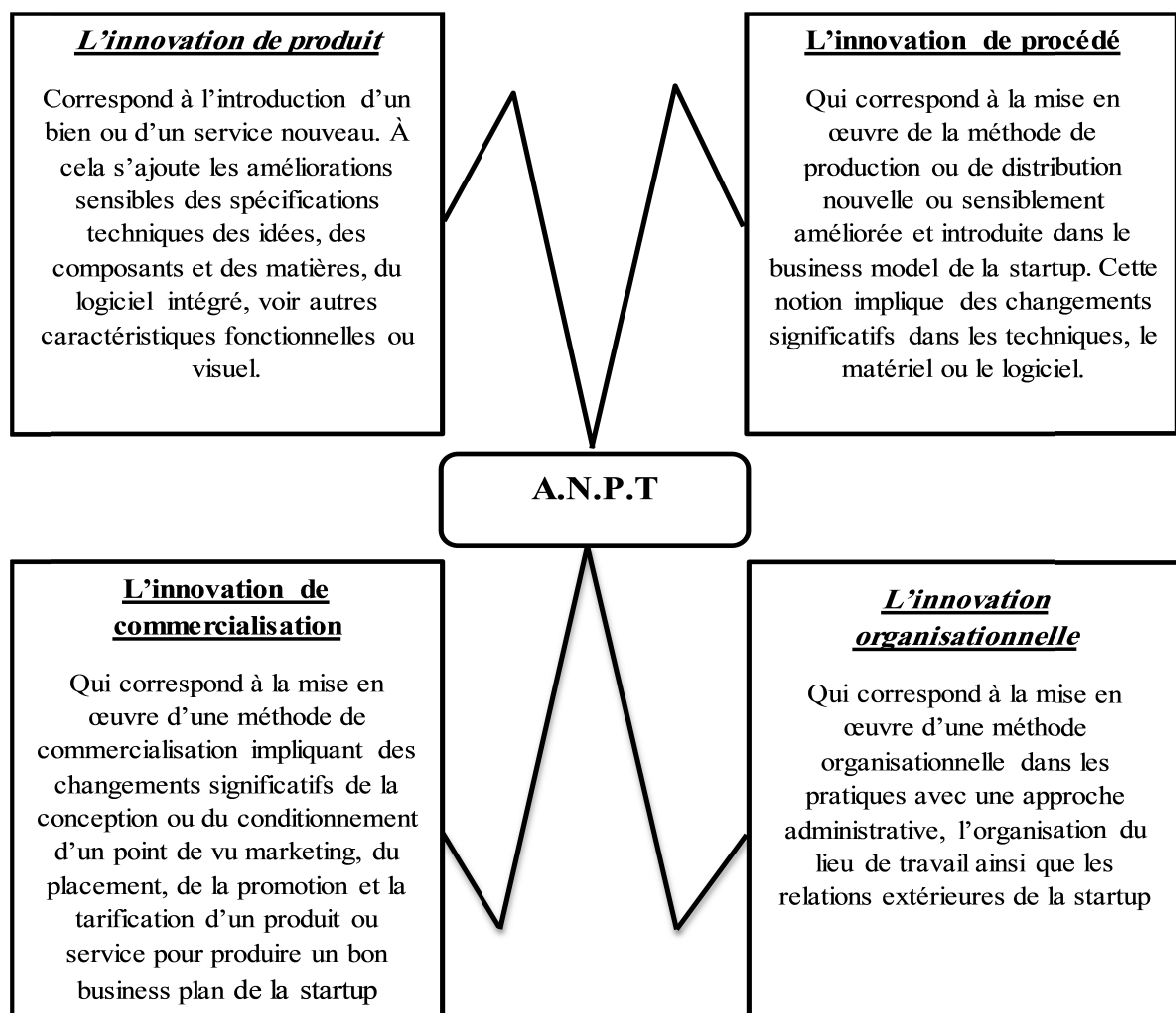
c) L'innovation : il s'agit ici de privilégier l'innovation collaborative par la mise en synergie les interactions et les capacités d'innovation des entreprises.

1.1.4.2 Le développement massif de l'entrepreneuriat : qui est une nécessité économique et sociale avec toutes ses implications en matière de création de richesse, de revitalisation des territoires et création d'emplois.

1.1.5 L'innovation cherchée par A.N.P.T :

L'ANPT cherche à développer des produits innovants, la figure suivante montre l'innovation cherchée par cette agence :

Figure n°11 : l'innovation cherchée par A.N.P.T



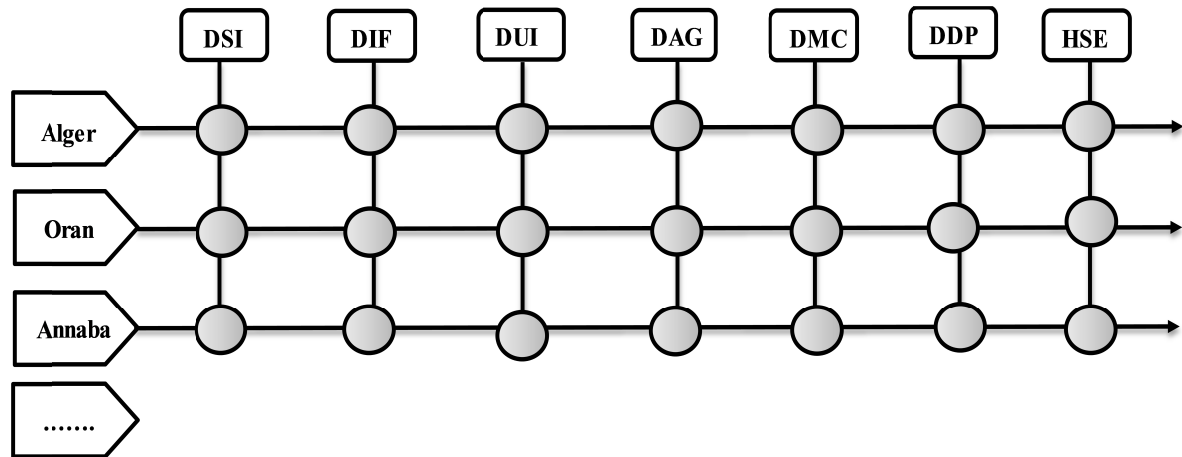
Source : Document interne à l'organisme

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

1.1.6 Organisation de l'A.N.P.T :

Les parcs technologiques dont L'ANPT est en charge sont : Sidi Abdellah -Alger, Sidi Amar-Annaba, Bir El Djir- Oran, Ouargla, Constantine, Ghardaia, Boughezoul.

Figure n°12 : Organisation de l'A.N.P.T



Source : Document interne à l'organisme.

1.2 Présentation du cyber parc :

L'Algérie a parié sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) comme le nouveau moteur de la croissance. La construction des parcs technologiques en Algérie marque cette nouvelle dynamique engagée par l'État pour favoriser le développement des (TIC).

1.2.1 Description de cyber parc de Sidi Abdellah :

Le cyber parc de Sidi Abdellah est le premier parc technologique en Algérie constitue le pivot de développement des TIC, occupe un espace de 100 Hectares qui se situe à 25 KM d'Alger, il fait partie des 20 % plus grands parcs technologiques dans le monde.

Il représente le cœur de l'écosystème TIC en Algérie, vise à regrouper les activités commerciales et de recherches et développements basés sur TIC où on distingue 3 districts :

- Parc technopolitain
- District d'innovation
- Pôle de soutien

Différents établissements et entreprises ont la capacité d'être accueillis par le cyber parcs : des entreprises publiques et privées, des établissements d'enseignement et de formation, une

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

pépinière d'entreprises, des centres de R&D ainsi que des sociétés services et de support aux entreprises.

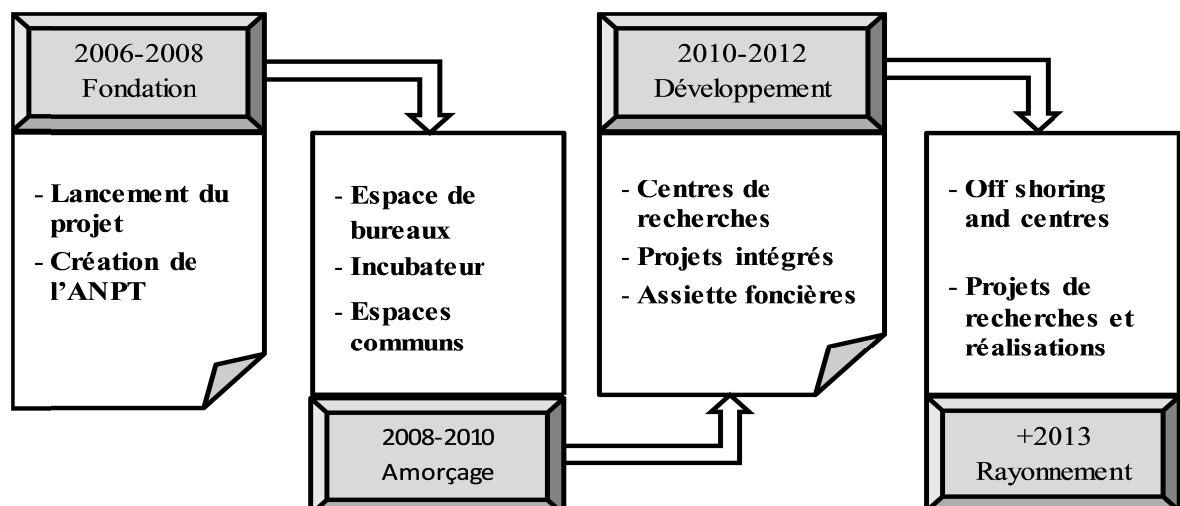
1.2.2 Les objectifs du cyber parc :

Ce cyber parc a pour objectifs de :

- Développer une synergie avec l'environnement de l'entrepreneuriat à travers l'accueil des multiples compétences et professionnels des TIC.
- La mise en place des infrastructures pointes et des incitations spécifiques aux TIC afin de créer un environnement de qualité propice au développement du domaine TIC.
- La participation à l'animation économique et la favorisation de l'innovation grâce à ses bâtiments intelligents.
- Le regroupement des principaux acteurs de l'industrie et des centres de recherches dans une zone délimitée avec des packages d'incitations adéquates pour en faire une locomotive des TIC en Algérie.

1.2.3 Le plan de développement du cyber parc :

Figure n° 13: Le développement du cyber parc :



Source : Document interne à l'organisme

1.2.4 La proposition de valeur du cyber parc :

Le cyber parc offre une proposition de valeur unique à différents niveaux :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Figure n°14 : Les niveaux de proposition de valeur du cyber parc :

Facteurs de facilité des affaires	<ul style="list-style-type: none">• Avantage fiscaux;• Bassin d'emploi.
Infrastructure physique de qualité	<ul style="list-style-type: none">• Infrastructure télécom de qualité;• Bâtiments intelligents de haut standing + assiettes foncières.
Environnement de travail agréable	<ul style="list-style-type: none">• Services et commodités;• Environnement agréable.

Source : Document interne à l'organisme

1.2.4.1 Environnement de travail agréable :

Le cyber parc propose un environnement particulièrement étudié qui est dédié aux tenants du parc, et mis à leur disposition des différents services et commodités afin d'offrir une grande qualité de vie :

- Guichet administratif unique
- Services relatifs au fonctionnement du cyber parc
- Services de restauration
- Services bancaires
- Service de transport
- Bureau de poste
- Commerces / centres de loisirs

1.2.4.2 Infrastructure physique de qualité :

Les infrastructures disponibles au cyber parc sont les suivantes :

a) Le multi locataire :

Il s'agit d'un immeuble intelligent réalisé en février 2009 qui accueille et confère à des entreprises TIC une solution immobilière pour accroître leurs performances, grâce à des bureaux de haut standing, modulables et prêts à l'emploi, sa surface est de 20000 m² divisée en deux bâtiments :

- Centre d'affaires : abrite l'administration, des locaux à usage de bureaux de 22 à 70 m², la logistique et tous les services servant à faire fonctionner le multi locataire.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

- L'hôtel d'entreprises : il offre des services utiles aux résidents du parc et il est aménagé en espaces de bureaux modulables de 150 à 400 m².

Au sein de ces deux derniers bâtiments les entreprises trouvent une vie professionnelle de qualité basée sur la synergie, les échanges, la collaboration, et surtout de la créativité et d'innovation, la mise en disposition des espaces hauts standing à les bons tarifs de location, une infrastructure télécom de qualité (FTTH, VSAT, WIMAX, WIFI, EVDO, ADSL avec hauts débits de connexion), des multiples infrastructures qui facilitent la rencontre avec les professionnels et les experts.

b) L'incubateur :

Il s'agit d'un bâtiment intelligent de 9800 m², d'une architecture high-tech, son objectif est d'accompagner les porteurs de projets de création d'entreprises innovantes, il évalue la pertinence des projets par le biais d'une équipe très expérimentée, il précise les moyens techniques et financiers nécessaires pour les nouveaux entrepreneurs afin de les aider à augmenter leurs chances de réussite.

c) Le CERTIC : le centre d'études et de recherche des TIC :

Est un point focal des laboratoires de recherche accueillant des projets TIC clés, il focalise l'ensemble des études et de recherche dans le domaine des TIC. Il répond en fait aux besoins des organismes du secteur en matière de R&D.

d) Deux Tours d'affaires :

Elles sont munies par des espaces de bureaux intelligents, possèdent une capacité d'accueillir un très grand nombre de personnes, en plus d'un auditorium pour assurer une qualité de déroulement des événements, des séminaires et de conférences.

e) Assiettes foncières :

Il s'agit de l'attribution des terrains aux projets d'investissement innovants à partir d'un foncier de 70 hectares. Pour que le projet innovant soit bénéficié d'assiettes foncières, il doit être doté par des critères arrêtés par l'ANPT :

- Solidité de l'entreprise ;
- Conformité avec l'orientation du cyber parc ;
- Degré d'innovation ;

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

- Potentiel de création d'emplois ;
- Potentiel d'exportation ;
- Effet sur l'économie TIC.

1.2.4.3 Facteurs de facilité des affaires :

En plus que le cyber parc se trouve au sein d'un bassin d'emplois TIC à proximité des grands établissements de formation d'ingénieurs, il offre aux investisseurs des incitations fiscales qui se varient entre des exonérations 5 jusqu'à 10 ans selon le cas de projet :

Tableau n°03 : les incitations fiscales adaptées aux acteurs TIC

	Description	Conditions
Package 1	<ul style="list-style-type: none"> - Exonération d'impôts 5ans - Subventions à la formation 	<ul style="list-style-type: none"> - Sociétés TIC investissant dans une création d'activités ou une extension ; - ou délocalisation d'une activité existante avec un nouvel investissement.
Package 2	<ul style="list-style-type: none"> - Exonération d'impôts 10ans - Subventions à la formation 	<ul style="list-style-type: none"> - Si le cas précédent, mais dans une activité à forte valeur ajoutée (R&D, développement de logiciels, ingénierie...etc.)
Package 3	<ul style="list-style-type: none"> -Exonération d'impôts 10ans 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse ad hoc pour les acteurs proposant des immeubles de bureaux en cohérence avec l'esprit du parc (immeuble intelligent, dédié à l'hébergement ou le support des activités TIC)

Source : Document interne à l'organisme

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

1.3 Présentation de l'incubateur :

L'incubateur « Technobridge » est une structure de soutien et d'appui à la création d'entreprises innovantes qui a été mise en place dans le cadre de l'appel à projets et ainsi pour être un dispositif d'aide à l'innovation dans le domaine de technologie d'information et de communication TIC, il a pour mission d'héberger et d'accompagner les entrepreneurs au cours de leurs processus afin qu'ils puissent réaliser leurs idées innovantes et arriver au lancement de leurs entreprises.

1.3.1 Le rôle et l'offre de l'incubateur de Sidi Abdallah :

L'incubateur de Sidi Abdallah a comme principal rôle de :

- Favoriser la création d'entreprises innovantes en TIC, en valorisant les résultats de recherche des porteurs de projets en partenariat avec les universités, les grandes écoles et les leaders High Tech;
- Aider les porteurs de projets innovants, dans le domaine des TIC et de leurs usages, à transformer leurs projets en entreprises viables;
- Promouvoir l'esprit d'entrepreneuriat de start-up sur le segment de marché des TIC et permettre leur développement.

Tableau n°04 : L'offre de l'incubateur

Usage	Nombre de salles	Superficie totale (m ²)
Start up	7	1.154
Centre d'innovation	3	370
Formation	3	226
TOTAL :	13	1750

Source : Document interne à l'organisme.

L'incubateur offre pour les start-ups 7 salles, qui comportent 7 box chacune, pour une superficie totale de 1154 m², 3 salles pour le centre d'innovation et 3 salles de formations pour les porteurs de projets d'une superficie totale de 226 m².

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

1.3.2 Les principales fonctions de l'incubateur de Sidi Abdellah :

L'incubateur a comme principale fonction l'hébergement et accompagnement de porteurs de projets et de start-ups. Cela par la proposition de cycle de formation pour l'entrepreneuriat, ainsi que la mise à leurs dispositions le centre d'innovation, d'entrepreneuriat et d'éducation pour les entreprises HTL, comme il offre un espace de formations et de conférences en TIC et des ateliers de développement.

1.3.3 Domaine d'intervention de l'incubateur de SIDI ABDELLAH :

L'incubateur intervient dans le domaine d'accompagnement et ce par :

1.3.3.1 L'incubation pour les porteurs de projets :

Dans le cas des porteurs de projets, l'incubateur se charge de sensibiliser, accompagner, financer, former et promouvoir les projets de création d'entreprises innovantes;

1.3.3.2 L'hébergement et le développement de start-up :

Dans le cas des start-ups, l'incubateur intervient :

- En direction de start-up en TIC de moins de 5 ans, pour leur développement et leur formation à la stratégie d'entreprise;
- L'incubateur constitue une plateforme des services à destination des start-ups en phase de lancement, à savoir, des entreprises en création, des entrepreneurs cherchant à créer leurs entreprises et des petites entreprises fraîchement établies.

1.3.4 Les missions de l'incubateur :

L'incubateur a pour missions de détecter des projets de création d'entreprises au sein des universités, des grandes écoles et autodidactes. Ensuite l'hébergement et le soutien logistique des porteurs de projets d'entreprises. Afin de former et accompagner ces créateurs dans l'élaboration de leurs business plans du projet de création d'entreprises, et de les mettre en relation avec l'ensemble des partenaires pour la levée de fonds. Alors, l'incubateur remplit sa mission à travers les composantes suivantes :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

1.3.4.1 L'accueil et l'hébergement :

- Accueillir des porteurs de projets et mettre à leurs dispositions les moyens (locaux, matériels informatiques, documentations, télécommunications, secrétariat, etc.) qui leur sont nécessaires.
- C'est surtout "vivre ensemble", travailler son projet avec une équipe expérimentée dans des lieux adaptés, pendant une période d'incubation plus ou moins longue (24 à 30 mois).
- C'est également "échangé" avec d'autres porteurs de projets innovants.

1.3.4.2 L'accompagnement :

- La position de l'innovation par rapport aux technologies et son avantage concurrentiel ;
- La solidité de la protection intellectuelle ;
- La démonstration de la faisabilité technico-économique ;
- L'identification des secteurs de marché et de la stratégie ;
- Le business plan se structure jusqu'au moment où il peut être présenté à des investisseurs.
- La recherche de financement permettant le démarrage de l'entreprise est effectuée également par l'incubateur et ses partenaires.

1.3.4.3 Une équipe de pilotage :

Pour aider les projets à devenir des entreprises :

- L'équipe de l'incubateur est pluridisciplinaire, elle est composée de Coaches, professeurs et ingénieurs à doubles compétences pour accompagner les porteurs de projet.
- L'accompagnement se fait grâce à une équipe managériale qui offre un suivi quotidien des projets, combiné à un ensemble de services: formation adaptée, consulting, coaching, étude de marché, aide au financement.

1.3.4.4 La formation :

Afin de promouvoir l'esprit d'entrepreneuriat et appréhender les techniques de gestion, l'incubateur offre des formations en interne et en externe:

- Formations internes :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Elles sont organisées par l'incubateur et dispensées par des intervenants extérieurs, les formations internes permettent d'aborder les thèmes suivants : gestion de projets, comptabilité, marketing, droit du travail, gestion des ressources humaines...

- **Formations externes :**

Elles concernent les participations aux séminaires et conférences.

Ainsi qu'un cycle de formation sur l'entrepreneuriat qui s'oriente sur :

- La stratégie d'entreprise, business planning, comptabilité, gestion financière, droit de la propriété intellectuelle, études de cas;
- Un cycle court en partenariat avec des universités;
- Des membres de la diaspora algérienne qui participent à ses formations sur place ou à distance.

1.3.4.5 Le financement :

L'État apporte un appui à l'incubateur sous forme de subventions pour financer les dépenses internes et externes directement rattachées à ses missions et ses objectifs grâce au FAUDTIC.

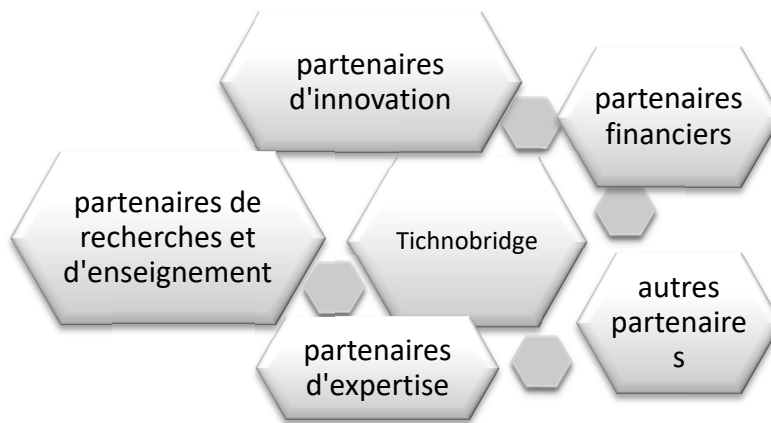
L'incubateur, grâce à ses partenaires, aide au montage des dossiers de présentation des projets et accompagne les porteurs de projet jusqu'à la recherche de financement (levée de fonds).

1.3.5 Les partenaires de l'incubateur :

L'incubateur a des liens avec divers partenaires qui lui portent de l'aide pour accomplir sa mission

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Figure n°15 : Les partenaires de l'incubateur Technobridge



Source : Document interne à l'organisme

1.3.5.1 Partenaires de recherches et d'enseignement :

C'est l'ensemble des universités, des instituts et des grandes écoles « ESI » qui donnent des conseils et de l'expertise aux porteurs de projets, ils participent dans les compétitions de plans d'affaires et dans les séances de formation des nouveaux entrepreneurs.

1.3.5.2 Partenaires financiers :

Sont les banques, l'ANSEJ, les business angles qui financent les projets de création d'entreprises, soit sous forme d'une aide financière remboursable ou sous forme d'actionariat par l'achat des actions de ces petites entreprises.

1.3.5.3 Partenaires d'innovation :

C'est l'ensemble des entreprises high-tech qui offrent des cours de formations, favorisent et encourage les recherches et aident les petites entreprises à surmonter leurs obstacles et réduire la peur de prendre le risque d'innover.

1.3.5.4 Partenaires d'expertise :

Sont les professionnels, les conseillers, les avocats, les experts comptables, les gestionnaires qui forment les entrepreneurs dans tout ce qui concerne l'organisation et la gestion de leurs nouvelles entreprises.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

1.3.5.5 Autres partenaires :

Ce Sont les différentes associations (AITA, AAFSI, AASL, AME...) qui peuvent être l'un des membres d'incubateur et participent dans la sélection des plans d'affaires, ainsi les algériens installés à l'étranger (REAGE, LEGODEV, ASI ...) qui se basent sur l'aide des entreprises ont pour vocation l'exportation des leurs produits et services à l'extérieur du pays, qui donnent aussi l'importance de formation dans le système d'enseignement électronique.

1.3.6 Analyse SWOT de l'incubateur Technobridge :

L'analyse SWOT permet de détecter les forces et les faiblesses à l'intérieur de l'incubateur, et les opportunités et les menaces dans l'environnement externe.

Tableau n°05 : La matrice SWOT

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Une grande surface pour l'hébergement. ➤ Spécialisation dans les TIC. ➤ Formation de qualité. ➤ Espace favorable pour l'échange des informations entre les porteurs de projets. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'absence du financement des projets. ➤ Manque et fuite des coachs dans certaines périodes. ➤ Absence des moyens de transport qui facilite l'accès des créateurs à l'incubateur
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Le premier incubateur en Algérie ➤ L'incubateur se situe au sein du cyber parc et l'ANPT. ➤ Une bonne relation avec les autres établissements publics, avec multiples partenaires. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'apparition des nouveaux incubateurs privés. ➤ La fuite des projets pris par les investisseurs étrangers, dû à l'émergence des investisseurs profiteurs. ➤ Manque de financement de l'État à cause de la crise économique. ➤ Orientation des porteurs des projets vers l'ANSEJ surtout qu'elle a commencé à proposer de l'accompagnement plus au financement.

Source : Élaboré par nous-mêmes.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Section 2 : Le processus de l'incubation au sein de l'incubateur de Sidi-Abdellah.

Dans cette présente section, nous allons exposer le processus d'accompagnement au sein de l'incubateur de Sidi-Abdellah, de l'appel à projet jusqu'à la post incubation où le projet sera lancé, et nous allons finir avec l'analyse des principaux indices relatifs à cette incubation.

2.1 Le processus de l'incubation :

Le processus de l'incubation au sein de cet incubateur commence par l'appel à projet qui précède les autres phases d'incubation :

2.1.1 L'appel à projet et accès à l'espace coworking :

L'appel à projet dure tout le long de l'année permettant à tout porteur de projet dans les TIC à fort potentiel de développement d'accéder à la phase de pré incubation pour bénéficier de l'accompagnement entrepreneurial. Cette stratégie a été adoptée afin de permettre, même aux porteurs de projet proposant des idées pas forcément innovantes, mais qui bénéficient de compétences techniques, d'intégrer l'incubateur et de se frotter aux autres porteurs de projet en vue d'éventuels partenariats. Cet appel se fait à base des « fiches projets » envoyées par les porteurs de projets.

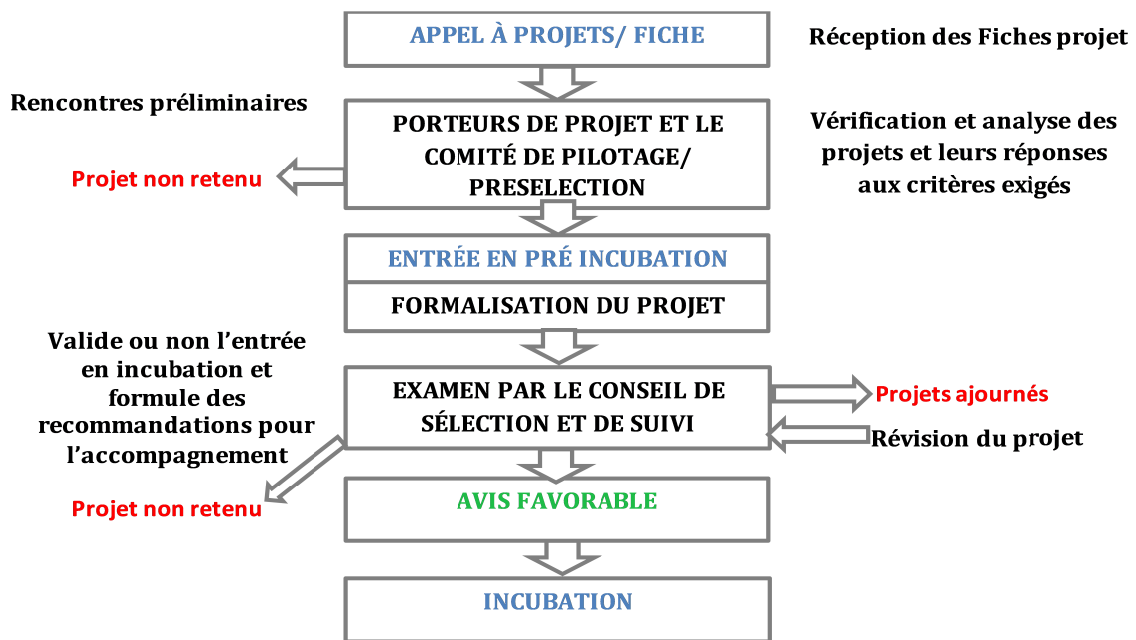
2.1.1.1 La fiche projet :

Le porteur de projet, candidat à l'incubation, répond à l'appel à projet en remplissant et envoyant à l'ANPT la « Fiche Projet ». Il s'agit d'un mini business plan, qui amène le candidat à présenter son projet et à se poser des questions fondamentales pour son développement (propriété intellectuelle, marché potentiel, l'innovation technologique du produit ou service, ses attentes de l'incubateur, etc.). Cette fiche projet suit le porteur de projet tout le long du processus de sélection.

Le but de cette fiche est de donner une chance à ceux qui en ont le potentiel, et de les aider à identifier puis surmonter les obstacles qui pourraient les bloquer dans leurs démarches entrepreneuriales.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Figure n°16 : Le processus de sélection et d'évaluation



Source : Document interne à l'organisme

2.1.1.2 Le comité de pilotage :

Le Comité de pilotage est composé de chargés d'affaires (les coachs) de l'incubateur.

- Première étape :

Cette étape consiste à présélectionner les projets candidats à l'appel à projet pour entrer à la phase de pré incubation.

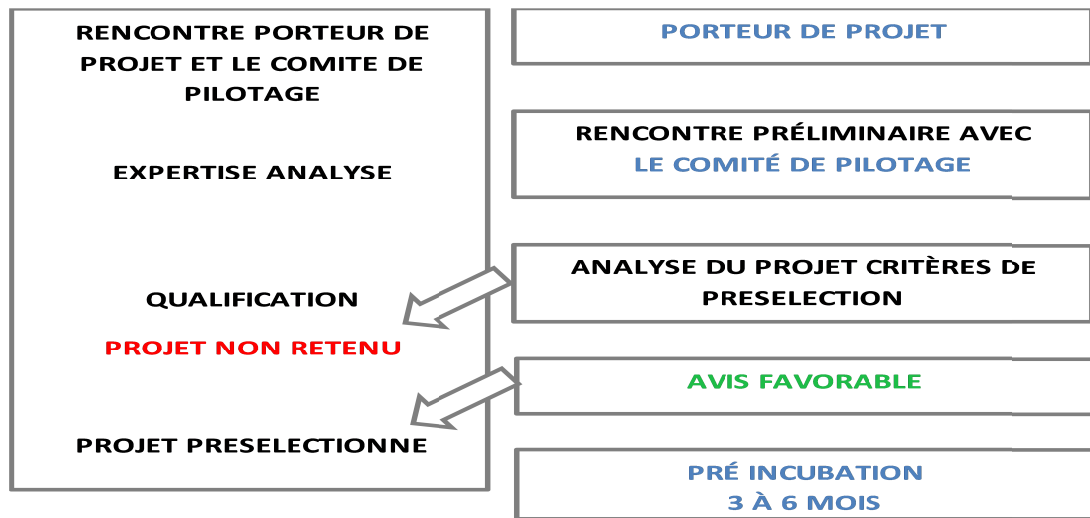
Les projets qui sont qualifiés prennent en considération les critères de présélection suivants :

- le caractère innovant et l'originalité de l'idée;
- le marché potentiel;
- la motivation et les compétences du porteur de projet ;
- la qualité des documents communiqués.

Des experts techniques, scientifiques, juridiques ou économiques pourront être sollicités si nécessaire.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Figure n°17 : Le processus de présélection



Source : Document interne à l'organisme.

➤ **Résultat de présélection de comité de pilotage :**

Le tableau ci-dessous représente les résultats des derniers passages des porteurs de projet de la nouvelle promotion :

Tableau n°06 : Résultat de dernière présélection des porteurs de projets

Date du comité de pilotage	Nombre de porteurs de projets présentés au passage	Nombre de porteurs de projets retenus	Nombre de porteurs de projets rejetés	Demandes ajournées
05.06.2016	-	-	-	-
01.06.2016	-	-	-	-
19.06.2016	11	09	01	01
23.11.2016	02	01	01	-
15.01.2017	02	02	-	-
18.04.2017	03	03	-	-

Source : Document interne à l'organisme.

Les membres du comité traitent aussi les dossiers des start-ups souhaitant intégrer la pépinière d'entreprise, ci-dessous le tableau récapitulant les dates des derniers comités de pilotage, et les résultats des demandes d'hébergement.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Tableau n° 07: Les dossiers des start-ups traités par comité de pilotage

Date du comité de pilotage	Nombre de Start-ups souhaitant intégrer l'incubateur	Nombre de start-ups retenues	Nombre de start-ups rejetées	Demandes ajournées
05.06.2016	04	02	02	-
19.06.2016	04	02	01	01
23.11.2016	02	01	01	-
15.01.2017	05	03	02	-
18.04.2017	04	03	02	-

Source : Document interne à l'organisme.

Ces derniers tableaux montrent que la majorité des demandes d'intégration, que ce soit porteur de projet à incuber ou bien start-up à héberger, sont retenues et que quelques-unes qui sont rejetées pour différentes causes.

2.1.2 Les phases d'incubation :

Les trois phases d'incubation sont expliquées en détail comme suit :

2.1.2.1 Phase de coworking :

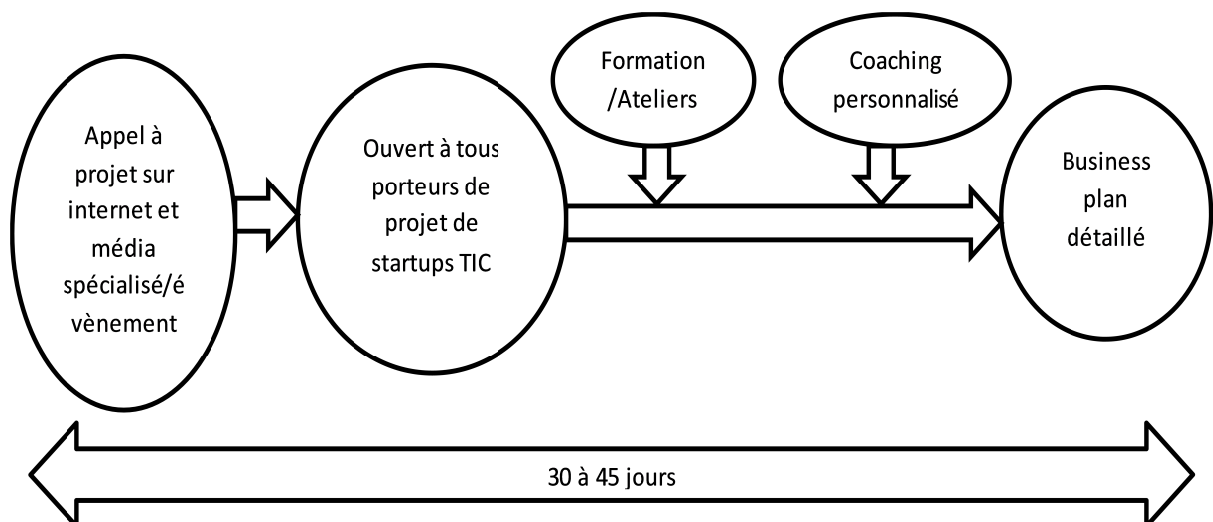
Il s'agit de la phase initiale après la présélection des projets :

a) Conditions d'accès :

L'accès est ouvert pour tous les porteurs de projets, de start-ups dans les TIC qui ont été présélectionnés est retenus lors de l'appel à projets.

b) Description de la phase de coworking (pré incubation) :

Figure n°18 : La phase de pré incubation :



Source : Document interne à l'organisme

Cet espace est un lieu d'échange et d'entraide entre les porteurs de projets, cette phase

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

est marquée par la mise en place de mécanismes de suivi assuré par des chargés d'affaires, l'organisation de team building pour renforcer les liens entre les porteurs de projets et un programme d'animation comprenant des ateliers et des conférences d'inspiration entrepreneuriale.

Lors de cette phase, les porteurs de projet doivent se réunir hebdomadairement avec les chargés d'affaires, pour faire le constat de leurs taux d'avancement et fixer les objectifs à réaliser pour la réunion qui suit.

c) Le coaching :

Quant au coaching, deux séances sont programmées, la première est une séance d'initiation entrepreneuriale et la deuxième une séance de coaching personnalisé one-to-one.

c₁) Initiation entrepreneuriale :

Elle constitue la phase d'initiation des porteurs de projet à l'entrepreneuriat et plus particulièrement à l'élaboration des business plans, chaque coach assure une partie de sa spécialité (business, finance, technique...). Elle est aussi animée par une séance de team building dont l'objectif est de tisser et de renforcer les liens entre les porteurs de projet.

Tableau n°08 : L'initiation entrepreneuriale et ses fréquences au sein de l'incubateur

Coaching	Thématique du coaching	Fréquence/promo	Fréquence /mois	Durée	Coach
Business	IE	1	2		
Finance	IE	1	2		
Technique	IE	1	2		
Personal branding	Team building	1	2		

Source : Document interne à l'organisme

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

c2) Coaching personnalisé :

Cette section concerne des séances de coaching one-to-one, elles interviennent après 15 jours d'initiation entrepreneuriale. Ce coaching vise à peaufiner les business plans. Cette section reconnaît également l'intégration d'une séance de « personal branding » dont l'objectif est de sensibiliser les porteurs de projets aux bienfaits du travail en équipe ainsi qu'à la culture de la cofondation.

Tableau n°09 : Le coaching personnalisé et ses fréquences au sein de l'incubateur

Coaching	Thématique du coaching	Fréquence/promo	Fréquence /mois	Durée	Coach
Business	Business plan	1	2		
Finance	Business plan	-	-		
Technique	Business plan	1	2		
Personal branding	Trouver son Cofondateur	1	2		

Source : Document interne à l'organisme.

d) Atelier :

Les ateliers programmés durant cette première phase ont pour but d'initier les porteurs de projets à prendre la parole en public et à travailler en équipe.

Tableau n°10 : Les ateliers programmés dans la phase pré incubation

Coaching	Description	Fréquence/promo	Fréquence /mois	Durée	Coach
Public speaking	Préparation du pitch	1	2		
Serious game	Team building et travail	1	2		

Source : Document interne à l'organisme.

e) Les réalisations de porteurs de projets à la fin de cette phase :

Au terme de cette phase, les porteurs de projets doivent livrer un business plan rigoureux et bien détaillé, pour le présenter devant le comité de pilotage après l'accord du chargé d'affaires concerné. Il aura ainsi, une feuille de route budgétaire et temporaire relative au prototypage produit.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

2.1.2.2 Phase d'incubation :

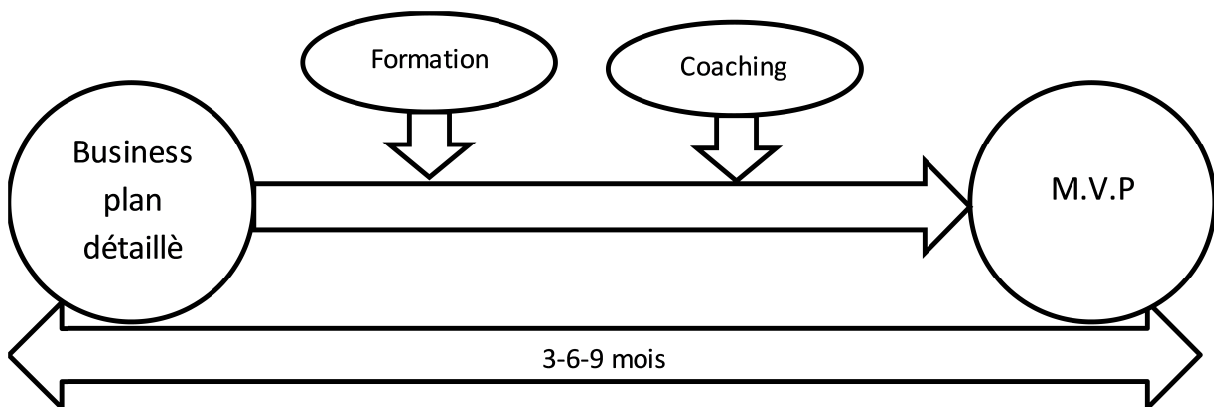
C'est la phase qui suit la pré incubation, celle où le porteur de projet est sélectionné pour bénéficier de l'appui de l'incubateur.

a) Conditions d'accès

- Business plan rigoureux et vision claire du projet avec des objectifs à moyen et à long terme ;
- projet à forte valeur ajoutée ;
- Innovation ;
- Appréciation du chargé d'affaires.

b) Description de la phase de l'incubation :

Figure n°19 : La phase de l'incubation :



Source : Document interne à l'organisme

C'est principalement la phase de prototypage, en effet, les porteurs de projet sont appelés à prototyper leurs projets avec l'assistance des coaches, cette phase représente le corps du processus, elle est caractérisée par la flexibilité des passages qui se verront se répéter tous les trois mois, permettant au porteur de projet de se présenter devant le CSS (Conseil de sélection et de suivi), au moment où son MVP (Produit minimum viable) est prêt.

Les rapports dégagés par les mécanismes de suivi permettent de suivre l'évolution des projets et avoir un feedback sur le processus d'incubation.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

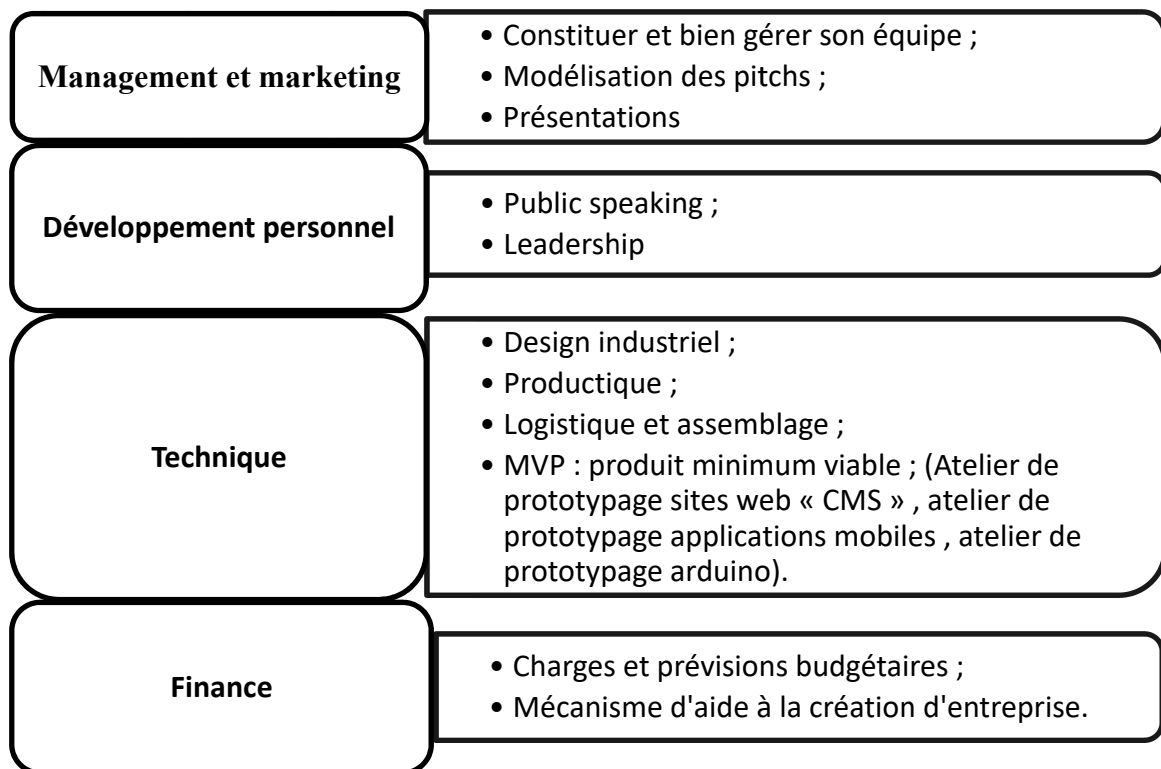
Tableau n°11 : Résumé des derniers CSS organisés au niveau de l'incubateur

Date du CSS	Nombre de porteurs de projets supposés présenter leurs projets	Nombre de porteurs de projets présentés au passage	Nombre de porteurs de projets absents lors du passage	Nombre de porteurs de projets admis en phase de post incubation	Nombre de porteurs de projets recalés au prochain CSS	Nombre de projets en fin d'accompagnement
03.05.2016	13	11	02	08	01	02
20.04.2017	05	05	\	04	01	\

Source : Document interne à l'organisme.

D'un autre côté, ces rapports pourront cibler les ateliers et conférences selon les besoins des porteurs de projet. Parmi les thématiques des ateliers identifiées, se trouvent :

Figure n°20 : Quelques thématiques des ateliers organisés pour les incubés:



Source : Document interne à l'organisme.

c) Évènement important organisé pour les incubés :

- Info-Day : C'est un évènement qui vise à présenter tous les mécanismes d'aide à la création d'entreprises tels que l'ANSEJ, la CNAC, ainsi que l'ONDA pour la propriété intellectuelle.

d) Les réalisations à la fin de la phase d'incubation :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

À la fin de cette phase, l'incubé doit donner une bonne présentation pour son MVP et son projet, comme il doit acquérir le « profil entrepreneur » pour qu'il aille la capacité de lancer son projet entrepreneurial.

2.1.2.3 Phase de post-incubation :

Après la phase d'incubation, cet incubateur oriente ses porteurs de projets vers la phase de post incubation afin de lancer leurs projets et les rendre réels et pouvoir les suivre durant les premiers temps de création.

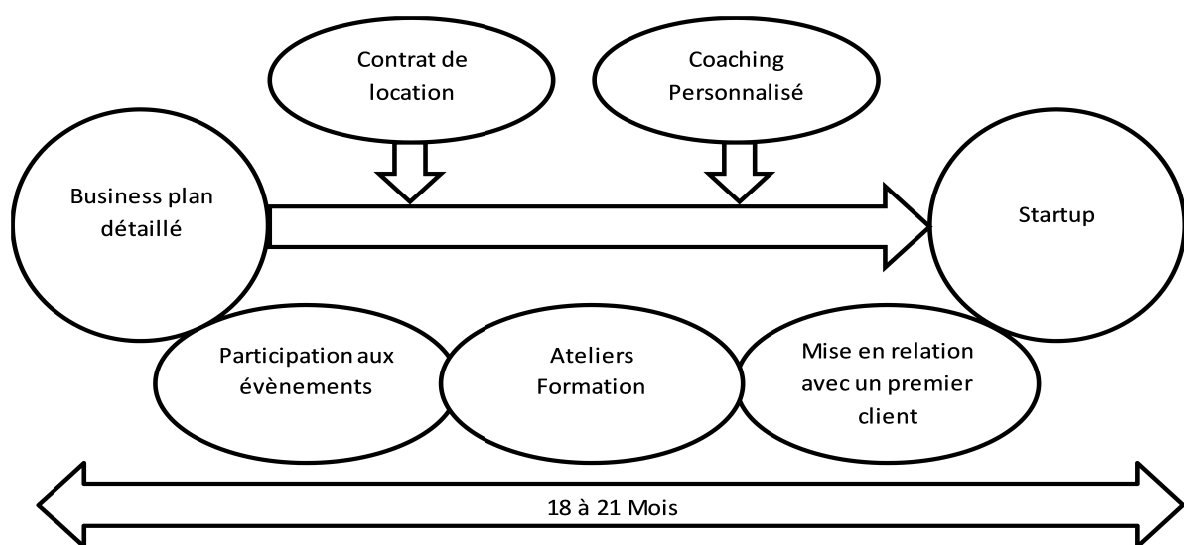
a) Conditions d'accès :

Les conditions d'accès se résument comme suit :

- Business plan rigoureux et vision claire du projet ;
- Prototype ;
- Bonne présentation du projet ;
- Profil entrepreneur ;
- Équipe du projet ;
- Feuille de route du projet ;
- Stratégie de financement du projet ;
- Stratégie de positionnement et de pénétration du marché ;
- Appréciation du chargé d'affaires.

b) Description de la phase de post incubation :

Figure n°21 : la phase de post incubation :



Source : Document interne à l'organisme.

Après validation par la commission d'experts, les porteurs de projets ayant justifié d'un développement de projet satisfaisant, seront admis en post-incubation. Le principal objectif de

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

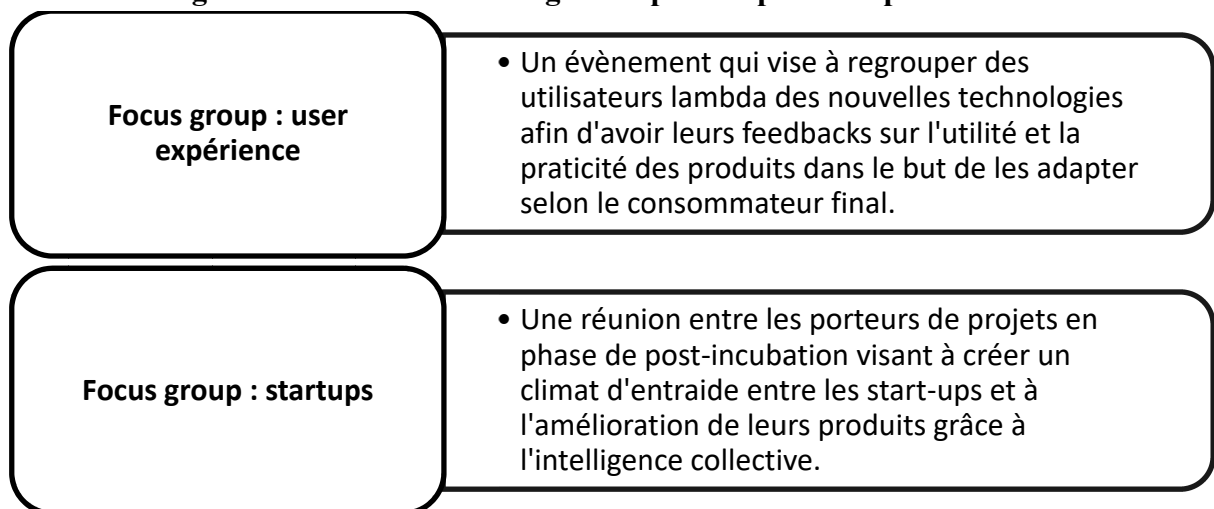
cette phase est la création, les porteurs de projets bénéficieront d'un contrat de location et de la même politique d'accompagnement (formation, coaching, mentorat et développement de réseaux). Ceci dit, l'accompagnement et l'assistance auront une configuration ajustée et personnalisée selon des besoins bien définis.

Afin de faciliter l'objectif principal de cette phase qui est la création, généralement caractérisée par le manque d'informations et les lourdeurs des procédures administratives, le premier atelier consistera en un « serious game » qui vise à simuler la création de l'entreprise avec la participation de toutes les institutions impliquées.

Quant à l'incubateur, son rôle consistera à apporter le soutien nécessaire au porteur de projet dans la commercialisation de ses produits, en identifiant, dans un premier temps, les produits de ces start-ups puis, dans un deuxième temps, en trouvant des clients potentiels dans le cas où ces produits-ci ciblent des entreprises ou des institutions.

Ainsi, et dans la perspective d'améliorer les produits et les business modèles des start-ups, des ateliers seront organisés, tels que :

Figure n°22 : Les ateliers organisés pour la phase de post incubation :



Source : Document interne à l'organisme

c) Les réalisations durant cette phase :

Comme cette phase a pour objectif la création, le porteur de projet va, donc, concrétiser son idée et lancer son projet, en créant sa start-up durant de cette phase, et même commercialiser ses produits grâce à l'aide de l'incubateur.

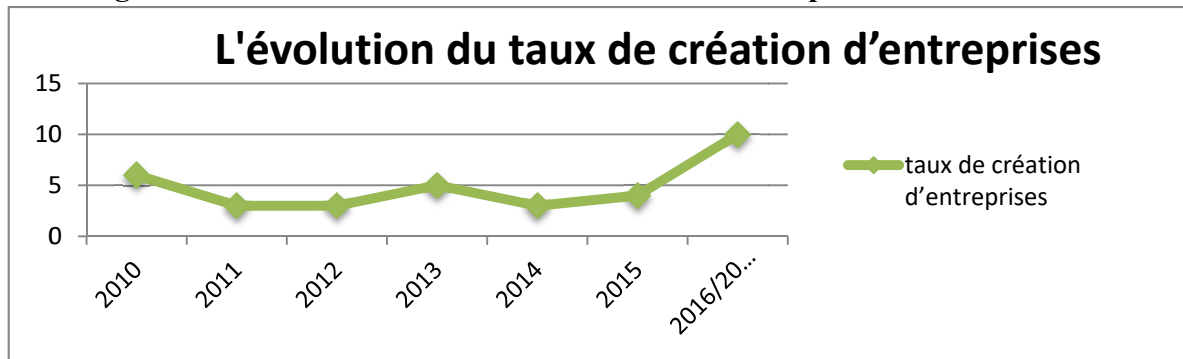
2.2 Analyse des indices relatifs à l'incubation :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Vu l'apport de l'incubateur pour la création d'entreprises, dans ce qui suit nous allons présenter une analyse sur les trois principaux indices au sein de cet incubateur :

2.2.1 Évolution de l'indice de création de start-ups :

Figure n°23 : L'évolution de taux de création d'entreprises à l'incubateur :

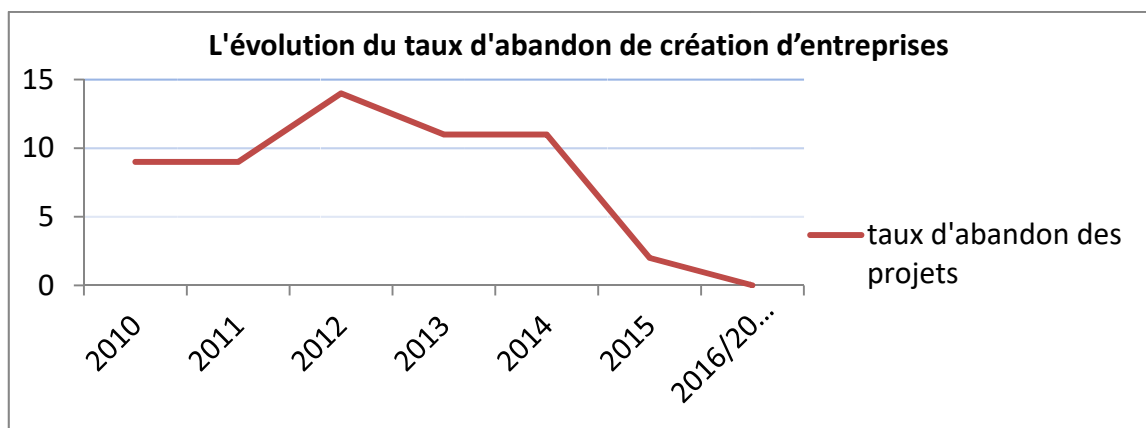


Source : Élaboré par nous-mêmes.

Nous remarquons que le taux de création des start-ups est en hausse depuis l'année 2016, tandis qu'il était en baisse durant les années qui précèdent. Cette hausse peut être bien expliquée par la mise en place du nouveau modèle d'incubation. Ce modèle permet au porteur de projet de créer sa start-up dans un délai minimum de 16 mois.

2.2.2 Évolution de l'indice d'abandon :

Figure n°24 : L'évolution de taux d'abandon de création d'entreprises



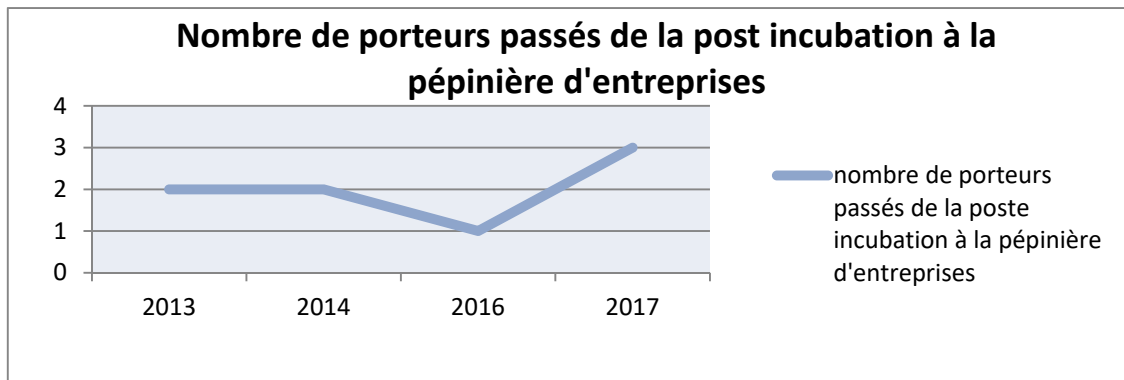
Source : Élaboré par nous-mêmes.

Nous remarquons qu'avec le nouveau modèle d'incubation, le taux d'abandon a clairement été réduit est en baisse au point d'atteindre 0 abandon durant l'année 2016, cela peut être justifié par la satisfaction des porteurs de projets du ce modèle d'incubation.

2.2.3 Évolution de l'indice passage de start-ups du volet incubation au volet pépinière :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Figure n°25 : L'évolution de nombre de porteurs passés de la post incubation a la pépinière d'entreprise



Source : Élaboré par nous-mêmes.

Nous remarquons que le nombre de porteurs de projets qui sont passés de la phase post-incubation à la pépinière d'entreprise est en réelle évolution depuis 2016, alors qu'il était en baisse depuis 2014, cela est dû au lancement du nouveau processus d'incubation.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Section 3 : le rôle de l'incubateur dans l'accompagnement des projets.

Cette section a pour objet d'exposer les principales informations collectées, ainsi l'analyse de résultat en vue de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses.

Puisque notre travail consiste à analyser les offres de cette structure d'incubation, et son rôle et ses apports pour la démarche entrepreneuriale. Nous allons expliquer, en premier lieu, la méthodologie de l'enquête réalisée, et puis exposer les principaux résultats obtenus ainsi leurs interprétations.

3.1.Méthodologie de recherche :

Pour bien mener une étude, il est indispensable de déterminer les éléments essentiels, dont l'objectif de l'étude, les hypothèses, l'échantillon visé selon la population mère identifiée ainsi les différents outils qui ont permis de réaliser l'étude afin d'atteindre l'objectif.

3.1.1 L'objectif de l'étude :

Dans cette enquête, nous avons procédé, en premier lieu, à des entretiens avec l'équipe dirigeante de l'incubateur, et les porteurs de projets, dans le but de comprendre les pratiques quotidiennes de l'accompagnement au sein de l'incubateur. Ensuite, nous avons préparé un questionnaire destiné aux incubés actuelles et anciens, dans l'objectif est de déterminer le rôle de l'incubation dans la démarche entrepreneuriale.

3.1.2 L'échantillon de l'enquête :

Comme l'idée de base était de déterminer le rôle de l'incubateur, notre enquête a été menée auprès des porteurs de projets et les dirigeants des start-ups, qui ont bénéficié de l'accompagnement de l'incubateur. La population mère est de 30 incubés et start-ups, alors nous avons pris l'échantillon à 100%, alors que nous avons eu 19 réponses, d'où le pourcentage de réponses atteint 63.3%.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

3.1.3 Les limites de la recherche :

Lors de la réalisation de l'enquête, la principale limite que nous avons rencontrée s'agit de mesurer ou évaluer l'accompagnement en termes de compatibilité des styles entre l'accompagnateur et les porteurs de projets.

3.1.4 Les hypothèses :

La première hypothèse : il s'agit de déterminer l'intervention de l'incubateur dans l'accompagnement entrepreneurial.

H1 : l'accompagnement entrepreneurial est un enchaînement d'étapes bien déterminées afin de faciliter la démarche de la création d'entreprises.

La deuxième hypothèse : il s'agit de déterminer l'importance des services offerts par l'incubateur afin d'accomplir sa mission d'accompagnement.

H2 : l'incubateur et la pépinière d'entreprises sont les plus importantes structures d'accompagnement.

La troisième hypothèse : il s'agit de détecter l'apport de l'incubateur au projet entrepreneurial.

H3 : l'incubateur intervient à l'aide des porteurs de projets tout au long de processus de création d'entreprises, en lui répondant à tous ses besoins.

La quatrième hypothèse : il s'agit de mesurer l'efficacité de cette structure d'accompagnement en la reliant avec la satisfaction des porteurs de projets.

H4 : l'incubateur est efficace si les porteurs de projets sont satisfaits.

3.1.5 La collecte des données :

Comme le questionnaire est l'outil le plus puissant dans la collecte des informations désirées, qu'elles soient qualitatives ou quantitatives, nous avons opté à cet outil afin de bien tester les hypothèses pour atteindre l'objectif fixé.

Dans le but de faciliter le test des hypothèses, nous avons décomposé ce questionnaire en trois rubriques :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

- a) La première rubrique, qui porte sur les informations personnelles des questionnés ; le sexe, l'âge, niveau de formation, expérience professionnelle, et la phase actuelle.
- b) La deuxième rubrique, qui est intitulée « le choix de l'incubateur », concerne les raisons de choix des incubés pour l'incubateur, et plus précisément le choix de l'incubateur de Sidi Abdellah, et les besoins qui les ont poussés à s'orienter vers un tel accompagnement entrepreneurial.
- c) La troisième et dernière rubrique, intitulée « L'accompagnement de l'incubateur », comporte quatre volets, où le premier concerne l'accompagnement de l'incubateur durant les trois phases ; les activités et compétences acquises, le degré de satisfaction durant ces phases ; et le deuxième et troisième volet concerne les services importants offerts par l'incubateur ; les formations et le coaching ; et le quatrième et dernier volet, concerne le rôle de l'accompagnement de l'incubateur, en étudiant ses avantages, son intervention et son efficacité selon la situation entrepreneuriale des incubés, ainsi son importance pour le fonctionnement de la nouvelle entreprise.

D'un autre côté, la fiabilité des données collectées dépend de plusieurs critères, dont le plus important s'agit de son administration. Après avoir identifié notre échantillon, nous avons décidé d'administrer notre questionnaire « face à face » et l'envoyer aux adresses e-mail des enquêtés qui ne sont pas présents.

3.1.6 L'instrument de mesure :

Après avoir déterminé l'objet de la recherche qui porte sur le rôle de l'accompagnement de l'incubateur dans la démarche de création d'une entreprise, nous avons sélectionné les concepts centraux et les mesurer afin d'arriver au résultat désiré.

Dans ce questionnaire, nous avons utilisé plus des questions fermées pour faciliter le traitement des résultats, mais cela n'a pas empêché d'utiliser d'autres questions ouvertes pour déterminer les manques.

La fiabilité de l'instrument de mesure consiste à déterminer la clarté des concepts utilisés, pour qu'il atteigne un bon niveau de compréhension par les questionnés. Dans ce cadre, nous avons exposé ce questionnaire au professeur de l'enseignement supérieur, qui nous a assuré sa fiabilité vis-à-vis les objectifs fixés, et nous l'avons même exposé à la directrice de l'incubateur qui nous l'a validé.

3.1.7 L'outil de traitement utilisé :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Après la collecte des données nécessaires, nous avons utilisé le logiciel SPSS : Statistical Package for Social Science, version 19 en français, et ce, en codifiant toutes les variables et puis la saisie de toutes les données collectées pour le traitement. Grâce à ce logiciel, nous avons effectué une analyse statistique avec ses différents outils d'analyse :

- Le tri plat et tri croisé afin d'élaborer des tableaux simples et croisés pour présenter ou même regrouper les données obtenues ;
- Les outils d'analyse statistique descriptive : effectif, pourcentage, la moyenne arithmétique;
- L'outil d'analyse pour des réponses multiples : regroupement d'ensembles, effectifs ;

Dans le but d'une bonne présentation des graphes, nous avons apporté les résultats de l'analyse obtenue par le SPSS pour les représenter à partir l'Excel.

3.2 Analyse statistique des réponses obtenues :

Après le traitement des données collectées avec le logiciel statistique SPSS, nous allons, dans ce qui suit, présenter les résultats obtenus :

3.2.1 Caractéristiques de l'échantillon :

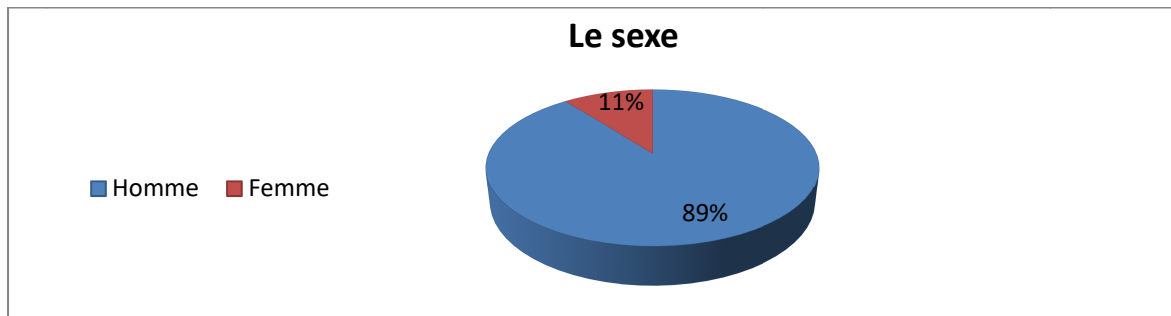
Nous avons interrogé les incubés sur leurs informations personnelles, les résultats obtenus montrent que :

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

3.2.1.1 Le sexe :

La figure n°26 ci-dessous indique que l'échantillon est représenté par 89% des hommes et 11% des femmes, cela peut être expliqué par le fait que la population mère se compose de 73% des hommes et de 27% des femmes, les hommes seraient cependant plus intéressés par l'entrepreneuriat dans le domaine de cet incubateur.

Figure n°26 : Le sexe de l'échantillon :



3.2.1.2 Âge et niveau d'instruction :

Le tableau n°13 ci-dessous montre la répartition de l'échantillon selon leur âge et niveau d'instruction lors de leur entrée à l'incubateur :

Tableau n°12 : Âge et niveau d'instruction de l'échantillon

	Âge			Niveau d'instruction				
	Entre 16 et 25	Entre 26 et 35	Plus que 35	Bac +1	Bac +2	Bac +4	Bac +5	Autre
Effectifs	4	9	6	2	2	2	12	1
Pourcentage	21,1%	47,4%	31,6%	10,5%	10,5%	10,5%	63,2%	5,3%

D'après ce tableau, nous constatons que l'échantillon est jeune, 47.4% des questionnés s'avèrent être âgés entre 26 et 35 ans. Cela peut être justifié par le fait qu'ils puissent posséder quelques années d'expérience qui leur permettent d'être plus créatifs.

Pour le niveau d'instruction, tous les incubés ont un niveau universitaire, d'où 79% ont au minimum un diplôme de licence, justifié par le fait que l'incubateur est spécialisé dans les TIC ce qui demande un niveau de formation élevé.

3.2.1.3 Expérience professionnelle :

À propos de l'expérience professionnelle, nous avons déduit que la totalité des questionnés ont de l'expérience professionnelle avant l'entrée à l'incubateur. Reste à identifier si cette expérience est dans le domaine de l'entrepreneuriat qui est montré par la figure n°27 ci-dessous.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Tableau n°13 : Expérience professionnelle dans le domaine d'entrepreneuriat de l'échantillon

	Effectifs	Pourcentage %
Oui , dans le domaine de l'entrepreneuriat	10	52,6
Non , hors le domaine de l'entrepreneuriat	9	47,4

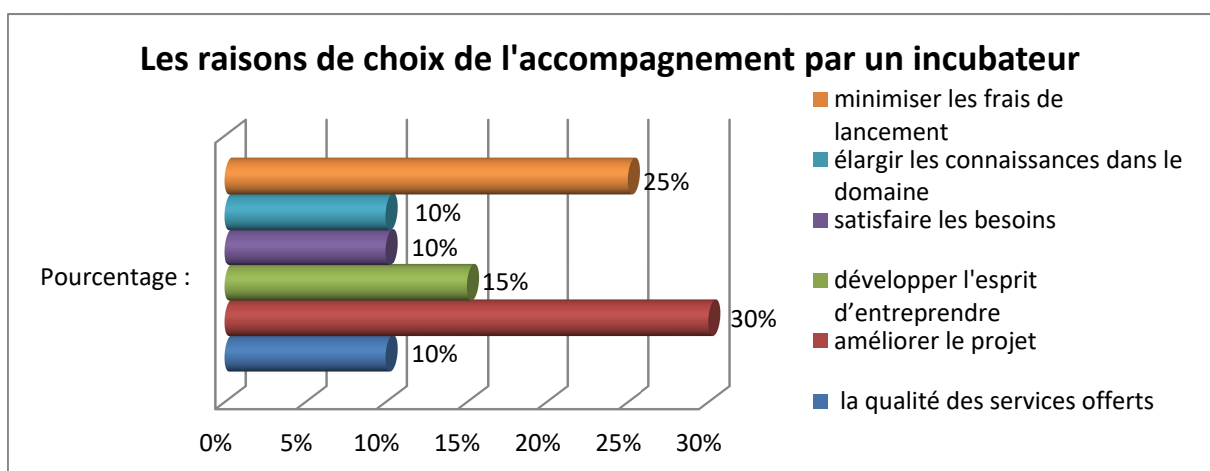
Ce tableau montre que l'expérience acquise par ces questionnés ne touche pas juste le domaine de l'entrepreneuriat, malgré que la majorité de 52.6% sont expérimentés dans ce dernier domaine, cela peut être justifié par le fait que la diversité des domaines d'expérience, qu'elle soit négative ou positive, peut pousser à s'orienter vers l'entrepreneuriat.

3.2.2 Le choix de l'incubateur par l'accompagnement

3.2.2.1 Les raisons de choix de l'accompagnement par l'incubateur :

Suite à la question qui porte sur la manière de prise de connaissance qu'un incubateur peut donner de l'aide dans la démarche entrepreneuriale, nous avons remarqué que la majorité l'a connue suite à l'entourage 43.75%, et le reste grâce aux publicités, évènements ou de bouche à oreille. Mais ce qui nous intéresse le plus, c'est la diversité de la raison de choix de l'accompagnement par l'incubateur.

Figure n°27 : Les raisons de choix de l'accompagnement par un incubateur :



Remarquons que les raisons de choix de cet accompagnement sont multiples, mais la plus importante, selon les questionnés, est amélioration de projet, suivie par la volonté de

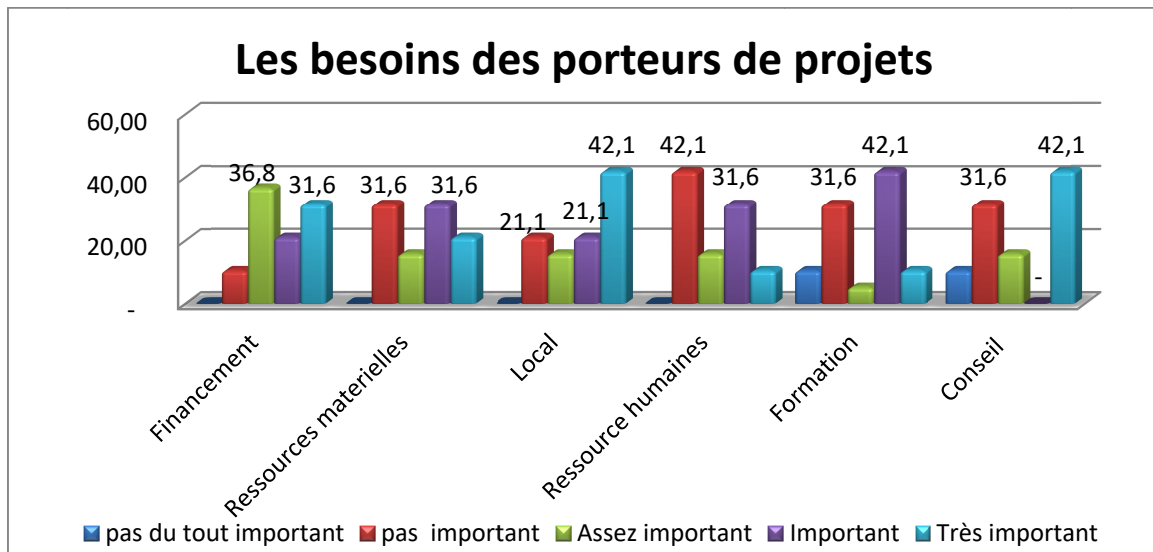
CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

minimiser les frais de lancement de ce projet. Cela peut être expliqué par le manque des compétences nécessaires et même les ressources essentielles pour entreprendre.

3.2.2.2 Les besoins des porteurs de projets :

Nous avons interrogé les questionnés sur le degré d'importance des besoins nécessaires pour lancer un projet entrepreneurial. Ces besoins et les résultats obtenus sont montrés dans la figure suivante :

Figure n°28 : Les besoins des porteurs de projets :



Selon cette figure, nous pouvons conclure que les besoins les très importants pour les porteurs de projets sont les conseils et le local, suivi par le financement qui est considéré pour la majorité comme un besoin assez important, mais très important pour 31.6% des questionnés. Quant à la formation, la majorité a affirmé qu'elle est un besoin important, tandis que le besoin en ressources matérielles est considéré comme important pour 31.6% et pas important pour 31.6% des questionnés. Par contre le besoin en ressources humaines à l'aire de ne pas être très important pour ces porteurs de projets.

Cette classification faite par les questionnés, justifie leur orientation vers l'accompagnement de l'incubateur.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

3.2.3 L'accompagnement de l'incubateur

Dans cette rubrique, nous allons identifier l'accompagnement de l'incubateur et son rôle dans le projet entrepreneurial.

3.2.3.1 L'accompagnement de l'incubateur durant les trois phases :

Dans ce volet, nous allons centrer les activités et compétences acquises durant les trois phases d'incubation :

a) Les activités réalisées :

Nous avons croisé les activités réalisées par les incubés et leurs phases actuelles, afin de pouvoir détecter les changements de la phase de réalisation de ces activités s'ils ont eu lieu.

La figure n°29 ci-dessous montre les résultats obtenus suite à ce croisement.

Les dirigeants des start-ups et les post incubés qui sont considérés comme des anciens incubés ont affirmé que :

- L'étude de marché et de l'environnement est réalisée en phase de pré incubation ;
- Le plan de financement est élaboré entre la phase de pré incubation et de l'incubation ;
- Le business plan est élaboré dans la phase de pré incubation, mais pourrait être modifié ou complété dans la phase de l'incubation;
- Lien et contact avec des clients potentiels ont été réalisés à partir de la phase d'incubation;
- Le projet est lancé à la dernière phase.

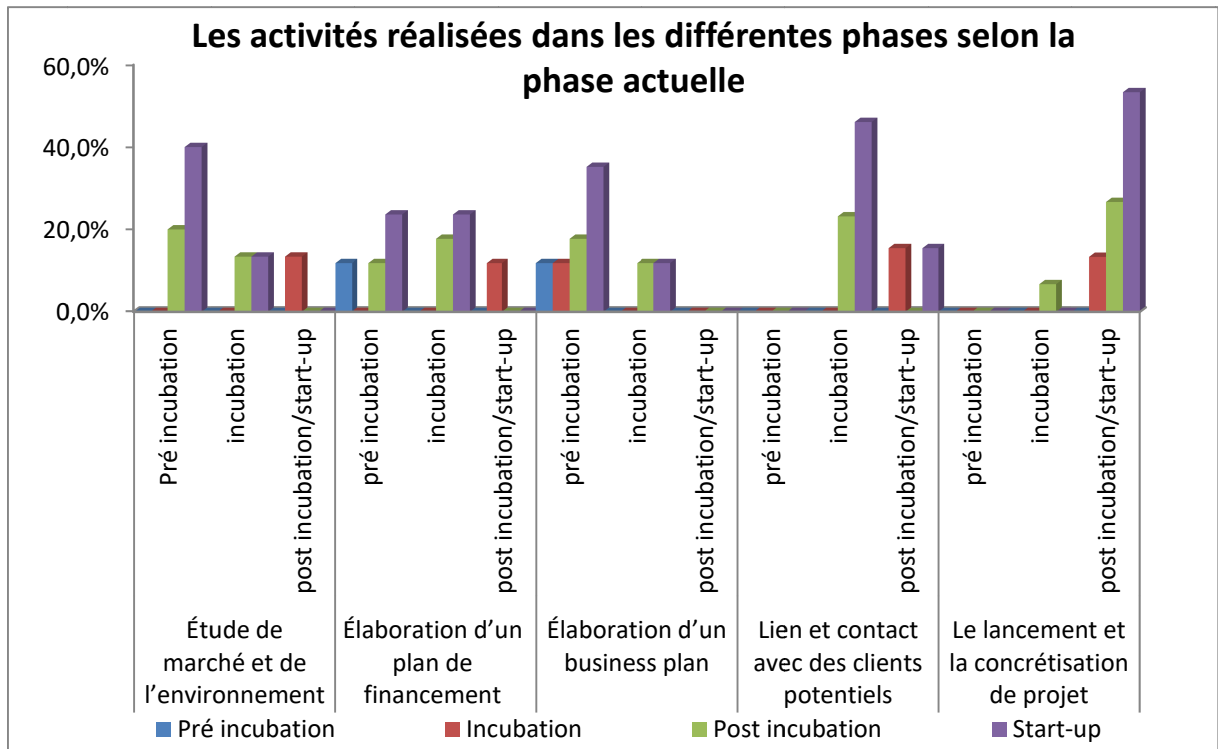
Tandis que les incubés ont affirmé que l'élaboration d'un business plan est réalisé dans la phase de pré incubation, et les autres activités seront réalisées dans la phase de post incubation.

Pour les prés incubés, ils ont juste élaboré le plan de financement et business plan dans la phase de pré incubation.

Cette différenciation des résultats obtenus est justifiée par les modifications portées sur le processus d'incubation.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

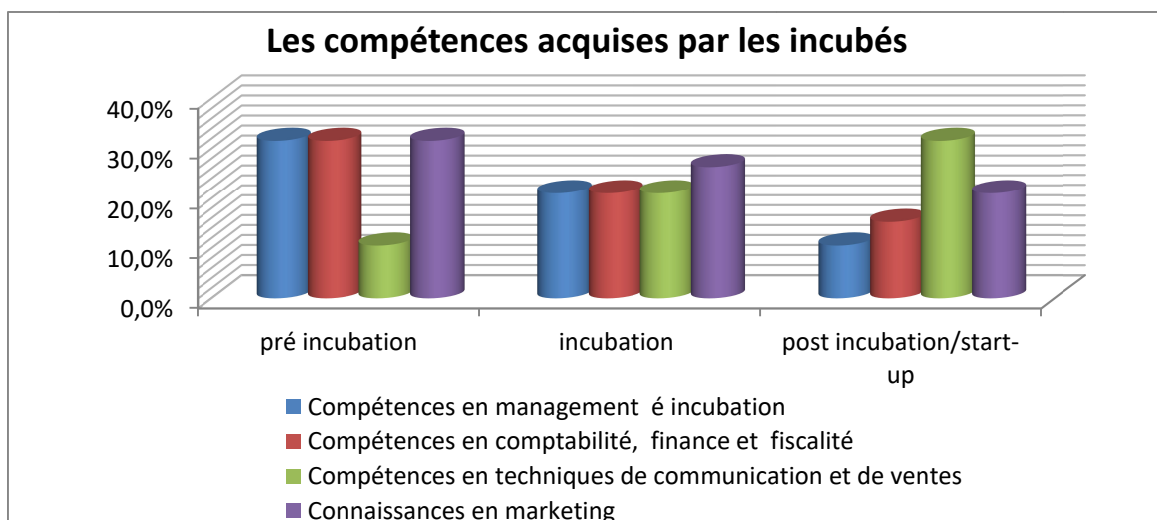
Figure n°29 : Les activités réalisées dans les différentes phases selon la phase actuelle



b) Les compétences acquises dans l'incubateur :

Dans la figure n°30 qui suit, nous allons voir les compétences acquises dans chaque phase. Cette figure montre que, avec le programme de formations et grâce aux autres services, ces compétences sont acquises tout au long de processus de l'incubation, mais les compétences en techniques de communication et de vente sont acquises à la phase de post incubation/start-up.

Figure n°30 : Les compétences acquises par les incubés



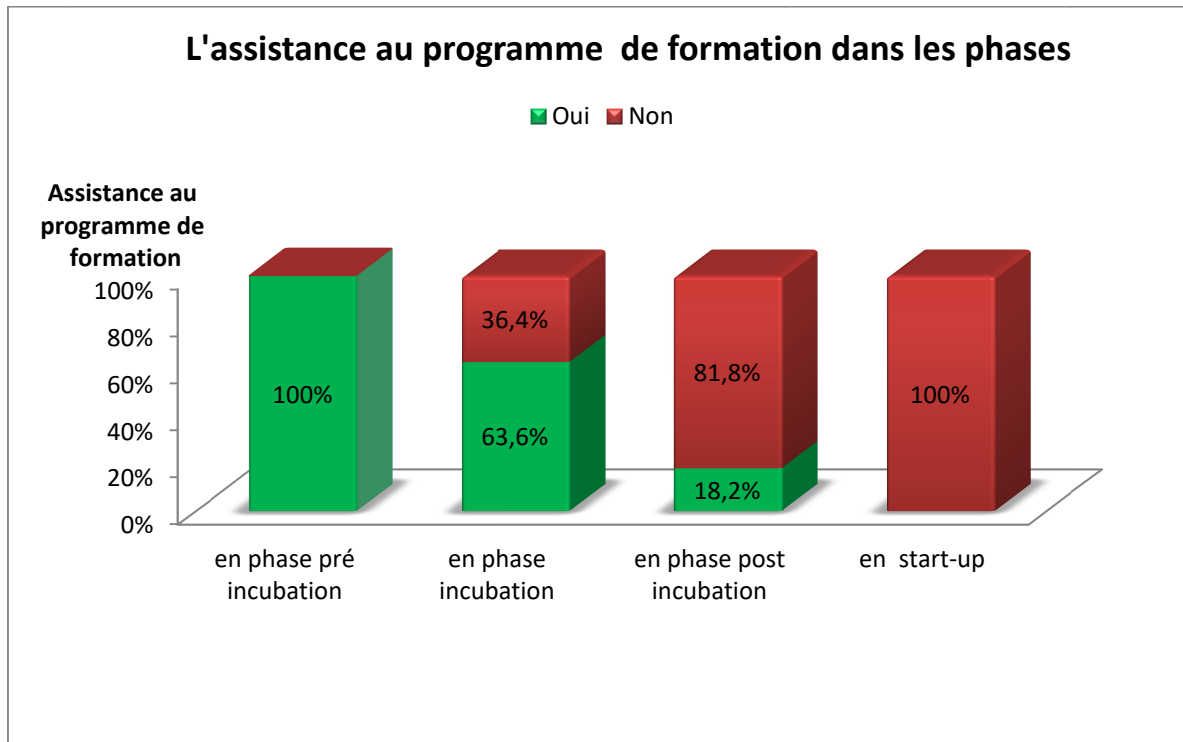
CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

3.2.3.2 Les formations :

Le pourcentage d'assistants au programme de formations à l'incubateur dépasse la moitié qui atteint les 58%.

La figure suivante montre le résultat d'assistance au programme de formations à l'incubateur durant les trois phases d'incubation.

Figure n°31 : L'assistance au programme de formation dans les phases



Après cette figure nous remarquons que la totalité de ceux qui ont assisté au programme de formations l'ont fait en phase de pré incubation, et depuis, cette assistance commence à diminuer. Cela peut être justifié par la qualité des formations offertes ou le choix du thème.

3.2.3.3 Le coaching :

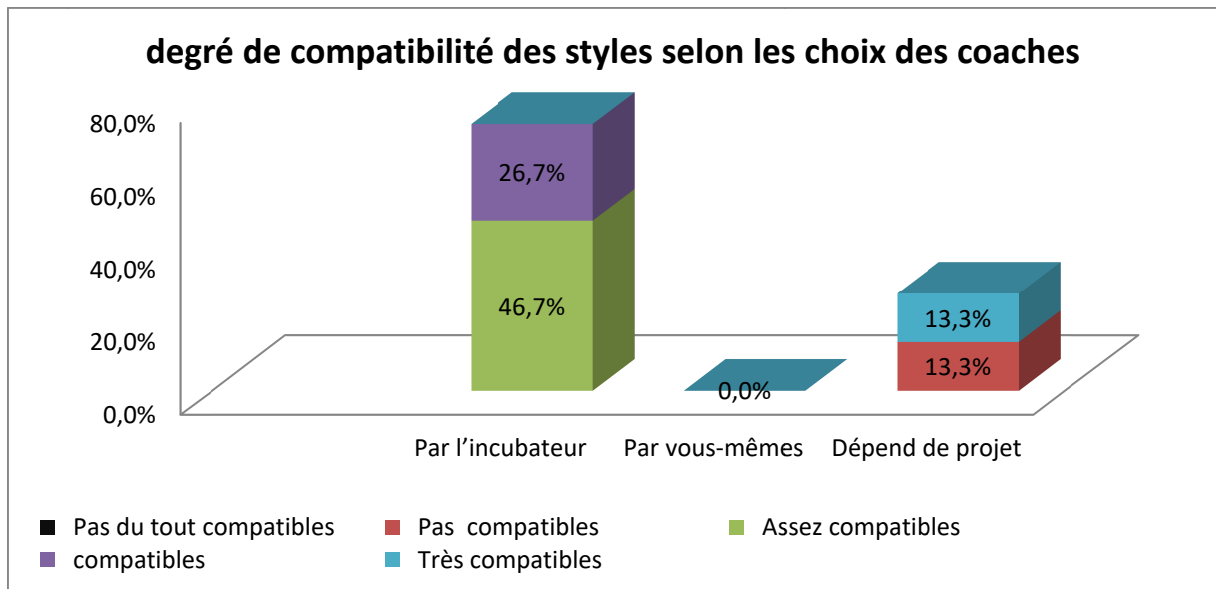
Le coaching dans cette structure d'accompagnement sert, selon les questionnés, à donner des conseils et orienter les porteurs de projets.

La figure n°32 ci-dessous montre, d'un côté que le choix du coach est effectué généralement par l'incubateur ou selon l'activité. D'un autre côté, le choix effectué par l'incubateur reflète généralement une certaine compatibilité entre les coaches et les incubés, tandis que les choix faits selon l'activité seront très compatibles ou bien pas compatibles, peut

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

être justifié par l'insuffisance de nombre des coaches pour faire de bon choix parmi un multiple.

Figure n°32: La compatibilité des styles entre les porteurs de projets et les coaches selon le choix de coach :



3.2.3.4 Le rôle de l'accompagnement de l'incubateur

Dans ce qui suit, nous allons définir le rôle de l'accompagnement de l'incubateur.

a) les avantages d'être accompagné par l'incubateur :

La figure ci-dessous montre la classification des avantages utiles d'être accompagné par l'incubateur. Cela peut être résumé par les avantages les plus utiles tels que l'échange de savoir avec d'autres porteurs de projets, les formations et les contacts et relations de l'incubateur. Tandis que développement des techniques de projet est considéré par certains incubés pas utile et par d'autres utiles, peut être expliqué par le fait que la majorité des incubés ont développé leurs projets avant l'entrée à l'incubateur.

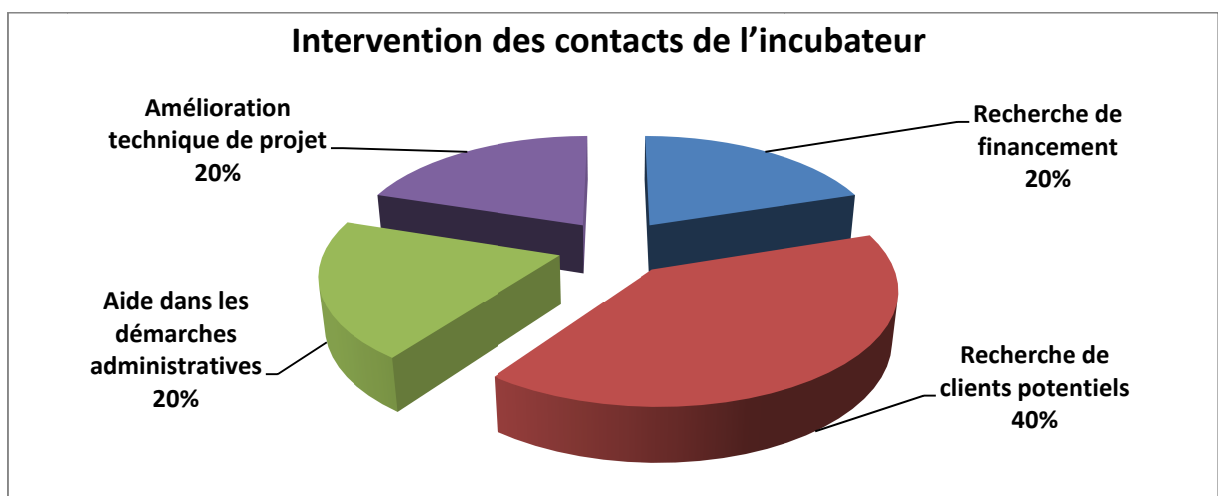
CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

Figure n°33 : Degré d'utilité des avantages d'être accompagné par l'incubateur

b) Intervention des contacts de l'incubateur :

Suite aux résultats obtenus, nous avons constaté que les contacts et relations de l'incubateur interviennent plus dans la recherche de clients potentiels avec un taux de 40%, et les 60% qui restent sont répartis sur les autres interventions de ces derniers, comme le montre la figure n°34 ci-dessous.

Figure n°34 : Intervention des contacts de l'incubateur

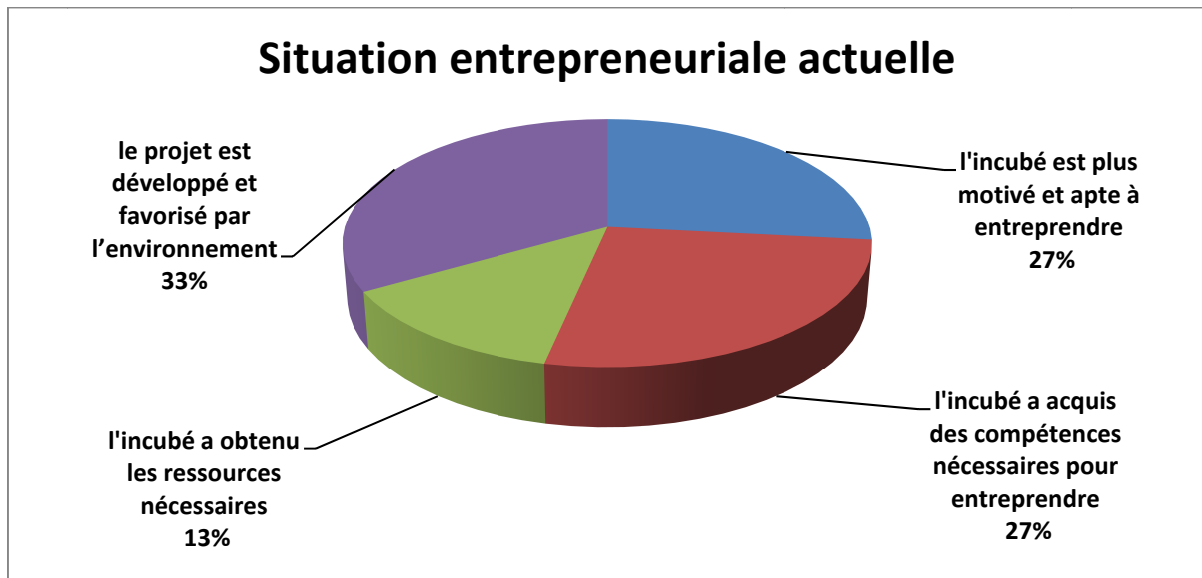


CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

3.2.4 Le rôle de l'accompagnement par l'incubateur dans la cohérence de projet entrepreneurial :

Nous avons interrogé ces questionnés sur leurs situations entrepreneuriales au sein de cet incubateur. la figure n°35 qui suit montre le résultat de cette question.

Figure n°35 : la situation entrepreneuriale actuelle après l'expérience vécue à l'incubateur :



Cette figure montre que la plupart (33%) ont développé leurs projets entrepreneuriaux, et devenus plus favorisés par l'environnement, tandis que les mêmes pourcentages de 27% sont plus motivés et ont acquis des compétences nécessaires afin de se lancer dans l'entrepreneuriat. Nous constatons aussi que, peu des incubés ont pu obtenir les ressources nécessaires pour lancer leurs projets, peut être justifié par le manque de sources et des investisseurs, ou la non-conviction de ces derniers par les autres projets.

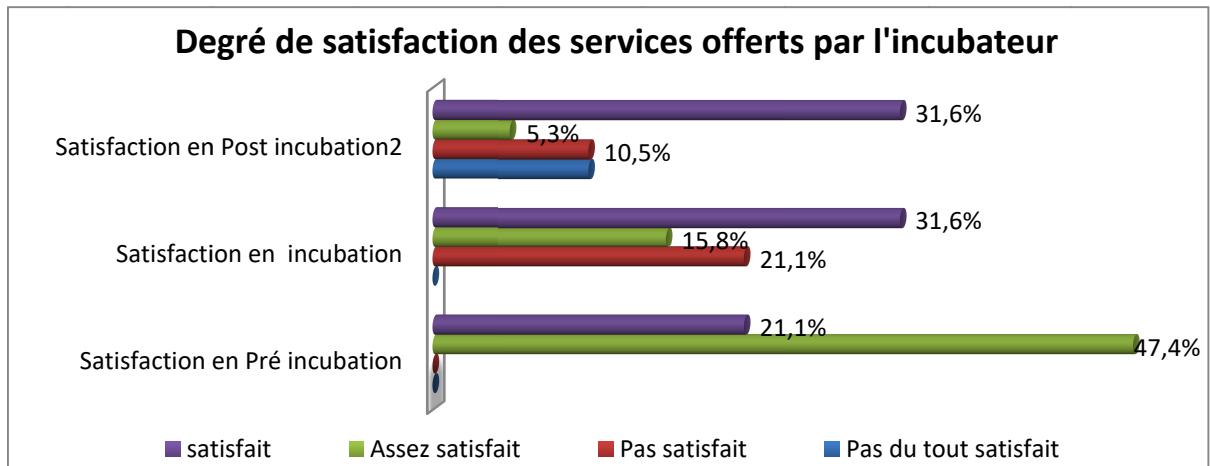
3.2.5 L'efficacité de l'accompagnement de l'incubateur et la satisfaction des incubés :

Dans ce qui suit, nous allons mesurer l'efficacité de l'incubateur de Sidi-Abdellah et la satisfaction des incubés de ces services

La figure n°36 ci-dessous, montre le degré de satisfaction des incubés par les services offerts par l'incubateur de Sidi-Abdellah durant le processus d'incubation.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

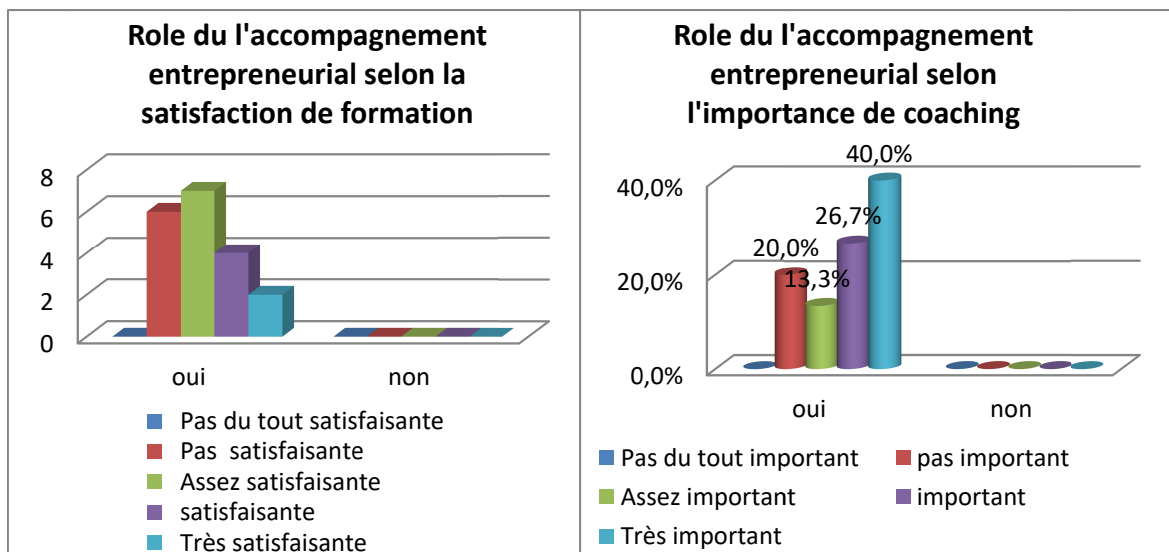
Figure n°36 : Degré de satisfaction des services offerts par l'incubateur :



En premier lieu, nous remarquons qu'aucun incubé n'est très satisfait par les services de l'incubateur, mais les incubés sont moyennement satisfaits par ces services même s'il existe un pourcentage de 21.1% qui ne sont pas satisfaits en phase d'incubation

D'un autre côté, tous les incubés pensent que l'accompagnement entrepreneurial de l'incubateur joue un rôle important dans le fonctionnement de la nouvelle entreprise/start-up, qu'ils soient satisfaits ou non par la formation et le coaching offert par l'incubateur de Sidi-Abdellah. Remarquons dans la même figure, que les incubés sont moyennement satisfaits par les formations offertes, et jugent que le coaching offert par cet incubateur est important, ceci est montré dans la figure qui suit :

Figure n°37 : Le jugement de l'importance du rôle de l'accompagnement entrepreneurial selon la satisfaction de formation et de coaching



CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

3.3 Synthèse des résultats obtenus :

Grâce à l'analyse faite aux données collectées, et aux informations présentées ci-dessus, nous aboutissons à présenter une synthèse pour ces résultats :

3.3.1 Caractéristiques personnelles des porteurs de projets :

Les incubés au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah se caractérisent par leur jeune âge, cependant, les jeunes hommes diplômés et qui ont de l'expérience professionnelle, dans le domaine de l'entrepreneuriat ou autres, sont plus intéressés à entreprendre dans le domaine de TIC.

3.3.2 Le choix de l'incubateur comme structure d'accompagnement :

Les incubés se sont orientés vers cette structure d'accompagnement pour avoir un appui sur la démarche de création d'entreprises. D'un côté, ce choix est fait par diverses raisons, dont, l'amélioration de projet pour qu'il soit plus cohérent et réalisable et même plus favorisé par l'environnement, ainsi pour réduire les frais de lancement. Ces raisons sont expliquées par les besoins reconnus par les porteurs de projets, et qui freinent leurs lancements, tels que, le besoin de conseil dans le développement de projet et sa réalisation, d'autres plus importants besoins concernent le local, et le financement qui constitue un majeur obstacle dans la démarche de création d'entreprises. D'un autre côté, c'est l'ensemble des services qu'un incubateur doit fournir dans sa mission d'accompagnement.

À propos du choix de ces incubés pour l'incubateur de Sidi Abdellah, cela est fait pour raison qu'il soit étatique, et sa spécialisation dans les TIC.

3.3.3 L'accompagnement de l'incubateur :

L'incubateur de Sidi-Abdellah a pour but d'accompagner les porteurs de projets dans le processus de création de leurs entreprises, et cela en passant par les trois phases d'incubation pour aboutir à la fin au lancement de son propre projet ou de s'intégrer dans un autre projet meilleur.

Durant le processus de l'incubation, cet incubateur offre ses services d'accompagnement, sous forme de formation et coaching, afin de permettre à l'incubé de réaliser toutes les activités essentielles et d'acquérir les compétences nécessaires pour entreprendre.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

L'incubé va donc, grâce à ces services, devenir plus compétent en domaine d'entrepreneuriat, et ce, avec l'acquis des connaissances en comptabilité et finance, en management, marketing et techniques de communication. Ces compétences acquises vont permettre à cet incubé de réaliser les activités essentielles, comme l'élaboration d'un business plan détaillé, réaliser l'étude de marché, ainsi pour bénéficier des liens et contacts avec les investisseurs et clients potentiels, pour enfin créer son entreprise.

3.3.4 Le rôle de l'accompagnement de l'incubateur de Sidi Abdellah :

Cette structure d'accompagnement vise à donner un appui à la démarche de création d'entreprises, avec l'offre de ses différents services d'accompagnement pour répondre aux besoins des incubés dans leur démarche, pour enfin aboutir à la cohérence de projet et le lancer. Selon le modèle 3E de Paturel, trois composantes servant à garantir la cohérence d'un projet entrepreneurial qui sont : E1, l'entrepreneur et ses aspirations, E2, les compétences et les ressources, E3, le potentiel de projet sur l'environnement.

D'après nos remarques sur l'incubateur de Sidi Abdellah, nous avons constaté que cet incubateur, grâce à ses pratiques d'accompagnement, intervient dans les trois E. En effet, il intervient en grande partie sur le E3, où il aide dans le développement de projet jusqu'à sa favorisation par l'environnement, il influence, ainsi, sur la motivation et l'acquis des compétences nécessaires pour entreprendre, et même, il a peu d'intervention dans la recherche des ressources en les mettant en contact avec les partenaires et investisseurs.

3.3.5 L'efficacité de la structure d'incubation et la satisfaction des incubés :

L'efficacité d'une structure d'accompagnement dépend de la qualité des services offerts pour répondre aux besoins des accompagnés et de leurs satisfactions. Les incubés, de l'incubateur de Sidi Abdellah, sont satisfaits par les services offerts durant le processus d'incubation. Ils sont aussi satisfaits par des formations et du coaching, et pensent que l'accompagnement par l'incubateur joue un rôle important dans le fonctionnement la nouvelle entreprise. Ce qui peut être montré par l'évolution de taux de création d'entreprise, et la diminution de taux d'abandon des projets durant ces dernières années.

CHAPITRE III : L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL PAR L'INCUBATEUR SIDI-ABDELLAH

À partir de ce chapitre, nous pouvons constater que l'Algérie est aussi intéressée, comme les autres pays développés, par la dynamique entrepreneuriale, et dans le cadre de stimuler l'esprit d'entreprendre favorable pour son développement économique, elle a mis à la disposition des porteurs d'idées, des structures d'accompagnement, parmi eux l'incubateur Technobridge, qui joue un rôle important dans l'appui à la création d'entreprises innovantes dans le domaine des TIC.

Cette étude pratique nous a permis de comprendre le processus d'accompagnement, qui est constitué de trois phases ; la pré incubation (coworking), l'incubation, et la post incubation. Nous avons aussi saisi comment cet incubateur contribue dans la démarche de création d'entreprises, en permettant aux incubés d'acquérir des compétences nécessaires pour réaliser les activités entrepreneuriales, grâce à ses formations et coaching et d'autres services offerts.

Nous avons pu identifier le rôle et l'efficacité de l'incubateur grâce à son intervention dans la cohérence de projet, en influençant, sur le porteur de projet pour le motiver et le rendre plus compétent en domaine d'entrepreneuriat, en effet, s'il devient compétent il va développer son projet pour que l'environnement le favorise. Donc, l'incubateur favorise la démarche entrepreneuriale.

CONCLUSION GÉNÉRALE

CONCLUSION GÉNÉRALE

L'entrepreneuriat vise in fine la création de la richesse à travers la création d'entreprises. C'est une force motrice pour la création de l'emploi, l'innovation, la croissance économique et la cohésion sociale. En effet, entreprendre sollicite outre des moyens financiers et matériels, un background souvent très occulté par les entrepreneurs, ce qui freine la démarche entrepreneuriale ou même conduite à l'abandon du projet avant sa maturation.

Il est évident qu'entreprendre n'est pas une affaire facile, car, quelle que soit la force de l'idée ou du projet, l'entrepreneur novice est souvent contraint de suivre un parcours plein d'obstacles. Aussi, le méconnaître conduit souvent à des problèmes difficilement surmontables et met en péril son projet.

À ce titre, l'incubation apporte aux jeunes entrepreneurs le soutien nécessaire qui leur permettra d'être mieux outillés pour mieux appréhender l'environnement économique dans toute sa complexité. En effet, cet accompagnement pour le porteur de projet pendant sa démarche de création de son entreprise, est un grand avantage pour son devenir.

Dans cette vision, nous avons mené notre recherche, dont l'objectif est de saisir le rôle de l'incubateur dans l'accompagnement entrepreneurial des porteurs de projets ou start-ups. Pour cela, nous avons focalisé notre recherche sur une vaste littérature qui nous a permis de définir les concepts clés de l'entrepreneuriat, d'éclairer le processus de création d'entreprises, ainsi de présenter tous les détails sur la méthodologie formalisée de l'accompagnement entrepreneurial, et de déterminer les différents freins qui empêchent la création d'une entreprise, et d'identifier le rôle et l'apport de l'accompagnement dans l'élimination de ces obstacles afin d'amener l'entrepreneur à créer son entreprise avec une grande réussite.

L'étude pratique a été menée sur terrain au sein de l'incubateur Technobridge, de Sidi Abdellah. À l'aide d'un questionnaire, nous avons abouti à tirer plusieurs résultats, afin de tester les hypothèses proposées en amont :

En effet, notre première hypothèse qui stipule que l'accompagnement entrepreneurial est un enchaînement d'étapes bien déterminées afin de faciliter la démarche de la création d'entreprises est confirmée. D'après notre étude, nous déduisons que l'accompagnement entrepreneurial de l'incubateur passe par trois phases principales, dont la pré incubation, l'incubation, et la post incubation. Où, l'idée va être développée jusqu'à devenir un projet d'entreprise, et le porteur de projet va acquérir un profil d'entrepreneur.

Concernant, la deuxième hypothèse qui précise que l'incubateur et la pépinière d'entreprise sont les plus importantes structures d'accompagnement entrepreneurial, est infirmée. Selon nos recherches faites sur ces structures d'accompagnement et notre enquête, nous avons constaté que, d'un côté, l'incubateur intervient avant le lancement de projet, tandis

CONCLUSION GÉNÉRALE

que la pépinière d'entreprises apporte ses services après le lancement de projet. D'un autre côté, certes ces structures offrent des services importants pour accompagner le porteur de projet, mais cela dans la limite de sa mission qui concerne l'hébergement et l'apport d'un soutien entrepreneurial.

Ainsi, la troisième hypothèse qui stipule que l'incubateur intervient à l'aide des porteurs de projets tout au long de processus de création d'entreprises, en lui répondant à tous ses besoins, est infirmée. Au long de cette enquête, nous avons confirmé que l'incubateur intervient à l'aide de porteur de projet durant tout son parcours de création, de phase de l'initiation, pour l'accompagner dans la conception et préparation de passage à l'acte, jusqu'au démarrage du projet. En revanche, cet accompagnement ne répond pas à tous les besoins des porteurs, il agit sur l'angle d'hébergement et d'apporter des conseils, et l'orienter pour faciliter l'atteinte de ses besoins.

Tandis que, la quatrième hypothèse qui montre que l'incubateur est efficace tant que les porteurs de projets sont satisfaits, est confirmée. D'où, notre étude affirme que l'efficacité d'une structure d'incubation dépend de qualité de services offerts aux meilleurs moments convenables pour répondre aux divers besoins, cette dernière contribution est l'idéale et assure un niveau de satisfaction élevée des incubés. Cette satisfaction réside généralement dans la création d'entreprises, et le non abandon de leurs projets. Donc ce niveau de satisfaction montre le niveau d'efficacité de cette structure.

Au final, notre enquête menée au niveau de « l'incubateur de Sidi Abdellah » nous a permis de répondre à la problématique du départ, qui concerne le rôle de l'incubateur dans l'accompagnement entrepreneurial des porteurs de projets/ start-ups. En effet, nous avons constaté que cette structure d'accompagnement agit sur les trois composantes essentielles qui assurent la réussite d'un projet entrepreneurial (3E). L'incubateur offre des services multiples, dont, les formations, coachings, conseils et orientation de ces porteurs de projets sélectionnés, au long de processus d'incubation, jusqu'à la cohérence des projets incubés. Alors, cet appui de l'incubateur dans la démarche entrepreneuriale a pour rôle essentiel de conduire le projet vers la zone de cohérence, ce qui fait qu'il a un apport important dans la réussite des projets entrepreneuriaux.

En accomplissant ce travail, nous avons rencontré de nombreuses difficultés dans l'obtention et la collecte des informations. D'abord dans le cadre théorique, nous avons rencontré un manque dans la documentation sur le thème des incubateurs. En conséquence, nous avons focalisé, lors de nos recherches, sur des articles et les rapports. Dans le cas pratique, nous avons rencontré la limite de manque des porteurs de projets au niveau de

CONCLUSION GÉNÉRALE

l'incubateur, ainsi la difficulté de mesurer certains aspects, comme la compatibilité des styles, et l'accompagnement.

En nous appuyant sur les résultats obtenus et nos constatations faites sur le terrain, nous avons proposé des suggestions permettant l'amélioration des pratiques d'accompagnement au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah :

- Lors de la sélection, il est préférable de situer les projets dans le schéma des 3E après l'analyse de ses trois composantes principales, afin de l'orienter vers l'accompagnement convenable;
- L'identification précise des besoins de chaque incubé, et l'élaboration d'un plan d'accompagnement personnalisé pour faciliter la satisfaction des besoins ;
- Développer et diversifier le service de coaching, ainsi de laisser le choix du coache pour l'incubé, afin d'aboutir à un bon degré de compatibilité des styles entre eux ;
- Puisque le besoin financier est important dans une démarche entrepreneuriale, il est préférable d'intégrer un service de financement adapté à cette démarche ;
- Réduire la durée de processus de l'incubation pour accélérer la démarche de création ;
- Faciliter l'accès au site, en assurant le transport.
- Améliorer un plan de communication pour attirer les porteurs de projets et faire connaître ses services et son accompagnement.

Enfin, nous pouvons constater que cette recherche sur le domaine d'accompagnement entrepreneurial peut constituer une ouverture et un guide vers d'autres nouvelles recherches qui tiennent ce thème dans ses différents volets. Dans cette perspective, nous proposons des recherches sur : l'essai d'amélioration de l'accompagnement entrepreneurial surtout en Algérie, la mesure de la performance des structures d'accompagnement et l'étude de leur influence sur le développement de l'environnement entrepreneurial, sur les méthodes de formations et d'apprentissage adaptés aux incubateurs.

INTRODUCTION

BIBLIOGRAPHIE

I. LES LIVRES:

A. LIVRES EN FRANCAIS :

- Albert P, Bernasconi M, Gaynor L, « Les incubateurs : Émergence d'une nouvelle industrie », Ministère de l'Economie des Finances et de l'Industrie, Paris, 2002.
- Albert P, Gaynor L, Bernasconi M, « les incubateurs et pépinières d'entreprises: un panorama international”, l'Harmattan, 2003.
- Balland S, Bouvier A-M, « Management des entreprises », édition DUNOD, 2008.
- Boislandelle H.M, « Dictionnaire de gestion: vocabulaire, concept et outils », Economica, Paris, 1998.
- Boutillier. S, « l'entrepreneur dans la théorie économique », Problèmes économiques, n°2482, 1996
- Boutillier.S, Uzunidis.D, « La légende de l'entrepreneur : Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Editions de Syros, 1999, Paris.
- Boutillier.S, Uzunidis.D, « l'entrepreneur, une analyse socio-économique », Economica, Paris, 1995,
- Cakpo. H, « l'audace d'entreprendre », H&C EDITIONS, septembre 2013.
- Capron H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », édition de Boeck, Paris, 2009.
- Chabani S, Ouachrine H, « Guide de méthodologie de la recherche en science sociale », 2ème édition, Taleb Impression, Alger, 2017.
- Degeorge J-M, Hounounou A, Pierre J-M, Rousset O, “100 fiches sur l'entrepreneuriat”, Bréal, Paris, 2010.
- Fayolle A, « Entrepreneuriat, théories et pratiques, applications pour apprendre à entreprendre », Dunod.
- Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005.
- Fayolle A, « Le métier de créateur », Edition d'Organisation, 2003.
- Fayolle A, Degeorge JM, « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur, De Boeck , Belgique, 2012.

- Filion L J, Ananou C, Schmitt C, « Réussir sa création d'entreprise, sans business plan », Groupe Eyrolles, Paris, 2012.
- Hernandez E.-M, « Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », le Harmattan, Paris, 1999.
- Hernandez E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, 2001, France.
- Janssen F, Julien P-A « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », 2^e édition, De Boeck Supérieur, Louvain-la-Neuve, 2016.
- Julien P, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996.
- Messeghem K, et autres : « Livre blanc sur les structures d'accompagnement à la création d'entreprise en France », LABEX entreprendre, Université of Montpellier, 2014.
- Paturel R, Verstraete T, « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », édition EMS, 2000.
- Perroux. F, « La pensée économique de Joseph Schumpeter : les dynamiques du capitalisme », Droz, Genève, Paris, 1965.
- Schumpeter J, « Capitalisme, socialisme et démocratie », Payot, Paris, 1979.
- Verstraete.T, Saporta.B, « Création d'entreprise et entrepreneuriat », l'ADREG, Janvier 2006.

B. LIVRES EN ANGLAIS :

- Hisrich.R, "Entrepreneurship & intrapreneurship: Methods for creating New Companies That Have an Impact on the Economic Renaissance of Area", Editions Lexington, 1988.
- Shapiro .A « the displaced, uncomfortable entrepreneur », psychology today, November 1975.
- Timmons. J, « New venture creation», Entrepreneurship for the 21th Century, 4th ed home wood, Irwin-mc graw-hill 1994,

II. LES REVUES:

A. LES REVUES EN FRANÇAIS :

- Bahkali C, Messeghem K, Sammut S, « Les structures d'accompagnement à la création d'entreprise à l'heure de la gestion des compétences », Management & avenir, N°39, Septembre, 2010.
- Bahkali C, Messeghem K, Sammut S, « Pour un outil de mesure et de pilotage de la performance des incubateurs », Vol 17, n° 3, Erudit, Paris, 2013.
- Casson M, « L'entrepreneur (traduction de : The entrepreneur an economic theory, Oxford Blackwell, 1982), Economica, 1991.
- Couteret P, Audet J « coaching, comme mode d'accompagnement de l'entrepreneur », Revue internationale de Psychosociologie, Vol 7, 2006.
- Danjou I, « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », Revue Française de gestion, n°138, Paris, 2002.
- Fillion L-J, « Six types de propriétaires-dirigeants de pme », revue organisation et territoires, vol 9, n°1, Québec, 2000.
- Joseph R, Bordt M, Hamdani D, « caractéristiques des incubateurs d'entreprise au Canada », document de travail, n°007, Canada, Juillet 2006
- Loué C et al, « L'entrepreneur à l'épreuve de ses compétences : Elément de construction d'un référentiel en situation d'incubation », revue de l'entrepreneuriat, Vol 7, n°1, Paris, 2008.
- Paul M, « L'accompagnement : une nébuleuse », revue Education Permanente, N° 153, Paris, 2002.
- Robichaud D, « l'entrepreneuriat immigrant », revue de la documentation, N°99-05, Avril 1999.
- Sammut S, « Processus de démarrage en petite entreprise : système de gestion et scénario », revue de l'entrepreneuriat, vol1, n°1, Toulouse, 2001.
- Verstrete T, Fayolle A, « Paradigme et Entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat, Vol 4, n°1, Janvier 2005.
- Wtterwulghé R, Janssen F, « la PME : une entreprise humaine », Boeck Université, Belgique, 1998.

B. LES REVUES EN ANGLAIS :

- Aernoudt R, "Incubators: Tool for Entrepreneurship?" Small Business Economics, Vol 23, N° 2, Taiwan, 2004.
- Bergek A, Norrman C, « Incubator best practice : A framework », Technovation, Vol 28, 2008.
- Brooks OJ, « Economic development through entrepreneurship: Incubators and the Incubation Process. », Economic Development review, 1986.

III. LES SEMINAIRES ET COLLOQUES :

- Diamane M, Koubaa S, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », conférence le 20 décembre, Maroc, 2006.
- Emin. S, « la création d'entreprise en contexte universitaire : les facteurs de l'engagement », Université Pierre Mendès.
- Filion, L. J., Borges, C., Simard, G., « Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes » Cahier de recherche n° 2006-11, HEC Montréal, Chaire d'entrepreneuriat Rogers – J.-A.-Bombardier, 2006, tableau 1.
- Fillion. L-J, « Champs entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », cahier de recherche N°1997-01, janvier 1997.
- Haddad. S : « Risque et processus de création des entreprises innovantes en Tunisie », Etude exploratoire, Institut des Hautes Etudes Commerciales à Carthage Sciences Economiques et de Gestion, 7ème Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat et de l'Innovation Paris, 12-15 octobre 2011.
- Jaziri R, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat, Actes du Colloque International sur: Entrepreneuriat et Entreprise nouveaux enjeux et nouveaux défis». Avril 2009, Gafsa.
- Lavoie. D, « Etude des besoins des entrepreneures propriétaires de micro entreprises privées ou travailleuses autonomes de la ville de Longueuil » Collège condition féminine CLD Longueuil, Société Conseil BPS, Janvier 2004.
- Messeghem. K, « l'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », CIFEPME, congrès international francophone en entrepreneuriat et pme, 25,26,27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg , Suisse.

- Paturel R, Masmoudi R, « Les structures d'appui à la création d'entreprise : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances », 4ème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Dunod.
- Tounes.A. Séminaire « Entrepreneuriat » avril 2007 à l'ESC d'Alger.

IV. LES RAPPORTS :

A. EN EN FRANÇAIS :

- Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », rapport réalisé pour la direction de la Technologie du ministère de l'Éducation nationale de la Recherche et de la Technologie Française, Lyon, Mai, 1999.

B. EN ANGLAIS :

- Hamdani D, « Conceptualizing and Measuring Business Incubation”, Statistics Canada, n° 006, Ottawa, 2006.

V. LES THESES:

- Berreziga a, « L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE : REALITES ET PERSPECTIVES », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, ESC Alger, 2014.
- Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat, 1993.
- Lautrette. L, « Favoriser la création d'entreprises innovantes en France », Mémoire de recherche pour l'obtention du diplôme de l'IEP mention « Economie de la connaissance et politiques de l'innovation », Institut d'Etudes Politiques de Toulouse, 2010.
- Masmoudi R, « Etude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion, université du sud Toulon-var, France, 2007.
- Mongin.G, Lautier.S, « Intérêts et pratiques des opération de LBO », mémoire effectué sous la direction de Mr Simon. J, Conservatoire National des Arts et Métiers, 2003-2004.

- Tounès. A, « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, 2003.

VI. LES ARTICLES:

- Bygrave, W.D. et Hofer, C.W , «Theorizing about entrepreneurship, Entrepreneurship theory and practice», 1991.
- Chabaud D, Ehlinger S, Perret V, « Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle, le cas d'un incubateur », Article de researchGate, Novembre, 2005.
- Gasse Y,« l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003.

VII. LES JOURNAUX:

- Benson, H, Davidsson, P, « The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs ». Journal of Business Venturing, 18.3, 2003.
- Brahmi H, Jellali M, « Freins et motivations des jeunes entrepreneurs tunisiens : une étude exploratoire », International Journal of Economics & Strategic Management of Business Process (ESMB) Vol. 6, Tunisie, 2016.
- Feki C, Chetourou N, « Entrepreneuriat et la croissance économique : effet de capital social », vol6, n°3, ISSR-Journals, Tunisie, 3juillet, 2014.
- Gartner W.B. « Who is an entrepreneur » is the wrong question, American journal of small business, spring 1988.
- Hacket SM, Dilts DM, « A systematic review of Business incubation Research”, Journal of technology transfer, vol 29, 2004.
- Paturel R, « Pratique du Management stratégique », La Gestion en Plus, Presses Universitaires de Grenoble, 1997.

VIII. LES SITES INTERNET:

- <http://www.burkinapmepmi.com/la-peur-et-lentrepreneur>, consulté le 31/03/2018 à 14:05.
- <https://www.afecreation.fr/cid45294/pepiniere-d-entreprises.html> ,consulté le 10/04/2018 à 11:30.
- www.portail-des-pme.fr, consulté le 24/03/2018, à 20 :18.
- www.coachfederation.org consulté le 12/04/18 à 15 :10

ANNEXES

**AGENCE NATIONALE DE PROMOTION ET DE
DEVELOPPEMENT DES PARCS TECHNOLOGIQUES**



**APPEL A
PROJETS**

**PROMOUVOIR L'INNOVATION DANS LES
TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA
COMMUNICATION « TIC »**

INCUBATEUR de SIDI ABDELLAH

**FICHE-
PROJET**

**CREATION D'ENTREPRISE DANS LES
TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET
DE LA COMMUNICATION (TIC)**

**LA PRESENTE FICHE SERA TRAITEE EN TOUTE CONFIDENTIALITE. SA DIFFUSION
SERA LIMITEE A L'EQUIPE DE L'INCUBATEUR, AUX EXPERTS ET AU CONSEIL DE
SELECTION.**

N° PROJET (interne incubateur) :.....

LE PROJET

A-CARACTERISTTIQUES ET COMPETENCES DU PORTEUR OU DE L'EQUIPE PROJET

Identification du Porteur de projet principal

Nom :

Prénom :

Né(e) le : à Nationalité : Age :

Adresse :

Code postal /Ville :

: Portable : E-mail :

Niveau de formation (joindre CV) :

BAC BAC + 2 BAC +3 BAC+4/5 DOCTORAT AUTRES

Préciser:

Situation professionnelle : Etudiant Salarié Demandeur d'emploi

Chercheur / Enseignant-chercheur Doctorant/post-doctorant Autre

.....

L'équipe créatrice

Allez-vous créer en équipe ? Non Si oui

Combien de personnes :(joindre les CV)

Nom & prénom	Compétences/Formation	Rôle prévu dans le projet
--------------	-----------------------	---------------------------

1.
---------	-------	-------

2.
---------	-------	-------

3.
---------	-------	-------

B- LE CONCEPT

Décrire succinctement le projet et son origine, objet de l'entreprise et les cibles principales

.....
.....
.....

C- CARACTERISTIQUES TECHNIQUES ET FONCTIONNELLES DU PRODUIT / SERVICE / DANS LE CADRE DU PROJET :

Donner une description détaillée du produit ou service

.....
.....
.....
.....

Caractère innovant de la technologie ou service proposés :

.....
.....

Travaux de recherche ayant abouti à l'innovation :

.....
.....

Laboratoires ou organismes impliqués

Titres de propriété

Intellectuelle :

Niveau de maturité du produit /service :

Preuve de concept Prototype Test en interne Test chez le client
Commercialisable

Etat d'avancement du projet et démarches entreprises (Ex : création juridique, demandes subventions, étude de marchés, etc.) :

Moyens financiers:.....

Annexe n°01 : FICHE-PROJET

LE MARCHÉ

Cibles de marché identifiées :

.....
.....
.....
.....

La Concurrence :

.....
.....
.....
.....

Les avantages :

1- L'innovation du produit ou service :

.....
.....
.....

2- Du produit ou service par rapport à la concurrence, à tous les niveaux (technique, économique, organisationnel) :

.....
.....
.....

Les clients potentiels :.....

L'INCUBATION

Les attentes du Porteur de projet de l'incubateur :

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

LISTE DES INFORMATIONS CONSIDEREES PAR LE PORTEUR COMME INFORMATIONS CONFIDENTIELLES :

.....
.....
.....
.....

Je, soussigné(e),..... atteste sur l'honneur que l'ensemble des déclarations ci-dessus sont exactes.

Date :

Signature :

Annexe n°02 : ELEMENTS D'ÉVALUATION DU PROJET

ELEMENTS D'ÉVALUATION DU PROJET

Porteur de projet :

Intitulé du Projet :

	Eléments d'appréciations				Note
Créativité	Genèse du projet (implication de tous les membres)	Originalité de l'idée	Caractère innovant du projet (aspect technologique, aspect économique)		/15
Cohérence économique du projet par rapport au marché	Appréhension du marché et de ses caractéristiques				/10
	Acteurs	Dimension	Localisation	Potentiel	
Positionnement et stratégie de développement	La création de valeur	Le modèle économique	Les modes d'accès au marché		/10
Faisabilité technique	Veille technologique	Propriété intellectuelle	Mise au point du produit		/15
Cohérence des moyens financiers et humains	-Crédibilité des prévisions financières : (Organisation et Leadership)		Crédibilité de l'équipe		/10
Motivation et cohésion du groupe					/20
Présentation orale	Clarté de l'expression	Clarté des diapos	Intérêt suscité		/20
	Qualité de la communication avec le jury		Aptitude à convaincre		
TOTAL					<u>/100</u>

Nom et prénom du l'évaluateur :

Signature

Questionnaire :

Étant étudiants à l'École Supérieure de Commerce, en 3^e année Master, et en vue de préparation de notre mémoire de fin de cycle qui porte sur l'accompagnement entrepreneurial des incubateurs, dont l'objectif est déterminer le rôle de la structure d'incubation dans les différentes phases de création d'entreprises.

En vous assurant que ce questionnaire est anonyme.

Nous vous invitons à remplir ce questionnaire tout en garantissant que les résultats vont servir uniquement pour notre étude académique et pédagogique.

Rubrique 1 : Informations personnelles

1. Vous êtes :

Homme

Femme

2. Âge :

▪ Entre (16-25)

▪ Entre (26-35)

▪ Plus que 35

3. Niveau d'instruction à l'entrer dans l'incubateur :

▪ Sans Bac

▪ Bac

▪ Bac +1

▪ Bac +2

▪ Bac +3

▪ Bac +4

▪ Bac +5

▪ Autre :.....

4. Aviez-vous une expérience professionnelle avant d'entrer à l'incubateur :

Oui

Non

- Si oui, cette expérience est-elle dans le domaine de l'entrepreneuriat :

Oui

Non

5. Vous êtes en phase

▪ De pré incubation

▪ De post incubation

▪ De l'incubation

▪ Start-up

Rubrique 2 : Le choix de l'incubateur

6. Comment avez-vous pris connaissance qu'un incubateur peut vous aider dans votre démarche entrepreneuriale :

- Publicité
- Évènement
- Entourage
- De bouche à oreille
- Autre (merci de préciser)

7. Quelles sont les raisons de votre choix de l'accompagnement par l'incubateur :

- Pour la qualité des services offerts
- Pour améliorer le projet
- Pour développer votre esprit d'entreprendre
- Pour satisfaire facilement vos besoins
- Pour élargir vos connaissances dans le domaine
- Pour minimiser les frais de lancement
- Autre (merci de préciser)

8. Avant l'entrée à l'incubateur comment étaient vos besoins :

Les besoins	Pas du tout important	Pas important	Assez important	important	Très important
Besoin de financement.					
Besoin de ressources matérielles.					
Besoin de local.					
Besoin de ressources humaines, et des techniques de choix de ces dernières.					
Besoin de formation (en domaine d'entrepreneuriat, gestion.....).					
Besoin de conseil, orientation, accompagnement direct.					

9. Pourquoi votre choix s'est porté sur l'incubateur de « Sidi Abdellah » :

- Pour son expérience
- Parce que c'est un incubateur étatique
- Pour ses services gratuits
- Par rapport à sa spécialisation dans les TIC
- Autre (merci de préciser)

Rubrique 3 : L'accompagnement de l'incubateur

Volet 1 : L'accompagnement de l'incubateur durant les trois phases :

10. Citez les activités que vous avez réalisées à l'aide de l'incubateur :

les activités	Pré incubation	Incubation	Post incubation-Start-up
Étude de marché et de l'environnement			
Élaboration d'un plan de financement			
Élaboration d'un business plan			
Lien et contact avec des clients potentiels			
Le lancement et la concrétisation de projet			
Autre			

11. Citez les compétences acquises dans l'incubateur :

Les compétences	Pré incubation	Incubation	Post incubation-Start-up
Compétences en management			
Compétences en comptabilité, finance et fiscalité			
Compétences en techniques de communication et de vente			
Connaissances en marketing			
Autre			

12. Quel est le degré de votre satisfaction des services offerts par l'incubateur :

Les phases	Pas du tout satisfait	Pas satisfait	Assez satisfait	Satisfait	Très satisfait
Pré incubation					
Incubation					
Post incubation-Start-up					

Volet 2 : Les formations

13. Avez-vous assisté au programme de formations à l'incubateur :

Oui Non

Si oui, dans quelle phase

	Oui	Non
- Pré incubation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Incubation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Post incubation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Start-up	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Quels sont les critères de choix des thèmes des formations :

- Aucun
- Par besoin
- Selon l'activité
- Autre (merci de préciser)

15. Les formations offertes par l'incubateur sont-elles satisfaisantes :

(Insatisfaisantes)

(Très satisfaisantes)

1	2	3	4	5

16. Avez-vous des propositions des thèmes de formations :

.....

Annexe n° 03 : Le questionnaire

Volet 3 : le coaching

17. Comment sont choisis vos coaches :

- Par l'incubateur
- Par vous-mêmes
- Dépend de projet
- Autre (merci de préciser)

18. Quel est le degré de compatibilité des styles entre vous et les coaches :

(Pas du tout compatible)

(Très compatible)

1	2	3	4	5

19. Quels sont les services rendus par votre coach :

- Conseil
- Orientation
- Amélioration technique du projet
- Autre (merci de préciser)

20. Comment jugez-vous le service de coaching proposé par l'incubateur :

- Pas du tout important - Pas important
- Assez important - Important
- Très important

Volet 4 : Le rôle de l'accompagnement de l'incubateur

21. Selon vous, quels sont les avantages utiles d'être accompagné par l'incubateur :

Avantage/degré d'utilité	Pas du tout utile	Pas utile	Assez utile	utile	Très utile
L'échange de savoir avec d'autres porteurs de projets					
« Open space » offert dans la structure d'incubation					
Formations					
Les contacts et relations de l'incubateur					
Développement des techniques de projet					

22. En quoi interviennent les contacts de l'incubateur dans votre démarche entrepreneuriale :

- Recherche de financement
- Recherche de clients potentiels
- Aide dans les démarches administratives
- Amélioration technique de projet
- Autre (merci de préciser)

23. D'après votre expérience dans l'incubateur, quelle est votre situation entrepreneuriale actuelle :

- Vous êtes plus motivé et apte à entreprendre
- Vous avez acquis des compétences nécessaires pour entreprendre
- Vous avez obtenu les ressources nécessaires
- Vous avez développé le projet pour qu'il soit plus favorisé par l'environnement
- Autre (merci de préciser)

24. Pensez-vous que l'accompagnement de l'incubateur pendant les premières phases de lancement joue un rôle important dans le fonctionnement de nouvelle entreprise/start-up:

Oui Non

- **Pourquoi ?** (merci de préciser)
.....

Nous vous remercions profondément pour votre collaboration.