

**République Algérienne Démocratique et Populaire**  
**Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique**

**UNIVERSITE ABOU BEKR BELKAID-TLEMCEM**  
**Faculté des Sciences Economiques de Gestion et Sciences Commerciales**



# **Polycopié**

## **Entrepreneuriat**

Présenté par :

**Mr. Boudia Mohammed Fouzi**

1

---

Année universitaire 2021-2022

# Table des matières

## Table des matières

<b>Introduction générale</b>	9
<b>Section1 : Les définitions de l'entrepreneuriat</b>	11
<b>1.1 Définition de l'entrepreneuriat</b>	12
<b>2.1 L'entrepreneuriat par opportunité et l'entrepreneuriat par nécessité</b>	16
<b>2.1.1 L'entrepreneuriat par opportunité</b>	16
<b>2.1.2 L'entrepreneuriat par obligation.</b>	17
<b>Section 2 L'enseignement de l'entrepreneuriat</b>	21
<b>2.1 L'enseignement et la formation de l'entrepreneuriat</b>	22
<b>2.2 Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat</b>	26
<b>2.3 Les contenus des enseignements</b>	27
<b>2.3.1 Capacité professionnelle</b>	27
<b>2.3.2 L'importance théorique</b>	28
<b>2.3.3 - Dimension spirituelle</b>	28
<b>2.4 -la sensibilisation</b>	29
<b>2.5 L'accompagnement</b>	30
<b>2.6 La sensibilisation, Formation et Accompagnement</b>	38
<b>Section 3 le risque entrepreneurial</b>	32
<b>3.1 La notion de risque</b>	33
<b>3.2 Le risque entrepreneurial</b>	27
<b>3.3 Les risques dans un projet entrepreneurial</b>	28
<b>3.4 La distinction du risque</b>	30
<b>3.5 Types de risque</b>	38
<b>3.5.1 Les risques attachés au regroupement</b>	38
<b>3.5.2 Les risques liés aux rumeurs</b>	38

<b>3.6 Risque et incertitude.</b>	39
<b>3.8 la distinction entre les risques réels et les risques perçus</b>	40
<b>3.7La perception du risque</b>	41
<b>Section4 Les définitions de l'entrepreneur</b>	44
4.1L'entrepreneur	45
<b>4.2 les types d'entrepreneurs</b>	49
4.3 Le métier d'entrepreneur	51
<b>4.4 Les critères du métier de l'entrepreneur</b>	51
<b>Section 5 Les principaux éléments psychologiques qui poussent a entreprendre.</b>	55
<b>5.1La disposition à l'action (attitude).</b>	56
<b>5.2 Le construit d'attitude</b>	58
<b>5.3 L'orientation de l'attitude envers un comportement</b>	58
<b>5.3.1 Influence de l'existence de l'idée sur l'acte d'entreprendre.</b>	60
<b>5.4 Influence de la motivation sur l'acte d'entreprendre.</b>	62
<b>5.4.1La clarification des motivations</b>	62
<b>5.4.2- Savoir quelle est sa motivation</b>	65
<b>5.4.3 Les bonnes raisons de créer une entreprise</b>	65
<b>5.4.4 Mauvaises raisons de créer une entreprise</b>	66
<b>5.5 Le besoin d'accomplissement</b>	66
<b>5.6 Les trois types de besoins non hiérarchisés, et non exclusifs</b>	67
<b>Section 6 : Elément sociologique</b>	68
<b>6.1 Le milieu Familial</b>	69
<b>6.2 Le soutien familial au détriment du soutien institutionnel</b>	70
<b>6.3 L'effet du milieu familial sur le contexte local</b>	70

<b>6.4-La famille et proches</b>	72
<b>Section7 :Éléments économique</b>	74
<b>7.1-L'étude de marché (la recherche d'information) :</b>	76
<b>7.2 Business plan</b>	84
<b>7.2.1Les objectifs du business plan</b>	86
<b>7.2.3 Les règles de présentation du business plan</b>	86
<b>7.24 La qualité du business plan</b>	87
<b>Section 8 : Quid de L'agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (L'ANADE).</b>	88
<b>8.1 Les étapes traversées par (L'ANADE) ex ANSEJ ( 1997-2020).</b>	89
<b>8.2 La formation à travers l'ANADE (Programme de la Formation (« Créez votre entreprise »).</b>	93
<b>8.3-La sensibilisation de l'ANADEJ à travers la maison entrepreneuriale destinée aux pôles universitaires.</b>	94
<b>8.4 Les soutiens de l'ANADE</b>	94
<b>8.5Les types de financement</b>	95
<b>8.6L'extension du projet</b>	96
<b>8.7Le parcours de création à travers l'ANADE</b>	97
<b>Conclusion générale</b>	100
<b><i>Références Bibliographiques</i></b>	102
<b><i>Annexes</i></b>	116
<b><i>Annexes 1</i></b>	116
<b><i>Annexes 2</i></b>	118
<b><i>Annexes 3</i></b>	120
<b><i>Annexes 4</i></b>	122
<b><i>Annexes 5</i></b>	124
<b><i>Annexes 6</i></b>	126

**Les principaux éléments qui les poussent à entreprendre, à savoir les aspects psychologiques, sociaux et économiques notamment (l'étude de marché) sont rarement pris en considération par l'immense majorité des étudiants futurs entrepreneurs et particulièrement ceux qui par manque de moyens financiers se rabattent sur les dispositifs mis en œuvre par l'état Algérien : ANADE, CNAC, ANGEM etc.....**

**Ce polycopié se propose de mettre l'accent sur les concepts de l'entrepreneuriat et les facteurs qui influencent l'acte d'entreprendre particulièrement en phase de création.**

**Il s'adresse de façon générale à tous ceux qui ont besoin de s'initier rapidement aux notions et principes de l'entrepreneuriat et plus spécialement aux étudiants MASTER 1 et MASTER 2 spécialité entrepreneuriat ainsi que les différentes spécialités qui comportent l'enseignement du module d'entrepreneuriat Master1 et Master2 en entrepreneuriat, aux écoles de commerce cycles universitaires de gestion et aux futurs promoteurs à travers le dispositif ANADE, CNAC, ANGEM etc.....**

**L'auteur Dr .Boudia Mohamed Fouzi, diplômé de l'université Abou Bakr Belkaid Tlemcen.**

# **AVANT –PROPOS.**

## **AVANT –PROPOS.**

Actuellement, l'une des préoccupations primordiales des responsables Algériens est, sans conteste, l'entrepreneuriat. En effet, la création d'entreprise génère la croissance économique et surtout la création d'emplois durables, de richesses et de valeur ajoutée. A fortiori, nous avons un pays qui recèle deux grands atouts majeurs. D'un côté les jeunes, avec leur potentiel créatif et leur volonté de se frayer un chemin dans la vie active, et d'un autre côté les vastes opportunités en termes d'activités économiques, notamment dans les secteurs de l'agriculture, des services et de la petite transformation.

Ce polycopié tente d'expliquer le phénomène de l'entrepreneuriat fondé sur des concepts théoriques, la définition de l'entrepreneur et les principaux éléments qui poussent à entreprendre

Cependant, souvent, les responsables ignorent ou n'ont pas conscience de l'importance des aspects théoriques dans la démarche entrepreneuriale. Aussi, est-il plus que recommandé d'accorder à chaque étape de l'itinéraire de création, une attention toute particulière..

Ignorer les facteurs qui gouvernent la décision de création d'entreprise, c'est à l'évidence, faire peser une grave hypothèque sur la réussite, voire la pérennité même du projet. Ce polycopié a pour ambition de décrire au mieux le concept d'entrepreneuriat pour permettre et aider à la compréhension de la réalité. Il vise aussi à démontrer la nécessité de connaître l'importance des facteurs qui déterminent l'acte d'entreprendre.

Enfin il suggère des recommandations les plus opportunes possibles pouvant contribuer à l'amélioration des conditions de création d'entreprise en Algérie. Ce polycopié est destiné aux étudiants MASTER 1 et MASTER 2 spécialité entrepreneuriat ainsi qu'à tous ceux dont la spécialité comporte l'enseignement du module d'entrepreneuriat.

# **Introduction générale**

## Introduction générale

L'entrepreneuriat est devenu un phénomène de société, c'est pourquoi les pouvoirs publics sont motivés pour promouvoir la culture de création d'entreprise.

L'entrepreneuriat aujourd'hui est une branche dont les étapes et les fondements peuvent s'enseigner et être automatiquement pratiqués.

Il est à noter que l'Algérie compte des dizaines de pôles universitaires répartis sur l'ensemble du territoire national, au sein desquels sont dispensés des enseignements dans diverses spécialités. Ce riche potentiel mérite d'être mobilisé et exploité pour contribuer au développement économique et social du pays. Dans cette perspective, la voie qui s'impose de plus en plus, s'avère être la création d'entreprise. Cependant, le problème réside dans le fait que le système éducatif et universitaire en Algérie forme beaucoup plus au salariat qu'à la création d'entreprise... Pourtant les pouvoirs publics ont mis en place plusieurs dispositifs pour la création d'entreprise à savoir ANADE<sup>1</sup>, CNAC<sup>2</sup>, ENGEM<sup>3</sup>..., destinés à faciliter la tâche aux créateurs d'entreprises possédant l'âme d'un entrepreneur. L'état a instauré la maison de l'entrepreneuriat<sup>4</sup> à travers toutes les universités en Algérie pour promouvoir l'esprit entrepreneurial des étudiants. D'ailleurs c'est l'outil fondamental sur lequel s'appuie l'ANADE pour sensibiliser les étudiants et les initier à l'acte d'entreprendre en partenariat avec les Universités et les Grandes Ecoles. La première maison de l'entrepreneuriat a été créée en 2007, à l'université de Constantine. L'année 2014 a connu l'intégration de la maison de l'entrepreneuriat au niveau des universités et des Grandes Ecoles, à travers tout le territoire national.

---

<sup>1</sup> L'Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat

<sup>2</sup> Caisse Nationale d'Assurance Chômage

<sup>3</sup> Agence Nationale de gestion du Micro-crédit

La finalité souhaitée de ce polycopié est non seulement d'aboutir à la description la plus large possible du phénomène complexe qu'est l'entrepreneuriat, aider à sa compréhension, mais aussi essayer de tirer les conclusions et recommandations les plus opportunes possibles pouvant contribuer à développer l'esprit entrepreneurial chez les étudiants universitaires. Pour aboutir à cette finalité souhaitée nous avons scindé notre plan de travail en sept sections :

Dans la première section on présentera les définitions de l'entrepreneuriat.

La deuxième section concernera l'enseignement de l'entrepreneuriat.

La troisième section sera consacré au risque entrepreneurial, la quatrième les définitions de l'entrepreneur, la cinquième section les principaux éléments psychologiques qui poussent à entreprendre (l'idée, motivation).

La sixième section aspects sociologiques (le rôle familial) et enfin dans la septième section on abordera les aspects économiques (l'étude de marché, business plan).

**Section1 : Les définitions de  
l'entrepreneuriat**

**Définition de l'entrepreneuriat**

**L'entrepreneuriat par opportunité et  
l'entrepreneuriat par nécessité**

**L'entrepreneuriat par opportunité**

**L'entrepreneuriat par obligation.**

## *Section 1*

### *Les définitions de l'entrepreneuriat.*

#### **1.1 Définition de l'entrepreneuriat**

Dans cette section, il sera question de pénétrer au cœur de l'entrepreneuriat et développer quelques notions clés.

Hernandez E-M (2005) estime qu'aucune explication de l'entrepreneuriat ne fait la concordance entre les chercheurs, mais qu'ils sont d'accord pour dire que l'entrepreneuriat peut être décomposé en plusieurs étapes à suivre <sup>1</sup>

Hernandez Émile-Michel (2008) estime que « l'entrepreneuriat a pendant longtemps été considéré beaucoup plus comme un problème d'individu que comme un problème d'organisation ». <sup>2</sup>

D'ailleurs Hernandez É-M et Marchesnay- M (2008) confirment que l'entrepreneuriat, c'est d'abord, depuis très longtemps, une pratique qui « allait de soi ». Les commerçants et autres « industriels » pratiquaient de l'entrepreneuriat sans le savoir <sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>Émile-Michel –H (2005), « Le coaching au service de l'organisation entreprenante », L'Expansion Management Review, N° 116.

<sup>2</sup>Émile-Michel –H (2008), « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle »,Revue française de gestion, n° 185.

<sup>3</sup> Hernandez Émile-Michel et Marchesnay Michel (2008), « Entrepreneuriat, d'une action sans savoir... à un savoir actionnable », Revue française de gestion, n° 185.

Pour Léger-J- C (2008), la détermination du champ de l'entrepreneuriat est fondamentale et on revient à la fameuse interrogation de Gartner (1990) « *what are we talking about when we talk about entrepreneurship?* »<sup>1</sup>. Le terme « entrepreneuriat » est donc vague et peut être interprété dans un sens « individuel » (Kilby, 1971), « collectif », mais aussi dans un sens plus large, celui de l'entreprise toute entière » (Birch, 1979), ce qui entraîne différentes acceptions de ce terme<sup>2</sup>.

Fayolle. A (2012) estime que l'entrepreneuriat est un élément qui participe au développement individuel. Il est aussi considéré comme étant un déterminant pour la croissance économique dans une économie de marché.

Selon Tessier-D- C (2014), la majorité des notions de l'entrepreneuriat se focalise sur la définition d'une création d'entreprise afin de faire face à une obligation intégralement économique<sup>3</sup>.

Yvon- P (2014) explique l'entrepreneuriat comme étant une action qui peut se déclencher par la découverte, l'exploitation d'une opportunité de marché, l'innovation dans l'objectif d'instaurer de nouveaux biens et services par des moyens qui, éventuellement, n'existaient pas avant.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Gartner W. B., "What are we talking when we talk about entrepreneurship?", Journal of Business venturing, vol. 5, n° 1, 1990, p. 15-28

<sup>2</sup>Cartherine Léger-J(2008), « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes » Théorie(s) et pratique(s),Revue française de gestion, n° 185.

<sup>3</sup>Christel Tessier-D(2014), « Les paradoxes de l'entrepreneuriat de nécessité : Strapontin ou tremplin ? », Entreprendre & Innover, n° 20.

<sup>4</sup> Yvon- P (2014),«Entrepreneur, entrepreneuriat (et entreprise) : de quoi s'agit-il ?» HAL Id: hal-01068587 <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01068587> Submitted on 26 Sep 2014.

Selon Xuan, H., Trung, T., Ngọc, H., Phuong, L., Cong, D., & Quynh, T. (2020), l'entrepreneuriat est nécessaire pour réussir à long terme. Elle reflète également les perspectives de croissance économique d'un pays.<sup>1</sup>

Chambard- O (2013) considère que l'entrepreneuriat est une attitude qui s'applique à des cas professionnels originaux comme la création d'entreprise. Elle peut aussi être une reprise d'entreprise pour lui donner un nouveau souffle.<sup>2</sup>

Fayolle. A (2012) considère que l'entrepreneuriat participe à l'évolution individuelle, et contribue de façon efficace au développement économique dans une économie de marché<sup>3</sup>.

Pare- J -L et Rédis- J (2011) expliquent l'entrepreneuriat à travers quatre éléments à la base de l'entrepreneuriat : « l'opportunité d'affaires, la création d'une organisation, la création de valeur et l'innovation »<sup>4</sup>.

Fayolle-A, Karim M (2011) estiment que l'entrepreneuriat s'applique à des cas divers et à des fonctionnements parfois d'une grande difficulté<sup>5</sup>.

Selon Boutillier –S(2010), l'entrepreneuriat constitue un sujet de nouveauté notamment avec l'évolution du système capitaliste en une culture entrepreneuriale.

---

<sup>1</sup>Xuan, H., Trung, T., Ngọc, H., Phuong, L., Cong, D., & Quynh, T. (2020). The effect of educational background on entrepreneurial intention. *Management Science Letters*, 10(1), 91-102.P94

<sup>2</sup> Olivia- Chambard (2013), « La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création lexicale », Mots. Les langages du politique [Online], n 102.

<sup>3</sup>Fayolle-A(2012),*entrepreneuriat apprendre à entreprendre*, op cit, p. 8.

<sup>4</sup>Jeun -Louis-P et Jean- R(2011), « Réorienter la recherche en finance entrepreneuriale »,Gestion 2000, /4 Volume 28,

<sup>5</sup>Alain F, Karim M, (2011) « La recherche en entrepreneuriat entre 2008 et 2009 », Revue de l'Entrepreneuriat /1 (Vol. 10).

Johannisson (2002) confirme que l'entrepreneuriat est une apparence naturelle. « On peut s'en convaincre, si besoin, est en observant l'apparence entrepreneuriale de différents points de vue ». <sup>1</sup>

Messeghem- Ket Verstraete –T (2009) estiment que l'entrepreneuriat est une coordination entre deux organismes à savoir : la participation de l'université d'une part et d'autre part la contribution et le soutien de l'état à la création d'entreprise. <sup>2</sup>

Levy-T Thierry et Paturel -R(2008) estiment que l'entrepreneuriat est une action collective et les étapes de création désignent une configuration d'organisation qui s'inspire, dans un contexte d'environnements instables et compliqués, du modèle adhocratique de Mintzberg (2001). <sup>3</sup>

Selon Léger-J- C (2008),Johannisson (1984) explique la culture comme une combinaison de valeurs et de croyances communes qui attribuent à ceux qui les partagent une perception qui a la même envergure du monde. Pour le chercheur, une culture entrepreneuriale est une culture qui donne une dimension aux caractéristiques personnelles associées à l'entrepreneurship soit l'individualisme, la marginalité, le besoin de réalisation personnelle, la prise de risques et surtout la confiance en soi. <sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>Johannisson B. (2002a), Entrepreneurship as a collective phenomenon, Working Paper, Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship (SIRE), Växjö University, Sweden, CyrineBenrepris par Hafaïedh (2006), « Entrepreneuriat en équipe : positionnement dans le champ de l'entrepreneuriat collectif », Revue de l'Entrepreneuriat, Vol. 5, n°2.

<sup>2</sup> Karim- M- Ket Thierry- V (2009), « La recherche en entrepreneuriat : état des thèses soutenues entre (2004 et2007) », Revue de l'Entrepreneuriat, 1 Vol.8.

<sup>3</sup>Thierry Levy-T, Robert- P (2008), « Quelques réflexions succinctes sur l'enseignement de l'entrepreneuriat », Marché et organisations, N° 6.

<sup>4</sup>Léger-Jarniou, Catherine (2008). « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes » Théorie(s) et pratique(s), Revue française de gestion, n° 185, pp.161-174.

Josée Audet, N- R, Maripier-T (2005) estiment que la culture entrepreneuriale prédominante dans un environnement représente l'un des éléments les plus susceptibles d'inciter la propension d'un individu à créer une entreprise.<sup>1</sup>

Catherine Léger –J (2013) estime que la définition de l'entrepreneuriat englobe différentes explications qui méritent d'être précisées, la première perception de l'entrepreneuriat « est plutôt anglo-saxonne et fait référence à deux courants de pensée » qui sont l'émergence organisationnelle et l'identification et l'exploitation d'opportunité :<sup>2</sup>

1-L'apparition organisationnelle avancée par Gartner (1988, 1990,1993), est un déroulement qui incite un individu « à créer une nouvelle organisation ».

La vision de Shane et Venkataraman (2000) sur les traces de Stevenson et Jarillo (1990).

2-Les éléments d'identification, l'exploitation d'opportunité et l'apparition d'une nouvelle activité économique sont nécessaires mais cela n'amène pas nécessairement « à la création d'une nouvelle organisation ».

## **2.1 L'entrepreneuriat par opportunité et l'entrepreneuriat par nécessité**

Il est nécessaire d'évoquer la création d'entreprise pour faire la distinction entre l'entrepreneuriat par opportunité et l'entrepreneuriat par nécessité.

### **2.1.1 L'entrepreneuriat par opportunité**

L'entrepreneuriat par opportunité concerne des personnes qui poussent les leviers « pull » tels que l'autonomie, la liberté, le statut ou la reconnaissance sociale et l'argent (Garter et al. 2003).

---

<sup>1</sup> Josée-A, Nathaly- R, Maripier-T (2005), « L'influence de la culture d'un pays sur la propension Entrepreneuriale de ses citoyens: Le cas du Canada » Cahier de recherche n° 12.

<sup>2</sup> Catherine Léger –J (2013), *Le grand livre de l'entrepreneuriat* Dunod Paris,p7.

### 2.1.2 L'entrepreneuriat par obligation

L'entrepreneuriat par obligation concerne les entrepreneurs qui prévoient de créer parce qu'ils ne trouvent pas d'autres moyens d'emploi (Bosma et Levie, 2009) .

Ce la touche les chômeurs qui excitent les leviers « *push* » de la création.

En effet, le modèle de Shapéro (1975) confirme que les « déplacements négatifs » (chômage, licenciement, perte d'emploi) obligent les individus à entreprendre.

(Muzyka, 1998) évoque que l'entrepreneuriat est considéré « comme un mode de comportement, à la fois difficile et multidimensionnel » qui s'inscrit dans un enchaînement et dans une relation humaine à travers la communication. <sup>1</sup>

Selon (Katz et Gartner 1988), l'activité entrepreneuriale représente clairement un comportement planifié (donc intentionnel). L'intentionnalité est une caractéristique essentielle des organisations émergentes.

Etudier les phénomènes pré-organisationnels y compris la décision d'initier une carrière entrepreneuriale, est clairement à la fois important et intéressant <sup>2</sup>

Krueger et al., 2000, considèrent les activités entrepreneuriales comme intentionnelles et planifiées au même titre que le choix de carrière en général. <sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Catherine Léger –J (2013), op, cit, p.p.8

<sup>2</sup>Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330. p315

<sup>3</sup>Bachiri, M. (2016). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants, quels enseignements pour l'université marocaine?. *Management Avenir*, (7), 109-127. p113

Pour L.-J. Filion (1997, p. 156), l'entrepreneuriat est "le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs particularités, les effets économiques et sociaux de leur comportement et enfin les modes."<sup>1</sup>

Selon M.G. scott (1998, p. 193-195), "l'entrepreneuriat consiste à mettre à profit, d'une manière créative, les valeurs de l'environnement".

Selon CHURCHILL (1998, p. 288), l'essence de l'entrepreneuriat est "la capacité d'identifier et de faire fructifier une valeur marchande en faisant coïncider une innovation et un besoin".<sup>2</sup>

Gibb et cotton (2002) estime que l'entrepreneuriat dans un cadre éducatif est un ensemble de comportements, d'aptitudes et d'attributs exercés individuellement ou collectivement pour gérer des individus ou des organisations de toute sorte pour créer des entreprises et innover dans des contextes de forte incertitude et complexité.<sup>3</sup>

Pour (Praag et Versloot, 2007), l'entrepreneuriat est considéré comme l'un des principaux facteurs qui poussent positivement au développement des économies des nations et le bien-être des sociétés. En créant plus d'emplois, en apportant de l'innovation au marché, en encourageant la compétitivité et en améliorant l'efficacité économique.

---

<sup>1</sup>Tounés, A. (2003). *L'intention entrepreneuriale: une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+ 5) et des étudiants en DESS CAAE* (Doctoral dissertation, Rouen).p27

<sup>2</sup>Tounés, A. (2003). *L'intention entrepreneuriale: une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+ 5) et des étudiants en DESS CAAE* (Doctoral dissertation, Rouen).p28

<sup>3</sup>ALLAOUA, S. (2018). Evaluation de l'enseignement de l'entrepreneuriat et sa contribution au développement de l'intention entrepreneurial des étudiants «cas d'université d'Oran2». *Revue les cahiers du poindex*.68-87.p71

(Iakovleva et al., 2011 ; Shane et Venkataraman, 2000). Le rôle de l'entrepreneuriat devient de plus en plus vital pour l'économie et ne peut donc être négligé.

(Thurik, 2003) l'entrepreneuriat est considéré comme une panacée à certains des problèmes et défis auxquels les pays sont confrontés aujourd'hui, tel le chômage<sup>1</sup>.

(Fairlie et Meyer 2003 ; Ghiasy et al. 2009 ; Wennekers et Thurik 1999) l'entrepreneuriat est souvent identifié à un moteur de développement, de création d'emplois et de croissance économique apportant des résultats sociaux et économiques positifs tels que la réduction de la pauvreté <sup>2</sup>

Kirkley (2016) définit le comportement entrepreneurial comme « un ensemble spécifique de valeurs (croyances) et de besoins qui fournissent à l'individu la motivation intrinsèque et l'autodétermination nécessaires pour s'engager dans un comportement entrepreneurial.<sup>3</sup>

Grzybowska (2004) a défini l'entrepreneuriat comme une action consciente des individus. Elle dépend de nombreuses conditions telles que les activités économiques, les technologies, la culture, la politique et les problèmes sociaux et politiques.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>Al-Jubari, I., Hassan, A., & Hashim, J. (2017). The role of autonomy as a predictor of entrepreneurial intention among university students in Yemen. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(3), 325-340.p326

<sup>2</sup>Khoshmaram, M., Shiri, N., Shinnar, R. S., & Savari, M. (2020). Environmental support and entrepreneurial behavior among Iranian farmers: The mediating roles of social and human capital. *Journal of Small Business Management*, 1-25.P2

<sup>3</sup>Khoshmaram, M., Shiri, N., Shinnar, R. S., & Savari, M. (2020).op cité

<sup>4</sup>Xuan, H., Trung, T., Ngoc, H., Phuong, L., Cong, D., & Quynh, T. (2020). The effect of educational background on entrepreneurial intention. *Management Science Letters*, 10(1), 91-102.P92

En conclusion, on peut dire qu'il y a plusieurs définitions de l'entrepreneuriat mais la plupart des chercheurs sont d'accord pour dire que l'entrepreneuriat est l'opportunité d'affaires, la création d'une organisation, la création de richesse et l'innovation.

---

Khoshmaram, M., Shiri, N., Shinnar, R. S., & Savari, M. (2020). Environmental support and entrepreneurial behavior among Iranian farmers: The mediating roles of social and human capital. *Journal of Small Business Management*, 1-25.P2

<b>Section 2 : L'enseignement de l'entrepreneuriat</b>
<b>L'enseignement et la formation de l'entrepreneuriat</b>
<b>Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat</b>
<b>Les contenus des enseignements</b>
<b>Capacité professionnelle</b>
<b>L'importance théorique</b>
<b>Dimension spirituelle</b>
<b>la sensibilisation</b>
<b>L'accompagnement</b>
<b>La sensibilisation, Formation et Accompagnement</b>

## Section2

### *L'enseignement de l'entrepreneuriat*

#### **2.1L'enseignement et la formation de l'entrepreneuriat**

Alain Fayolle (2012) estime que l'enseignement de la création d'entreprise doit être défini comme « le transfert de connaissances (ou l'organisation d'apprentissage) sur comment, par qui et avec quels effets, les opportunités de création de futurs biens et services sont dégagées, évaluées et exploitées » (Hindle, 2006)<sup>1</sup>.

Cette définition reflète les recherches de plusieurs auteurs, particulièrement Schumpeter (1934) et Kirzner (1983), et ceux de March (1991) sur les éléments d'approfondissement « (fonction entrepreneuriale) » et entreprise« (fonction de management des ressources) ». Stevenson et Jarillo (1990), avancent des explications praticables sur l'enseignement de création d'entreprise et qui pourraient être préconisées en accord avec d'autres chercheurs qui sont spécialisés dans le domaine (Fayolle, 2005 et 2007).<sup>2</sup>

Selon Yvon-G (2011), la création d'entreprise vise surtout à former des individus qui ont des capacités d'initiative, de créativité, de patience et de savoir contrecarrer.<sup>3</sup>

Selon Verzat -C et Surlemont- B, (2011), la formation en création d'entreprise dans l'enseignement supérieur devient un sujet d'actualité. Aussi, les

---

<sup>1</sup>Hindel K 2007 ,teachingentrepreneurship at the university,cité par Fayolle –A (2012) « *entrepreneuriatApprendre à entreprendre* »Dunodparis ISBN 976-2-10-0577115-6 P 5, 6 ,8

<sup>2</sup> Fayolle –A (2012) « *entrepreneuriat Apprendre à entreprendre* »Dunod paris ISBN 976-2-10-0577115-6 P 5, 6 ,8

<sup>3</sup> Yvon –G 2011, « Un modèle de la démarche entrepreneuriale : le cas de l'Université Laval », *Entreprendre & Innover*, /3 n° 11-12.

responsables publics sont-ils convaincus que la création d'entreprise est un élément important et nécessaire pour la croissance économique avec ses corollaires : la richesse, la valeur ajoutée et surtout la création d'emplois durables.<sup>1</sup>

Selon Yvon-G, 2011, la plupart des universités au monde ont compris qu'il faut s'intégrer et s'adapter aux nouvelles attentes de la société. L'entrepreneuriat peut servir de modèle dans cette transformation.<sup>2</sup>

Selon Carrier- C, (2009), il y'a un accroissement du nombre d'Universités offrant des formations en création d'entreprise. Une étude de Charney et Libecap (2000) a montré qu'au cours des deux dernières décennies, leur nombre un peu partout dans le monde est arrivé pour quelques-unes à 1500.

Aux Etats-Unis, Katz (2003) rapporte qu'en 1994, plus de 120.000 étudiants s'étaient inscrits à des cours en entrepreneuriat et qu'au début du nouveau siècle, on peut croire que ce nombre s'était élevé de 50%.

Au Canada, le nombre d'étudiants sous-gradués inscrits à des cours en création d'entreprise a augmenté de 44% de 1979 à 1999, bien que cette croissance ait reculé au cours des cinq années subséquentes (Menzies, 2005).

La même constatation a été relevée en France concernant le développement de l'enseignement entrepreneurial chez les étudiants suivant une formation en création d'entreprise (Fayolle, 2003) .Il en est même pour toute l'Europe (Wilson, 2004)<sup>3</sup>.

Fayolle- A et Gailly -B (,2009 ) estiment que les programmes de formation sur la gestion des petites et moyennes entreprises ou encore sur les réseaux, ciblant le changement des actions, des attitudes et des normes sociales sont susceptibles

---

<sup>1</sup>Verzat -C et Surlemont- B ,2011 « Éditorial. L'enseignement de l'entrepreneuriat : la boîte de Pandore !»,Entreprendre& Innover, /3 n° 11-12.

<sup>2</sup> Yvon-G, (2011) « Un modèle de la démarche entrepreneuriale : le cas de l'Université Laval », Entreprendre & Innover, /3 n° 11.

<sup>3</sup> Carrier- C, (2009) « L'enseignement de l'entrepreneuriat : au delà des cours magistraux, des études de cas et du plan d'affaires », Revue de l'Entrepreneuriat, Vol. 8.

d'avoir un impact positif. » Ces recherches affirment l'effet de la formation universitaire sur les attitudes des étudiants envers la création d'entreprise.

Des recherches ont révélé l'influence positive des cours de gestion ou de formation en création d'entreprise pris par des étudiants sur l'intention d'entreprendre (Chen et al, 1998)<sup>1</sup>.

D'autres recherches ont essayé de comparer plus particulièrement les intentions et / ou les comportements des étudiants au sein de différentes universités. Par exemple, Varela et Jimenez (2001), ont entamé une étude allongée, en sélectionnant des étudiants ayant suivi cinq programmes distincts dans trois universités Colombiennes. Leurs résultats ont révélé que les scores les plus élevés pour les indicateurs d'intention de création d'entreprise et d'orientation vers la création d'entreprise ont été enregistrés au sein des universités qui avaient investi dans la formation et la sensibilisation à la création d'entreprise pour leurs étudiants.

Selon Gjerding Allan N. et al., (2006), Burton Clark a affiché en 1998 le concept d'université entrepreneuriale. Pour justifier son idée, Burton a réalisé une étude sur cinq universités européennes.

Le résultat principal de sa recherche est que : pour être un créateur d'entreprise, il faut que l'université instaure une culture d'organisation favorable à l'esprit de création d'entreprise.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Fayolle- A et Gailly- B, (2009) « Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre », *M@n@gement*, Vol. 12.

<sup>2</sup> Gjerding Allan N. et al, (2006) « L'université entrepreneuriale : vingt pratiques distinctives », *Politiques et gestion de l'enseignement supérieur* n° 18.

Selon Bares- F et Jacquot -T (2009), d'une perspective cognitiviste, l'organisation est appréhendée comme une construction réalisée par des individus possédant leur modèle personnel ou « schèmes » qui les guident dans leur vision. (Cossette, 2004).<sup>1</sup>

Gudrun-C, (2008), évoque qu'en 1999, plus d'un millier de facultés, d'universités et de community colleges enseignaient, aux États-Unis, la culture de création d'entreprise à leurs élèves, soit comme spécialité sous forme d'option, soit dans le tronc commun d'enseignement (Timmons et Olin, 1999)<sup>2</sup>. Selon Léger-J,(2008) l'enseignement de création d'entreprise devrait s'afficher dans le principe de « réalisation de soi » pour améliorer la compétence des apprenants, en améliorant le fameux "learningbydoing" (Versalain et Stömmer, 1998;Carrier, 1998).<sup>3</sup>

Selon de Woot- P (2005) Schumpeter a montré de manière convaincante que la croissance économique peut être issue de ; l'innovation , la compétence et la formation. .<sup>4</sup>

Rinne- R et Koivula- J, (2005) considèrent que l'apparition du paradigme de création d'entreprise dans les universités est expliquée par l'intégration de l'enseignement supérieur.

Barnett(1994, pp. 21-23) explique la situation nouvelle par un « passage de l'enseignement supérieur dans la société à l'enseignement supérieur de la société » encourageant ainsi la formation dans les organismes universitaires<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup>Bares Franck et Jacquot Thierry, (2009) « La dynamique entrepreneuriale en phase projet : contribution à travers l'analyse d'une équipe de jeunes diplômés »,Revue de l'Entrepreneuriat, Vol. 8.

<sup>2</sup>GudrunCurri, (2008) « Des cours sur la création d'entreprises dans certaines universités allemandes : un pas de plus sur la voie de la réforme », Politiques et gestion de l'enseignement supérieur/3 (n° 20)

<sup>3</sup> Catherine Léger-J, (2008) « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes » Théorie(s) et pratique(s),Revue française de gestion, /5 n° 185.

<sup>4</sup>deWoot Philippe (200), « L'entrepreneur »,Reflète et perspectives de la vie économique, 2005/1 Tome XLIV,

<sup>5</sup>RinneRisto et Koivula Jenni ,2005 « La place nouvelle de l'université et le choc des valeurs » L'université entrepreneuriale dans la société européenne du savoir : aperçu sur les publications, Politiques et gestion de l'enseignement supérieur, no 17.

Selon Fayolle- A et Gailly- B, (2009) plusieurs recherches empiriques ont montré que la présence de programmes d'enseignement et de formation en création d'entreprise à l'intérieur des campus universitaires sont deux incitations incontournables pour que les étudiants s'intéressent à créer une entreprise (Autio et al, 1997 ; Johannisson, 1991).<sup>1</sup>

## **2.2 Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat**

Selon Alain Fayolle (2012) les enseignements en création d'entreprise se composent de plusieurs objectifs et méthodes pédagogiques .Par exemple enseigner à des étudiants suivant une formation entrepreneuriale et des étudiants inscrits dans des filières littéraires, sont deux contextes différents <sup>2</sup>.

Selon Nyock- A- C et al (.2013) plusieurs études antécédentes indiquent que la formation en création d'entreprise peut améliorer le niveau d'« auto-efficacité » d'un individu (Hollenbeck et Hal 2004 ; Wilson et al. (2007). Noel (1998) a constaté qu'il existe un lien entre la formation à la création d'entreprise et l'intention entrepreneuriale.<sup>3</sup>

Ostroff, 1991, Dionne 1995, estiment que l'évaluation des contenus d'un programme reste difficile, car il se trouve plusieurs segments pour l'évaluation d'une formation. On peut examiner par exemple l'adaptation d'un programme (pour la réalisation des objectifs) , sa cohésion ( les programmes et méthodes pédagogiques ), sa performance (les résultats montrent que les objectifs ont été

---

<sup>1</sup> Fayolle- A et Gailly- B,( 2009) « Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre », M@n@gement , Vol. 12.

<sup>2</sup>Fayolle A ,2012 entrepreneuriat apprendre à entreprendre op, cit. p .6.

<sup>3</sup>Nyock- A- C et al. (2013), « Intention entrepreneuriale et projet professionnel », Gestion 2000, /4 Volume 31.

atteints) et son influence (les objectifs sont atteints en optimisant les ressources employées).<sup>1</sup>

## **2.3 Les contenus des enseignements**

Fayolle se base sur des analyses de Hindle (2007) et sur les niveaux d'apprentissage de Johannisson (1991), il distingue trois dimensions principales qui peuvent orienter et structurer les contenus à savoir :

### **2.3.1 Capacité professionnelle**

La capacité professionnelle représente les connaissances et aptitudes appliquées qui reflètent particulièrement le savoir-faire et la compétence.

Ces connaissances s'affichent sur trois formes de savoir :

-« Savoir quoi » : la prise de décision est importante pour faire face à une situation difficile. Par exemple, les ressources humaines et financières pour créer une entreprise technologique, pour exploiter une opportunité de marché, pour chercher les informations de marché, etc.

« Savoir comment » : Il est important de faire une étude pour connaître les avantages et les inconvénients du projet, cela permet de prendre les précautions nécessaires pour faire face à telle ou telle situation. Par exemple, comment évaluer un projet donné vis à vis de son aspect personnel et comprendre les connaissances accumulées, comment savoir et estimer les risques qui peuvent surgir, et surtout comment intervenir, etc.

« Savoir qui » : connaître les personnes qui peuvent être utiles dans une situation critique. Par exemple, l'individu doit identifier les groupes de la création d'entreprise spécialisés dans le domaine « des biotechnologies », localiser les acteurs qui exercent le même domaine, etc.

---

<sup>1</sup> Fayolle Alain et Gailly Benoît, (2009) « Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre », M@n@gement , Vol. 12.

### 2.3.2 L'importance théorique

Elle se base sur la connaissance théorique, son objectif est de transmettre des programmes et contenus théoriques du processus entrepreneurial. Par exemple, « les théories psychosociales de l'engagement » peuvent être nécessaires pour expliquer le déroulement d'engagement d'un individu ou d'un groupe dans un processus entrepreneurial.<sup>1</sup>

### 2.3.3- « Dimension spirituelle »

Cette dernière dimension relève principalement du champ du savoir-être. Les contenus portent essentiellement sur deux types de registres :

- 1- Savoir pourquoi : les déterminants des conduites humaines et de l'action, les attitudes, les valeurs et les motivations des entrepreneurs incitent ces derniers, êtres humains très souvent ordinaires, à faire ce qu'ils font. Des témoignages d'entrepreneurs, en variant les situations et les niveaux de performances, peuvent, avec des feedbacks et des discussions avec le professeur, constituer des modes tout à fait intéressants de diffusion de ce type de contenu.
  
- 2- Savoir quand : « quel est le bon moment pour se lancer ? », « quelle est la meilleure situation en fonction de mon profil ? », « est-ce un bon projet pour moi ? » sont des questions clés que de nombreux étudiants se posent. Les études de cas, les expériences et les témoignages d'entrepreneurs, les interviews d'experts et de professionnels constituent généralement des moyens efficaces pour une bonne assimilation.

---

<sup>1</sup>Fayolle-A (2012), op, cit p.10.

Fayolle estime qu'une interaction entre les trois dimensions : professionnelle, théorique et spirituelle pour la réussite de l'enseignement dans le domaine de l'entrepreneuriat devrait permettre aux individus à se positionner par rapport au phénomène entrepreneurial dans le temps et dans l'espace.<sup>1</sup>

Selon Alain Fayolle(2012) les méthodes pédagogiques constituent le « Comment » des questions pédagogiques qui devraient être abordées en toute logique après le « Pourquoi », les objectifs et le « Quoi ». Les contenus sont :

- 1-Elaboration ou évaluation de business plans par les étudiants
- 2-Développement d'un projet de création d'entreprise
- 3-Accompagnement de jeunes entrepreneurs et réalisation de missions pour les aider dans leurs démarches
- 4-Interviews d'entrepreneurs
- 5-Simulations informatiques
- 6-Utilisation de vidéos et de films
- 7-Simulations comportementales
- 8-Utilisation de cas
- 9- Cours classiques

Il n'y a pas, selon nous, de bonne méthode pédagogique dans l'absolu pour enseigner dans le champ de l'entrepreneuriat. <sup>2</sup>

#### **2.4 -la sensibilisation**

Selon Boissin J- P et al (2009), plusieurs études ont montré l'importance de la sensibilisation à la création d'entreprise pour le développement de l'esprit d'entreprendre.

Elles préconisent de continuer à travailler pour rendre encore plus efficace l'université en particulier avec la mise en place de maisons de l'entrepreneuriat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Fayolle-A (2012), op, cit p.10.

<sup>2</sup> Fayolle-A (2012), op, cit. p.11.

## 2.5 L'accompagnement

Selon Paul- M (2009) l'accompagnement représente des conseils et des recommandations de la part de l'accompagnateur qui peut être un conseiller, un entraîneur, un chef d'entreprise...L'accompagnement est très utile au développement de l'entreprise en phase de création<sup>2</sup>.

Ben Mahmoud-Jouini Sihem et al, (2010) estiment que l'accompagnement fait l'objet d'un intérêt important dans les études en création d'entreprise ces dernières années (Léger-Jarniou et Saporta, (2006) ; Chabaud, Messeghem et Sammut, 2010). Ces recherches adoptent des points de vue variés sous l'angle des politiques visant à encourager la création d'entreprise.<sup>3</sup>

Selon Siegel-D (2006), l'accompagnement est l'action de rencontrer régulièrement un porteur de projet de création d'entreprise afin de le conseiller et de contrôler , de rencontre en rencontre, l'avancement de ce projet et ce, jusqu'à la concrétisation, c'est-à-dire la création de l'entité. D'autres assimilent l'accompagnement à un dispositif qui cible à orienter, informer et aider un futur créateur à élaborer son projet en le conseillant.<sup>4</sup>

Selon Verzat Caroline et al. , (2014), l'accompagnement des nouveaux créateurs est un sujet d'actualité. Les chercheurs et praticiens utilisent plusieurs concepts pour analyser les cas que ces pratiques contiennent... Damien Richard, Fabienne Bornard et Nathalie Goujon proposent de leur côté une méthode d'intervention basée sur l'approche de Palo Alto, en s'appuyant sur deux dialogues entre un accompagnateur et un créateur. <sup>5</sup>

---

<sup>1</sup>BoissinJean-pierre et al (2009), « Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique », M@n@gement , Vol. 12.

<sup>2</sup> Paul Maela, (2009) « L'accompagnement dans le champ professionnel », Savoirs, n° 20.

<sup>3</sup> Ben Mahmoud-Jouini Sihem et al, (2010) « La recherche-accompagnement : entre accompagnement et recherche-intervention », Revue de l'Entrepreneuriat, Vol. 9.

<sup>4</sup>Dominique-S, (2006) « Quelles stratégies pour améliorer l'accompagnement du créateur d'entreprise ? », La Revue des Sciences de Gestion, \$ n°219.

<sup>5</sup> Caroline et al.-V, (2014) « Accompagnement des entrepreneurs : la carte et les territoires », Entreprendre & Innover, n° 21-22.

## **2.6 La sensibilisation, Formation et Accompagnement**

Selon Alain Fayolle (2012) l'enseignement de l'entrepreneuriat est une question d'objectifs, ce qui conduit bien évidemment à une assez grande variété d'objectifs divisés en trois catégories : sensibilisation, formation et accompagnement<sup>1</sup> :

1- Sensibiliser : Les objectifs concernent la sensibilisation des étudiants pour les aider à voir, dans la création d'entreprise, une option de carrière possible et développer en eux des attitudes positives et favorables vis-à-vis des situations entrepreneuriales.

2- Former aux situations, aux techniques et aux outils

Les objectifs peuvent également s'élaborer autour du transfert et de l'amélioration des connaissances, compétences et techniques spécifiques orientées vers l'accroissement du potentiel de création d'entreprise des étudiants.

3-Accompagner des porteurs de projet

Il est nécessaire de collaborer avec des étudiants ou des participants à des programmes de formation-action, engagés concrètement dans des démarches de création d'entreprise.<sup>2</sup>

L'enseignement de la création d'entreprise constitue donc un outil essentiel pour promouvoir une culture entrepreneuriale dans un pays. Hormis le développement du goût d'entreprendre et de l'esprit d'entreprise, son enseignement contribue à l'amélioration de l'image de l'entrepreneuriat, de l'entreprise, et valorise l'importance du créateur dans la société.

---

<sup>1</sup> Fayolle-A (2012), op cit. p.8.

<sup>2</sup>Fayolle-A (2012) entrepreneuriat apprendre à entreprendre,op,cit. p.9

## **Section 3 : le risque entrepreneurial**

**La notion de risque**

**Le risque entrepreneurial**

**Les risques dans un projet entrepreneurial**

**La distinction du risque**

**Types de risque**

**Les risques attachés au regroupement**

**Les risques liés aux riveurs**

**Risque et incertitude.**

**La perception du risque**

**la distinction entre les risques réels et les risques perçus**

## Section 3

### Le risque entrepreneurial

#### 3.1 La notion de risque :

Selon Xavier-H (2006), le concept de risque a une relation avec le contexte individuel et social de chacun. Il est éprouvé de manière plus attisée dans les sociétés majorant l'individu que dans celles construites autour d'un état d'esprit communautaire.<sup>1</sup>

Selon Poutau-L (2002), la notion de risque est considérée comme un moyen politique pour protéger une communauté. Les responsables peuvent intervenir afin d'empêcher une conduite dangereuse surtout pour les gens inconscients.<sup>2</sup>

Méric et al., 2009) estiment que la notion de risque peut être considérée comme un « objet frontière », autrement dit une limite ou une base qui peut cheminer à l'intérieur de plusieurs sociétés en laissant le même cryptonyme sans qu'elles ne soient décomposables.<sup>3</sup>

Pour Denglos,-G (2007), la majorité des économistes se sont interrogés sur le comportement de l'individu envers le risque. Plusieurs chercheurs conviennent que l'individu présumé prudent se penche vers le bénéfice<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Xavier-H (2006), « La notion de risque dans une approche éthique de la finance. Conditions et implications », Finance & Bien Commun, /1 n° 24

<sup>2</sup> Lionel-P (2002), « Le risque comme adjuvant, l'exemple des raves parties », Sociétés, /3, no 77.

<sup>3</sup> Méric et al., 2009, cité par Yvon- P (2011) « Pour une épistémologie du risque », Management & Avenir (n° 43)

<sup>4</sup> Denglos,-G (2007) « Risque et création de valeur : faut-il revoir l'hypothèse d'une relation positive ? », La Revue des Sciences de Gestion /4 (n°226-227),

### **3.2 Le risque entrepreneurial :**

Les facteurs psychologiques, sociaux, culturels, ainsi que les aptitudes sont nécessaires pour la réussite d'un projet, mais ils restent insuffisants.

En effet, c'est le facteur « évaluation et prise de risque » qui va éclairer encore mieux les contraintes du projet. « L'entrepreneur est prêt à parier lorsque tout le monde se replie ».<sup>1</sup>

La relation entre le risque et l'entrepreneuriat est un des éléments incontournable pour tout créateur d'entreprise. Plusieurs chercheurs se sont intéressés à ce domaine.

Créer une entreprise c'est accepter de prendre des risques financiers, des risques professionnels, des risques d'ordre familial et surtout le risque d'échec du projet. D'ailleurs en 1755, Cantillon définit l'entrepreneur comme « toute personne qui prend le risque de mener une affaire commerciale à son propre compte dans un but de profit ». Autrement dit, en entrepreneuriat le risque est inévitable.<sup>2</sup>

La prise de risque par l'entrepreneur demande à la fois un calcul raisonné, une action délibérée et maîtrisée et « un élan courageux ».<sup>3</sup>

Say (1841) estime aussi qu'il y a une interaction entre l'entrepreneur et la prise de risque.

Généralement les risques pris par l'entrepreneur sont liés à la nouveauté qu'il instaure alors que ceux du créateur d'entreprise de Cantillon ont une relation avec le hasard du marché.

---

<sup>1</sup> Louis -L et Hervé-N (2011), op, cit. p.38.

<sup>2</sup>, Cantillon (1755), cité par, Jean Luc- G – Olivier- L (2008) « l'aversion au risque : une barrière à l'entrepreneuriat en wallonie ? », N° 0801.

<sup>3</sup> Jean Luc- G – Olivier- L 2008, op,cit.

Pour Say, «l'entrepreneur déplace les ressources économiques vers un niveau supérieur en ce qui concerne la productivité et le rendement» (cité par Drucker, 1985).

L'entrepreneur doit organiser et gérer ses affaires. Il est le principal responsable de la production . Il organise, planifie la production et assume tous les risques susceptibles de surgir et freiner la dynamique de son entreprise. <sup>1</sup>

### **3.3 Les risques dans un projet entrepreneurial**

La présence du risque est toujours présente et parfois irréductible dans les cas entrepreneuriaux. Créer une entreprise est un acte risqué pouvant échouer.

Par conséquent, le créateur performant doit en être conscient.

Cette mission exige de lui d'avoir des appuis. Auparavant, il devra identifier, évaluer, calculer et manager le risque .Enfin, il devra aussi et surtout savoir réagir face aux risques potentiels

Le risque a une relation avec la nature du « couple produit /marché », le degré d'innovation de l'offre, le déroulement de la production et le degré d'inexpérience du créateur<sup>2</sup> .

Pour gérer, contrôler et surtout maîtriser les risques d'un projet de création d'entreprise d'une façon efficace, il faut que le porteur du projet soit attentif, qu'il cherche l'information et les ressources nouvelles dont il a besoin , et surtout qu'il soit conscient des risques qui peuvent surgir.

Les risques ont une relation importante avec les moyens qu'il faut mobiliser dans un projet entrepreneurial. La valeur potentielle d'un projet est une chose, mais les risques sont également d'une très grande importance.

---

<sup>1</sup>Say (1841) (cité par Drucker, 1985 cité Jean Luc- G – Olivier- L 2008 «l'aversion au risque : une barrière à l'entrepreneuriat en wallonie ? », N° 0801.

<sup>2</sup> Fayolle –A (2004), op,cit, p.55.

Il faut donc les prendre en considération et bien se préparer en évaluant : -  
L'optimalisation des produits et des services  
-Les dépôts imprévisibles de brevets  
-Les coûts de l'investissement du projet  
-Les coûts liés à la formation...<sup>1</sup> .

Chevalier de Mére a dit : « *celui qui ne veut pas se hasarder ne doit pas songer à s'élever.* »

Selon Larousse (2003), le risque peut être estimé par une personne comme un danger, une appréciation défavorable prévisible.<sup>2</sup>

Barthélémy (2000) : un risque peut être considéré comme « le produit du hasard ou de la catastrophe ». Si l'accident arrive, il engendre fatalement des complications pour la réalisation du projet. <sup>3</sup>

G. Grandazzi (1998) estime que le risque a une relation avec des termes accolés au danger, à l'assurance, à la confiance..« Si les notions de risque et de crise ont pu être, un temps, séparées », le risque s'inspire de l'accident comme une prévision,« la crise à l'accident concrétisé ». <sup>4</sup>

Pour Dongo Rémi- K (2007), Le risque est une notion qui renferme essentiellement de l'incertitude.

Selon Karnas (2000), « le concept de risque renvoie toujours aux probabilités de perte »<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Fayolle –A (2004), op. cit. p.84.

<sup>2</sup>Larousse, (2003) cité par Yvon-P (2011), op.cit.

<sup>3</sup>Barthélémy (2000), cité par Yvon-P 2011, op.cit.

<sup>4</sup>G. Grandazzi (1998) cité par Yvon-Y '2011), op.cit.

<sup>5</sup>Karnas (2000),cité par Dongo Rémi- K (2007), «incertitude, croyances et mangement de la sécurité». Le travail humain, VOL.70.

Chauvière- M (2007), considère qu'il existe deux visions théoriques du concept de risque .Il ya des chercheurs qui adoptent une « attitude réaliste » selon laquelle le risque représenterait un danger.

D'autres ont une attitude vigoureuse .Ils considèrent le risque comme un « construit ». <sup>1</sup>

Selon Kévin-V et Reynier- V (2008), le risque s'exprime en attitude sous des formes diverses et variées, il s'agit d'un objet qui se présente sous différentes formes.<sup>2</sup>

### **3.4 La distinction du risque**

Selon Yvon- P (2011), il y a le risque d'engager avec le but de réaliser un bénéfice et le risque de financer un projet dans l'objectif d'avoir un intérêt.

Ces deux types de risques sont comblés par le risque sur « le capital humain » dans la mesure où les entreprises doivent être guidées par des gens de compétence qui savent prendre des risques.

J.A.Schumpeter (1999) va mettre l'accent sur le « risque de financement de l'entreprise» et surtout sur l'importance de l'apparence du créateur dans le but de convaincre la rigueur du banquier. <sup>3</sup>

Knight (1933) va éclaircir « le risque avéré » c'est-à-dire certain. Les informations sont nécessaires pour les prévisions et les résultats de concrétisation du « risque potentiel » c'est à dire faisable. L'acteur peut soit déterminer la liste des résultats prévisibles d'une contingence, soit établir la

---

<sup>1</sup>Michel- C, (2007), « Prévention et action sociale », VST - Vie sociale et traitements/2 (n° 94).

<sup>2</sup>Kévin-V et Véronique-R (2008), « Le risque sur les domaines skiables alpins. » Relations entre sport pratiqué et représentations sociales des pratiquants,Movement& Sport Sciences, /2, n° 64.

<sup>3</sup>Yvon-P (2011), « Pour une épistémologie du risque », Management Prospective Ed. Management & Avenir, / 3, n°43.

probabilité de concrétisation des résultats trouvés, avec « la loi des grand nombres ». <sup>1</sup>

### **3.5 Types de risques**

Pourtau-L (2002) distingue deux types de risques :

#### **3.5.1 Les risques attachés au regroupement**

Le premier type de risques est relié à un groupe. Pourtau-L explique cette classe à travers un exemple d'un groupe de musiciens qui donne une convocation à d'autres groupes de musiciens. On considère que chacun assume la responsabilité dont il a la charge pour protéger sa faculté et son instrument. Dans cette situation, il n'y a pas de règles sécuritaires (des agents de la sécurité ou de police). Donc, l'individu est responsable de ses actes. Il doit être attentif, vigilant et prudent pour éviter tout imprévu. Dans ce cas il n'existe pas de risques en théorie. Néanmoins, il faut toujours s'attendre à des surprises : le lieu choisi peut s'avérer inadéquat ,les murs d'enceintes mal installés qui peuvent tomber ,parfois le lieu choisi pour son apparence réservera des surprises. <sup>2</sup>

Ce type d'accident n'est ni anticipé ni calculé et les contribuants tendent à l'écarter. Dans ce cadre, il s'accorde à l'explication« du péril », risque délayé et affecté à l'environnement selon l'égard de Niklas Luhman .« L'annulation de la rave ou son armistice par la police font partie de cette famille ». <sup>3</sup>

#### **3.5.2 Les risques reliés aux raveurs**

Dans ce cas on peut citer par exemple la consommation de drogue ou des boissons alcoolisées lesquelles peuvent entraîner la mort. Donc, on peut considérer que ce type de risque est presque volontaire.

---

<sup>1</sup>(Knight, (1933) cité par Yvon-P (2011), op. cit.

<sup>2</sup>Lionel-P (2002), «le risque comme adjuvant, l'exemple des raves parties», Sociétés, /3, no 77.

<sup>3</sup>Lionel-P (2002), op.cit.

Abdelaâli Laoukili, (2015) se base sur Franck Knight et Hans Jonas pour la distinction de la notion du risque. Knight distingue dans *Risk, Uncertainty and Profit* (1921) deux types de risques : « le risque assurable », qu'on peut anticiper et pour lequel on peut assumer et « le risque d'entreprise ou incertitude », où l'entreprise doit effectuer plusieurs choix stratégiques en ce qui concerne la production, les concurrents, la distribution...etc. Une faute du gestionnaire peut-elle mener à une perte considérable. Dans cette situation aucune justification ne peut argumenter cette défaillance, car la faute incombe au gérant et non pas à une catastrophe naturelle.<sup>1</sup>

### **3.6 Risque et incertitude.**

Le risque est une notion qui renferme essentiellement de l'incertitude. Selon Karnas (2000), « le concept de risque décline toujours aux probabilités de l'échec »<sup>2</sup>. L'incertitude occupe un rôle important dans la détermination des risques puisqu'un nombre important de modèles d'appréciation des risques sont accrédités de probabilités.

Pour Karnas (2000), se référant à Panagopoulos (1993), « la prise de risque découle de la préférence, une « décision » qui peut comporter une « perte » mais aussi entraîner des résultats positifs. Par conséquent elle est inséparable du concept de « perception du risque »<sup>3</sup> et de l'estimation des possibilités liées aux attitudes envers une « situation ».

Dongo Rémi Kouabenan (2007) se base sur (Cadet, 2001 ; cité par Cadet & Kouabenan, 2005), pour définir « la situation » à risque par cinq déterminants :

1/ L'existence de plusieurs « variables actives » est nécessaire pour l'explication de la situation.

---

<sup>1</sup>Laoukili –A (2015) « Éditorial. Risques et paradoxes des RPS », *Connexions* /1 (n° 103) .

<sup>2</sup>Karnas (2000), cité par Kouabénan Dongo-R(2007), « Risque et création de valeur : faut-il revoir l'hypothèse d'une relation positive ? », *La Revue des Sciences de Gestion* /4 (n°226-227),

<sup>3</sup>Karnas (2000), se référant à Panagopoulos (1993), cité par Kouabénan Dongo-R (2007) op, cit.

2/L'obligation d'insérer les informations nécessaires pour assurer la transition « de la variété lettrine à la phase terminale ». Elle s'impose par une appréciation reliée à une situation. Il importe de réunir et d'introduire des indicateurs qui découlent de « sources multiples » (Slovic, Kunreuther, & White, 1974)<sup>1</sup>.

3/L'existence d'incertitude : les actions sont réalisées à travers l'estimation des risques et avec l'obligation que l'incertitude soit présente. Cette particularité affecte deux formes essentielles à savoir : la présence de l'incertitude qui dépend des indicateurs employés pour déterminer le risque et la deuxième forme d'incertitude s'influence par l'appréciation postérieure des cas abordés.

4/ /L'existence des objectifs : le risque est approuvable à la condition que l'individu puisse réaliser ses objectifs espérés.

5/L'évaluation des résultats : un cas à risque peut inciter un individu à prendre les dispositions nécessaires à court ou à long terme à travers l'analyse des conséquences dans le seul but de contrôler la situation.

#### **4.3.4 La distinction entre le risque et l'incertitude**

Knight (1921), estime que la potentialité de contrôler un cas de risque par un entrepreneur est faisable parce qu'il peut opérer une estimation ou une anticipation . En revanche, l'incertitude renvoie à des imprévus inattendus, donc incontournables .<sup>2</sup>« Les théories contemporaines » essayent de formaliser le choix de création d'entreprise comme un résultat d'une estimation étudiée. Par contre , Knight a pu différencier le risque de l'incertitude. Cette diversification est aussi signalée par « Cantillon, ay (fontaine 1999,p7) et CourcelleSeneuil (1852, p455, cité par Ribeil 1994) », elle guide le créateur à mener une intervention risquée mais dans une pratique hésitante. <sup>3</sup>

Kouabénan Dongo-R (2007), considère que la structure globale de l'incertitude est en relation avec l'appréciation postérieure des cas analysés. En position à

---

<sup>1</sup>(Slovic, Kunreuther, & White, 1974 cité par Dongo-R -K'2007)op.cit

<sup>2</sup> Knight (1921), cité par, Jean Luc- G – Olivier- L (2008), op cit.

<sup>3</sup> François -F- F-(2007),opcit.

risque, les acteurs s'engagent à poser des hypothèses en présence d'incertitude à partir des renseignements récoltés.<sup>1</sup>

Les risques font partie des situations dans lesquelles se trouvent les créateurs. Ils sont liés aux changements et à l'incertitude. Les créateurs qui aboutissent s'efforcent à abaisser « la zone d'incertitude » des projets qu'ils portent.<sup>2</sup>

Les objectifs et les stratégies sont indispensables pour le créateur, parce que l'acceptation de prendre le risque permet de réaliser des objectifs positifs. Par contre, le risque en relation avec toute production n'est admissible que par la création de la valeur ajoutée.

Une localisation à risque ne peut être concrétisée qu'avec une bonne étude et évaluation des résultats à « court ou à long terme ».<sup>3</sup>

### **3.7 La perception du risque**

Pour Mullins et Forlani, 2005;Sitkin et Pablo, 1992 pour s'aventurer dans une création d'entreprise, il est primordiale de percevoir le risque et de l'apprécier à sa juste valeur .<sup>4</sup>

MacCrimmonWehrung (1985,) considère que la prise de risque est constituée de deux éléments importants : « le degré de risque des situations et la volonté des individus à prendre des risques »<sup>5</sup>.

Les chercheurs en création d'entreprise sont d'accord pour dire que la création d'une entreprise est un agissement risqué<sup>6</sup> . Ils ont révélé que le désir de prendre des risques était l'accoutrement« de personnalité » qui fait la distinction entre les créateurs et les non-créateurs.<sup>7</sup>

La vision du risque ou son évaluation découle d'une « construction intellectuelle et d'une construction sociale ».

---

<sup>1</sup>Kouabénan D-R (2007), «incertitude, croyances et mangement de la sécurité». LE Travail Humain, VOL.70.

<sup>2</sup> Fayolle –A(2004) « *entrepreneuriat Apprendre à entreprendre* » 2éme édition Dunod, Paris, p.53.

<sup>3</sup>Kouabénan D-R(2007), op,cit.

<sup>4</sup>(Mullins et Forlani, (2005);Sitkin et Pablo, 1992) cité par Fayolle A et al, 2008 « Une nouvelle approche du risque en création d'entreprise »,Revue française de gestion, n° 185.

<sup>5</sup>MacCrimmonWehrung (1985,), cité par Fayolle A et al, (2008), op cit.

<sup>6</sup> Bates, 1990), cité parFayolle A et al, (2008), op cit.

<sup>7</sup> Le modèle économique de Kihlstrom et Laffont (1979), cité par Fayolle A et al, 2008,op cit.

Les risques sont appréhendés d'une façon différente d'une personne à une autre. Un risque approuvable par une équipe ne l'est certainement pas pour une autre.<sup>1</sup>

### **3.81a distinction entre les risques réels et les risques perçus**

Il est nécessaire de faire cette distinction pour analyser la part de la représentation imaginaire laquelle ne prend pas en considération la réalité du fait. Les substances utilisées pour distinguer « le risque réel du risque perçu » sont difficiles<sup>2</sup>.

Il est exigé de l'entrepreneur d'être prudent. Il doit faire une étude de manière sérieuse et évaluer ses coûts ainsi que les besoins des consommateurs qui acceptent de payer. Il cherche à savoir si son projet de création d'entreprise est viable avant de s'engager dans l'aventure.<sup>3</sup>

Alain-F (2012), estime que le risque existe dans les situations de création d'entreprise. L'entrepreneur performant exploite ses potentialités devant une situation à risque .Il sollicite ses aptitudes pour discerner, évaluer et surtout résister face aux risques qui peuvent surgir<sup>4</sup>.

Les entrepreneurs, comme la plupart des individus responsables, essaient de prendre des risques calculés .Ils doivent être capables d'identifier les risques, estimer leurs probabilités d'occurrence et adopter sur des nouveaux comportements pour mieux contrôler la situation<sup>5</sup>.

Selon Facchlani-F l'entrepreneur doit être vigilant et attentif pour affronter toute situation imprévue.<sup>6</sup>

Knight-F (1921) reprend la définition de Cantillon et oppose deux types d'individus. Les individus qui aiment le risque et ceux qui ont peur du risque.<sup>7</sup>

---

<sup>1</sup>Kouabénan D-R(2007), op, cit.

<sup>2</sup>Pourteau-L- (2002), «de risque comme adjuvant, l'exemple des raves parties», Sociétés, no 77.

<sup>3</sup>François - F-(2007) «l'entrepreneur comme un homme prudent ».La revue des sciences de gestion, n°226-227.

<sup>4</sup> Fayolle-A (2012), *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre* 2<sup>ème</sup> édition Dunod p.70.

<sup>5</sup> Fayolle –A (2004), *entrepreneuriat apprendre à entreprendre* Dunod, Paris, p.53.

<sup>6</sup>François - F-(2007), op.cit.

<sup>7</sup>Franck Knight (1921) cité par François - F-(2007), op cit.

Selon De Woot –F (2005), le goût du risque et l'énergie d'entreprendre deviennent aussi des réalités collectives. Le progrès économique se fait à coup d'énormes paris<sup>1</sup>.

L'évaluation du risque découle non seulement des caractéristiques du risque, mais aussi de la confiance en soi pour y faire face. De même, les expériences individuelles tout comme les épreuves collectives de la vie sont susceptibles d'influencer l'évaluation qu'on peut avoir des risques.

Plusieurs recherches montrent que le risque résulte d'une construction sociale et d'une composition politique (cf. Kouabenan, 2001 a)<sup>2</sup>.

Chaque communauté, « en fonction de son degré d'évolution technologique, mais aussi en fonction des actions auxquelles elle se réfère, « produit » des risques technologiques, les accepte ou les rejette. Elle peut avoir des stratégies différentes qu'elle accepte ou rejette, face aux risques naturels (mesures préventives face au risque sismique, par exemple). Le risque est apprécié comme une étude mathématiquement faisable se basant sur les statistiques.

En effet, on peut dire que créer une entreprise ,c'est d'abord accepter de prendre beaucoup de risques à savoir : des risques financiers, des risques professionnels (pas de sécurité de l'emploi), des risques d'ordre familial (consacrer moins de temps à sa famille) et des risques d'ordre psychique en cas d'échec de son projet (stigmatisme de l'échec)<sup>3</sup>.

En conclusion, l'action entrepreneuriale est indissociable de la prise de risques. Elle est toujours présente, c'est pourquoi elle doit être perçue non pas comme un obstacle ,mais comme un challenge, un défi.

---

<sup>1</sup>Philippe –D (2005), «l'entrepreneur», Reflets et perspectives de la vie économique, Tome1, XLIV, DOI : 10.3917/rpve.441.0093.

<sup>2</sup>cf. Kouabenan, (2001) cité par Xavier-H (2006), op cit.

<sup>3</sup>Hernandez -1999 cité par François - F- (2007), op cit.

## **Section 4 : Les définitions de l'entrepreneur**

L'entrepreneur

les types d'entrepreneurs

Le métier d'entrepreneur

Les critères du métier de l'entrepreneur

## Section4

### *Les définitions de l'entrepreneur*

#### 4.1L'entrepreneur

Audretsch, (2007) estime que la contribution de l'entrepreneur est requise pour la décision en groupe<sup>1</sup>.

Selon Pierre-André –J(2010) le rôle de l'entrepreneur se base sur « la recherche ou la création d'opportunités » pour la création d'une nouvelle entreprise.

La mission est aussi, une clarification optimale de cet entrepreneuriat.<sup>2</sup>

Selon Le Loarne-L- S (2014), le mot « entrepreneur »est très ancien. Plusieurs chercheurs renvoient sa date de naissance au 16<sup>ème</sup> siècle. Les éléments que ce terme englobe ne reflètent pas l'accord des chercheurs et font l'objet d'un sujet d'actualité et de recherche sur l'entrepreneuriat.<sup>3</sup>

Selon Marchesna –M (2014), le nouveau capitalisme restitue un emplacement important à l'entrepreneur.<sup>4</sup> Il est présenté comme un individu qui connaît bien un « métier » répondant à la nouvelle contemporanéité, à la recherche d'une caractéristique et à l'approche constructive.

---

<sup>1</sup>Sophie –B (2010), « Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ? », Marché et organisations, /1 N° 11,

<sup>2</sup> Karim Messeghem,. (2006), « L'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), 25- 27 octobre, Fribourg. repris par Pierre-André –J (2010), « Opportunités, information et temps », Revue de l'Entrepreneuriat, vol 9, n°1.

<sup>3</sup> Séverine Le Loarne-L (2014), « Introuvable diversité entrepreneuriale... », *Entreprendre & Innover*, 2014 /1 n° 20,

<sup>4</sup>Michel- M (2014), « Repenser l'entrepreneur : de l'esprit d'entreprise à l'esprit de métier » (n° 44).

Campagnolo- G et Vivel- C (2014) estiment que l'entrepreneur crée des liens qui arrangent le cadre de la vie matérielle des hommes autour de lui. Il réalise des projets qu'il conduit à bien « (dans le meilleur des cas). Enfin il introduit des innovations sans lesquelles son entreprise est à terme, et de plus en plus rapidement, finie<sup>1</sup>.

Selon Frank –Jet Laurent-T (2012), l'entrepreneur joue un rôle important dans les travaux de Jean-Baptiste Say (1767-1832). Pour lui, l'entrepreneur est l'individu qui crée une nécessité nouvelle ».<sup>2</sup>

Alain Fayolle(2012) estime que l'entrepreneur doit chercher de nouvelles opportunités pour accommoder et mettre en œuvre les ressources adéquates pour transformer ces opportunités en activités économiques. L'entrepreneur met en marche un enchaînement de « création destructrice.

Les innovations obligent les entreprises existantes à s'adapter ou à disparaître.<sup>3</sup>

Longuet- S(2011) estime que le concept d'entrepreneur est un élément nécessaire à la théorie kirznérienne du développement de marché. L'entrepreneur fait évoluer les prix, les quantités et la qualité des produits. Il est défini chez Kirzner par sa disposition à être attentif aux opportunités de profit et d'adaptation.<sup>4</sup>

Schumpeter (1975) considère que les entrepreneurs sont des personnes qui créent de nouveaux produits ou services dans un marché nouveau.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Gilles- C, Christel- V(2014), « Introduction », Revue de philosophie économique, 2014 /1 Vol. 15n°1.

<sup>2</sup> Frank -Jet Laurent-T (2012), « Quelles spécificités pour l'étude du changement entrepreneurial ? », rimhe : Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise, 2012 /3 n°3.

<sup>3</sup>Fayolle- A (2012), op, cit. P 5,6,8.

<sup>4</sup> Stéphane –L (2011), « L'entrepreneur et la coordination. Les limites paradoxales des approches autrichiennes », Revue Française de Socio-Économie, n° 7,

<sup>5</sup>Xuan, H., Trung, T., Ngoc, H., Phuong, L., Cong, D., & Quynh, T. (2020). The effect of educational background on entrepreneurial intention. *Management Science Letters*, 10(1), 91-102.P93

Selon Boutillier- S(2010), plusieurs chercheurs présentent l'entrepreneur comme le nouvel acteur du capitalisme en ce début de 21<sup>ème</sup> siècle (Allemand, 2005, Bomstein, 2005...)¹

Selon Marchesnay- M (2008), les chercheurs Français estiment que le mot «entrepreneur» renvoie à d'autres mots tels que « patron, chef (d'entreprise) et gestionnaire» lesquels n'auront plus la même explication.²

Tounes- A et Fayolle- A (2006) affirment que le mot « entrepreneur », au même titre d'ailleurs que le mot « manager », est né en France, à la fin du XVI<sup>ème</sup> siècle.³

Alfred Marshall observe l'apparition du capitalisme managérial « (la croissance de la taille des sociétés de capitaux et le développement du salariat) ». Il désoriente sur le devenir de l'entrepreneur, mais aussi sur les opportunités nouvelles offertes par les évolutions de la technologie.

A partir de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, l'économie capitaliste se développe de nouveau vers la socialisation du capital qui divise « la fonction d'entrepreneur entre le directeur et les actionnaires. De concurrentiel, le capitalisme devient managérial ».⁴

---

¹ Sophie-B (2010), « Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ? », Marché et organisations, N° 11.

² Michel-M(2008), « L'entrepreneur : une histoire française », Revue française de gestion, n° 188-189.

³ Azzédine-T et Fayolle -A(2006), « L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur », La Revue des Sciences de Gestion, n°220-221.

⁴ Jean-Baptiste Say (1767-1832), Catherine Léger -J (2013), op, cit. p.30.

Selon Tiran- A (2014), l'entrepreneur est considéré comme un acteur important qui contribue au développement économique. Il explique le chef d'entreprise comme la personne qui contrôle le rendement et la productivité de l'entreprise.<sup>1</sup>

Selon José- M- M(2014) l'analyse de Jean-Baptiste Say concernant « l'existence d'un fonds productif », constitué de capacités industrielles, génère l'apparition des créateurs, d'ouvriers et de savants.<sup>2</sup>

Pour Ronteau- S et al. (2012), le succès de l'entrepreneur innovant dépend à la fois de son aptitude à attirer des ressources et des réseaux vers lui, mais aussi de sa compétence à initier et à promouvoir le changement<sup>3</sup>.

Barreiro -E et Ravix- J- T (2008) estiment que l'entrepreneur est traditionnellement considéré, dans l'analyse économique moderne, comme une personne qui innove dans son domaine.<sup>4</sup>

Selon Verin (1982), quelle que soit « l'époque considérée », entreprendre est toujours une action risquée par l'entrepreneur.<sup>5</sup>

Facchini- F(2007) se base sur la théorie élitiste de Cantillon – Knight – Schumpeter selon laquelle l'entrepreneur naît preneur de risques (Knight) et avec le souci d'acculer les autres (Schumpeter).<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Tiran André, (2014) « Liberté d'entreprendre et industrialisation selon Jean-Baptiste Say », Innovations, /3 n° 45.

<sup>2</sup> José M. Menudo(2014) « les compétences entrepreneuriales pour l'industrialisation » **Innovations/3 (n° 45)**

<sup>3</sup>Ronteau Sébastien et al, (2012) « Changement entrepreneurial et pouvoir agentiel de l'entrepreneur », RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise, /3 n°3.

<sup>4</sup> Barreiro Edouard et Ravix Joël Thomas (2008), « Innovation, connaissance et organisation de l'industrie : le paradoxe de l'entrepreneur », Innovations, 1 n° 27.

<sup>5</sup>Verin, H. (1982), Entrepreneurs, entreprises : histoire d'une idée, PUF, Paris.

<sup>6</sup>Facchini- F (2007), « L'entrepreneur comme un homme prudent », La Revue des Sciences de Gestion, 4 n°226-227.

Adekiya et Ibrahim (2015) estiment que les entrepreneurs sont vus comme des individus audacieux qui s'engagent dans un comportement économique avec la volonté de s'implanter et de créer de la valeur.<sup>1</sup>

#### **4.2 Les types d'entrepreneurs :**

Selon Richard Cantillon (vers 1680-1735), l'entrepreneur remplit une place importante dans la production et le commerce. Il distingue les « gens à gages certains » de ceux « à gages incertains » et classe l'entrepreneur dans la deuxième classification. Celui-ci prend des risques en s'enfonçant vis-à-vis d'un tiers de façon ferme sans garantie sur la solvabilité de son client ou de son pourvoyeur.<sup>2</sup>

Smith (1967)<sup>3</sup> distingue deux types d'entrepreneurs :

-L'artisan : entrepreneur issu de la formation professionnelle, d'origine ouvrière et exerçant à son compte. Il n'est pas motivé pour parfaire ses connaissances.

-L'opportuniste : entrepreneur ayant une formation théorique basée sur des approches académiques dans des écoles spécialisées en management, marketing. Ce type d'entrepreneur a pour objectif de trouver les opportunités nécessaires afin de développer son entreprise.

---

<sup>1</sup>Xuan, H., Trung, T., Ngọc, H., Phuong, L., Cong, D., & Quynh, T. (2020). The effect of educational background on entrepreneurial intention. *Management Science Letters*, 10(1), 91-102.P93

<sup>2</sup>Richard Cantillon (vers 1680-1735), cité par Catherine Léger –J (2013), op. cit. p. p. 27-29.

<sup>3</sup>Smity .N (1967), the entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company. ,Estlansing., Michigan state university.

Julien et Marchesnay (1988) <sup>1</sup> distinguent deux types d'entrepreneurs :

-Le dirigeant PIC (Pérennité Indépendance Croissance), ce type d'entrepreneur va se focaliser sur les normes de gestion afin d'assurer la durabilité et la pérennité de son entreprise. Elles lui permettent d'avoir une certaine indépendance par rapport au capital personnel ou familial et de réaliser une croissance considérable vis à vis son entreprise.

-Le dirigeant CAP (Croissance autonomie pérennité), cet type d'entrepreneur cherche des opportunités ou des activités émergentes qui se développent rapidement. Il essaye d'avoir une autonomie de décision qui lui permettra d'être indépendant. Il accepte aussi des partenaires et des actionnaires afin de réaliser une croissance.

Filion (1997) <sup>2</sup> propose six types d'entrepreneur :

1-Le bucheron : ce type d'entrepreneur préfère travailler à son compte et cherche à développer son entreprise.

2-Le séducteur : c'est un entrepreneur qui achète et lance les entreprises pour les revendre. Son but est de réaliser un bénéfice rapide au prix du moindre effort.

3-Le sportif : il a une tendance vers le sport. La perception de son entreprise comme un support financier lui permet de réaliser des vœux personnels.

---

<sup>1</sup>Marchesnay.M. (1998) «confiances et logiques entrepreneuriales »,Economies et Sociétés,Série.SG .vol.8-9, p99-117.

<sup>2</sup>Filion L-J.(1997) . « le champ de l'entrepreneuriat : histoire évolution , tendance » .Revue international PME ,VOL .10 n2 , p.129.

4-Le vacancier : il accorde son temps à son entreprise. Il aime la gestion et la planification. Il adopte une stratégie à long terme, car pour lui l'entreprise est une passion.

5-Le converti : ce type d'entrepreneur est doté d'une intuition forte pour trouver une opportunité qui lui permettra d'obtenir une grande affaire.

6-Le missionnaire : il connaît bien son produit et son marché. Il maîtrise la situation. Il est sûr que son action peut avoir un impact positif sur la société.

### **4.3 Le métier d'entrepreneur**

Jean-Baptiste Say (1767-1832), explique le « métier d'entrepreneur » :

Il fonctionne pour son propre compte.

Il peut travailler dans différentes professions « horloger, cultivateur, teinturier etc. »

C'est en créant qu'il est entrepreneur

Il doit être affecté par l'aide d'une « capacité de jugement.»

Il a « la tête habituée au calcul » pour « comparer les frais de production avec son action une fois que le produit sera mis en vente »

L'entrepreneur joue donc un rôle économique énergique.

Les rendements ne sont pas le « fruit de la spoliation » car leur concrétisation concerne les imprévus que l'entrepreneur ne peut contrôler.

### **4.4 Les critères du métier de l'entrepreneur**

Louis –Jacques Filion (2004), définit le métier de l'entrepreneur selon trois critères à savoir : <sup>1</sup>

Les activités à développer.

---

<sup>1</sup>Louis –Jacques Filion (2004), savoir entreprendre , Montréal ,Presses de l'université de Montréal , cité par Patricia Braun ,Herny Pirounin la bible du créateur d'entrepreneur 2008

La nature du métier.

La qualité des connaissances.<sup>1</sup>

#### **4.4.1 Les activités qu'il va développer :**

1-Trouver des opportunités : l'entrepreneur exemplaire est vigilant.

La moindre occasion est pour lui une opportunité de marché.

2-Avoir des visions : une vision claire permet à l'entrepreneur d'être réaliste.

3-Décider : c'est une phase très importante pour l'entrepreneur, la décision à prendre est déterminante, qu'elle soit stratégique ou opérationnelle.

4-Concrétiser les visions : dans cette phase l'entrepreneur doit structurer ses idées pour passer de sa vision à la concrétisation de son projet.

5-Maitriser le fonctionnement des équipements : l'entrepreneur doit d'une part avoir les compétences nécessaires pour faire fonctionner les équipements, et d'autre part recruter les personnes qualifiées qui doivent bien gérer les équipements en son absence.

6-Les achats : l'entrepreneur doit avoir les compétences pour évaluer, calculer et négocier les achats pour vendre à un prix raisonnable.

7-S'imposer sur le marché : l'entrepreneur doit adapter sa propre politique aux besoins, aux habitudes, aux goûts et aux préférences des clients ..

8-Vendre : l'entrepreneur doit produire ce qu'il peut vendre, et non pas vendre ce qu'il produit.

9-L'équipe de travail : l'entrepreneur doit réunir autour de lui une équipe de confiance, crédible, un « comité stratégique » qui contribue au développement de l'entreprise.

10-La sous-traitance : l'entrepreneur est obligé de trouver des sous traitants ou recruter les personnes qualifiées de façon permanente ou temporaire.

#### **4.4.2-La nature du métier**

1-L'intuition : l'entrepreneur doit être disposé à l'action, c'est-à-dire sentir et anticiper les bonnes et les mauvaises affaires, autrement dit avoir de l'intuition.

2-Concevoir des visions : l'entrepreneur possède des idées, des visions et des imaginations .Elles reflètent l'originalité de son projet et surtout pour faire face à ses concurrents.

3-L'évaluation du projet : l'entrepreneur doit bien évaluer les éléments positifs et négatifs du projet. Ceci nécessite beaucoup de prudence.

4-L'énergie : l'entrepreneur doit investir de l'énergie, être positif pour faire face aux éventuels problèmes qui peuvent surgir.

5- Maîtriser son métier : l'entrepreneur doit d'abord bien connaître son métier avec sa technologie et surtout maîtriser la gestion d'entreprise.

6-La réflexion : l'entrepreneur doit être rationnel, logique. Il doit aussi anticiper les scénarios et développer son produit en se différenciant de ses concurrents .

7-La flexibilité : pour réaliser les objectifs commerciaux concernant les ventes, le chiffre d'affaire...,l'entrepreneur est obligé d'être flexible envers son environnement.

8- La prudence : l'entrepreneur doit être prudent. Il planifie à long terme. IL prend les bonne décisions concernant par exemple le recrutement des sous traitants, choisir les meilleurs fournisseurs...

9- La communication : l'entrepreneur doit avoir un plan de communication parce qu'il devra faire connaître son entreprise à travers les médias, les réseaux sociaux, les clients...

#### **4.4.3-La qualité des connaissances :**

1-Le réalisme(le bon sens): prendre en considération la réalité de l'environnement, lequel va contribuer au développement de l'entreprise.

2-Chercher des contacts : la recherche de contacts est indispensable. L'entrepreneur doit trouver le circuit économique nécessaires à la croissance et à la survie de son entreprise.

3- La stratégie de l'entreprise : la connaissance de la part de marché est très importante car elle permet d'instaurer une stratégie appropriée pour atteindre les objectifs.

4-Passer à l'action : le rôle préféré de l'entrepreneur est de passer à l'action et réaliser sur le terrain les objectifs souhaités.

5- La polyvalence : il est important que l'entrepreneur maîtrise plusieurs spécialités , ainsi, il contrôlera tous les départements de son l'entreprise.

6- Négociation : l'entrepreneur doit savoir négocier et convaincre ses partenaires.

**Section 5 : Les principaux éléments psychologiques qui poussent à entreprendre.**

**La disposition à l'action (attitude).**

**Le construit d'attitude**

**L'orientation de l'attitude envers un comportement**

**Influence de l'existence de l'idée sur l'acte d'entreprendre.**

**Influence de la motivation sur l'acte d'entreprendre.**

**La clarification des motivations**

**Savoir quelle est sa motivation**

**Les bonnes raisons de créer une entreprise**

**Mauvaises raisons de créer une entreprise**

**Le besoin d'accomplissement**

**Les trois types de besoins non hiérarchisés, et non exclusifs**

## Section 5

### Les principaux éléments psychologiques qui poussent à entreprendre

#### 5.1 La disposition à l'action (attitude).

Il existe plusieurs explications qui montrent que la disposition à l'action est reliée à la notion d'attitude en psychologie sociale.

Selon Thomas et Znaniecki (1919), l'attitude est un « état d'esprit de l'individu envers une valeur »<sup>1</sup>.

Pour Oskamp (1977), c'est un engagement à répondre de façon positive ou négative à un objet remarquable.

Pour Leyens -J-P l'attitude réfère à une tendance globale à canaliser l'action dans un sens favorable ou défavorable, à l'estimation d'un objet pour affirmer une meilleure conjecture. Fishbein et Ajzen concluent qu'il importe de s'abaisser sur un ensemble de moyens d'agissement à la constitution de l'attitude.<sup>2</sup>

Selon Albarracin et al, une attitude peut être expliquée comme «une tendance psychologique »à considérer une chose ou un comportement spécifique avec un niveau d'appréciation favorable ou défavorable<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Thomas et Znaniecki (1919), repris par Panissal-N et Brossais, (2012), « Réforme circulaire et construction de savoirs issus de psychologie .Ressources et obstacles dans la chaîne transpositive » Éducation et didactique n°1, vol.6.

<sup>2</sup> Jacques-Philippe -L, Vicent -Y, (1997) *la psychologie sociale* nouvelle édition, revue et augmentée pierre madaga éditeur D.2005-0024-23 I.S.B.N 2-87009-663-1 p.103.

<sup>3</sup>[www.gov.scot/resource/doc/175356/0091396.pdf](http://www.gov.scot/resource/doc/175356/0091396.pdf)Albarracin et al (2005) repris par Roger Jowell, " Scottish Government social research group social science methods series » Guide 4: Understanding and measuring attitudes.

Selon Fourboul-C-V (2010) l'attitude est composée de trois attitudes : la « composante cognitive » qui peut être issue de l'expérience, la compétence et l'apprentissage, la « composante affective » qui concerne l'évaluation positive ou défavorable envers le comportement concerné par l'attitude, et enfin la « composante comportementale » qui reflète les causes qui peuvent inciter un individu à s'engager dans un comportement<sup>1</sup>.

Servane- D et Franck- B (2011) estiment que l'attitude se réfère à la « disposition à répondre de façon favorable ou défavorable à un objet psychologique » (Ajzen et GilbertCote, 2008, p. 289). Les auteurs Krueger, ReillyetCarsrud, (2000) expliquent l'attitude comme un « attrait » qui se rapproche du concept de « Désirabilité perçue » avancé par Shapero et Sokol, (1982)<sup>2</sup>.

Gasse-y. (2012) considère que l'attitude représente la capacité à appliquer une compétence dans une situation précaire<sup>3</sup>.

Selon Surlement –b (2011), l'enseignement peut promouvoir et améliorer les attitudes de création d'entreprise à travers la connaissance des approches permettant de conquérir ces attitudes comme par exemple : « (Confiance en soi, créativité, innovation, communication.) »<sup>4</sup>.

La théorie de l'action raisonnée (Fishbein & Ajzen, 1975) considère que l'attitude s'influence par « les croyances » et l'information disponible. En ce sens, le comportement est « volontaire » : Il concerne la bonne ou la mauvaise appréciation des fonctions<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup>voynneff.fr/wp-content/uploads/2013/06/attitudeetemotions.pdf Catherine - V- F(2010) les attitudes.

<sup>2</sup> Servane- D et Franck- B (2011) « Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français » Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 24, n° 1.

<sup>3</sup>Gasse-y (2012), cité par Emmanuelle –L « l'acquisition des compétences entrepreneuriales en cas comme moyen d'améliorer l'employabilité » dumas-00765240.version1-17.

<sup>4</sup>Surlement –b (2011) « former pour entreprendre ? » « Réflexions sur l'approche pédagogique en matière d'entrepreneuriat

<sup>5</sup>Fabienne –M (2008) « La relation attitude-comportement: un état des lieux » , Laboratoire de psychologie. E.A.3188 Université de Franche- Comté UFR des Sciences du Langage, de l'Homme et de la Société Éthique et économique/Ethics and Economics, 6 (1).

## 5.2 Le construit d'attitude

Selon Yaidis –d, la notion d'attitude occupe une place importante en « psychologie sociale ». « Le construit d'attitude » n'est pas similaire à son sens commun, il est ici une évaluation plus ou moins favorable envers un comportement en question.<sup>1</sup>

Selon G. W. Allport « Une attitude est un état mental et nerveux de préparation (*a mental and neural state of readiness*) » déterminé à partir de la connaissance et appliquant une influence absolue sur les réactions d'une personne à toutes les situations.<sup>2</sup>

## 5.3 L'orientation de l'attitude envers un comportement

Selon (Gergen et alii, 1992), être informé des attitudes d'un individu envers une personne ou un objet permet de supposer son acte<sup>3</sup>.

(Vallerand, 1994), l'attitude gouverne l'individu vers l'action souhaitée en conduisant son comportement)<sup>4</sup>.

Gergen et alii, (1992), estiment que les attitudes d'un individu envers une chose permettent de conduire son action. Ainsi les intentions de création d'entreprises sont mieux acculées par le comportement à travers des attitudes particulières. Celles-ci s'affichent par « la présence d'une idée ou d'un projet d'affaire et la recherche d'informations » en vue de mieux les théoriser.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> David- V, (2006) « Attitude et comportement dans le rapport cause-effet : quand l'attitude détermine l'acte et quand l'acte détermine l'attitude », Linx [En ligne], 54 | 2006, mis en ligne le 01 août 2007, consulté le 14 octobre 2012. URL : <http://linx.revues.org/507> ; DOI : 10.4000/linx.507

<sup>2</sup> G. W. Allport repris par BOUDON, « ATTITUDE », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 29 avril 2015. URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/attitude/>

<sup>3</sup> Gergen et alii, (1992), repris par Azzedine-T (2006), « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *La Revue des Sciences de Gestion*, n°219.

<sup>4</sup> (Vallerand, 1994 cit par Azzedine-T, (2006) op, cit.

<sup>5</sup> Gergen et alii, 1992 : 217 cit par Azzedine-T, (2006), op, cit.

Krueger et alii (2000), Vesalainen et Pihkala (1999), pensent que l'apparition d'une idée d'affaire est nécessaire dans l'enchaînement « de la formation de l'intention » de création d'entreprise.

Pour Douglas (1999), l'idée ne peut se concrétiser sans « l'existence d'une opportunité ». L'étude Raijman (2001) effectuée auprès des Mexicains de « Little Village » (Etats-Unis) révèle que l'idée d'un projet influence positivement l'intention de création d'entreprise. D'ailleurs Raijman a pu montrer que « 90% des Mexicains » qui ont une intention de créer possèdent une idée.<sup>1</sup>

Selon ces auteurs, on peut dire que les attitudes d'un individu s'influencent par deux variables à savoir : la présence d'une idée ou un projet et la récolte d'informations (De Noble et alii) 1999<sup>2</sup>.

### **5.3.1 Influence de l'existence de l'idée sur l'attitude.**

D'ailleurs Tounés-A (2006), confirme que la présence « d'une idée ou d'un projet et la recherche d'informations » peuvent exercer une influence sur l'attitude d'un individu et entraîner une intention de création d'entreprise. Les résultats de son étude ont affirmé que la variable indépendante, à savoir « l'existence de l'idée », est une variable tellement forte qu'elle influe sur la variable dépendante c'est-à-dire l'intention des étudiants de créer une entreprise.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Krueger et alii (2000), Vesalainen et Pihkala (1999), cit par Azzedine-T(2006), op,cit.

<sup>2</sup>De Noble A.F., Jung D., Ehrlich S.B., « Entrepreneurial self-efficacy :the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1999.cité par Azzedine-T (2006), op, cit

<sup>3</sup> Azzedine-T (2006), op, cit.

### **-La naissance de l'idée :**

« Tout projet de création d'entreprise commence par une idée ». Qu'elle provienne de la connaissance, la qualification, l'aptitude, l'innovation ou d'un simple concours de circonstances, l'idée adopte la configuration d'un désir qui progresse avec l'avenir.<sup>1</sup>

#### ✓ **Où trouver l'idée ?**

C'est en observant son milieu qu'on peut déceler une idée de création d'entreprise. L'idée peut aussi émerger à travers une conversation avec les amis.

#### ✓ **Le milieu professionnel :**

L'individu peut aussi déceler une idée dans son environnement professionnel, relative à une amélioration des produits fabriqués par son entreprise, de ses techniques de production ou de vente. Ce sont des paramètres qui peuvent inspirer une personne pour saisir une opportunité de création d'entreprise.

#### ✓ **La vie habituelle :**

La relation de l'individu avec ses collègues, la rencontre des contraintes pour l'achat d'un produit la difficulté d'accéder à un service aux alentours du lieu d'habitation, tous ses aspects peuvent déclencher l'idée d'un projet.

#### ✓ **La vie économique :**

L'opportunité de visiter l'étranger, lire des revues spécialisées en marketing ou publicité encouragent un individu à déceler de nouveaux produits et observer de nouvelles applications.

---

<sup>1</sup> Le Duff-L Novelli-H, (2011) *Entreprendre et réussir créateur-auto entrepreneur –franchisé* éditions GLD, p.109.

✓ **L'idée d'autres personnes :**

L'entrepreneur peut ainsi :

\*S'informer sur les bulletins d'avantages

\*Projeter de bénéficier d'une franchise

\*Avoir une licence de production ou de commercialisation.

Le Duff-L et Novelli-H (2011) estiment que la création d'entreprise émerge par la présence d'une idée. « Qu'elle naisse de l'expérience, de la compétence, de la production, ou d'un simple concours de circonstance »<sup>1</sup>, l'idée est considérée comme étant le désir qui se développe avec le temps et nous fait évoquer le fameux concept de (Shapero et Sokol, 1982) à savoir « la désirabilité ».

---

<sup>1</sup> Le Duff-L Novelli-H (2011)op, cit.p109,110,111

## **5.4 Influence de la motivation sur l'acte d'entreprendre.**

En science psychologique, la motivation est : « un processus physiologique et psychologique responsable du déclenchement, de la poursuite et de la cessation d'un comportement »<sup>1</sup>. Pour Bertrand Poulet, la motivation peut être caractérisée comme : « ce qui fait agir un individu pour un mobile ».<sup>2</sup> Ainsi selon Vroom, la motivation se base sur trois éléments :

-la conjoncture qui explique l'attente d'un individu pour concrétiser son rêve et qui est essentielle dans la motivation « (que puis-je accomplir, à quel degré puis-je accéder, que suis-je capable d'atteindre ?) »

-« l'instrumentalité » qui assure la composante selon laquelle se base l'individu sur la rémunération de son effort « (que vais-je acquérir par mon efficacité ?) »

-« la valence » pour laquelle les contentements défalqués doivent avoir une réelle appréciation aux yeux de l'individu (quelle appréciation ajuster aux avantages remportés?).<sup>3</sup>

### **5.4.1 La clarification des motivations**

La clarification des motivations est complexe puisque chaque individu est unique.

Les chercheurs distinguent deux catégories de motivations : « intrinsèques et extrinsèques ».<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Nouveau Larousse encyclopédique/Vuef( 2003), page 1049. Cité par Lengo -R -M et Makino -J(2013), « La motivation des jeunes pour la formation théologique : cas des étudiants externes de la faculté de théologie protestante de Brazzaville », Revue Congolaise de Gestion, Numéro 18.

<sup>2</sup>Bertrand -P cité par Lengo -R -M et Makino -J, (2013), op, cit.

<sup>3</sup>Vroom cité par Lengo -R -M et Makino -J, (2013), op, cit.

<sup>4</sup>Francis -B(2005), mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations université du québec à Chicoutimi facteurs de motivation à démarrer une entreprise abitibi-témiscamingue

## **1 Motivations « intrinsèques »**

Emin (2003 )<sup>1</sup> estime qu'il y a deux principes incontournables pour la formation d'une intention de création d'entreprise à savoir : « la désirabilité et la faisabilité ». La première concerne «l'attrait de la création d'entreprise » et la deuxième représente les aptitudes nécessaires pour administrer un projet de création . Emin estime aussi que la variable de « désirabilité » provient« du besoin d'accomplissement » (McClelland, 1961), Pour Maslow (1954), l'individu est « motivé par ses besoins »: naturels, d'assurance, d'affiliation..

## **2 Motivations « extrinsèques »**

(Bandura, 1982;Shapero et Sokol,1982; Bolduc, 1993; Morrison 2001)considèrent que le contexte « direct et indirect »joue un rôle important et peut inciter une personne à faire une action. Bolduc (1993),<sup>2</sup> a révélé dans son étude que la présence des amis, proches, parents et connaissances influencent positivement la motivation d'un individu pour la création d'entreprise<sup>3</sup>.

D'autres chercheurs préconisent d'autre éléments et estiment que la motivation est due à la fois au choix de l'individu et à son environnement.

Pour « les béhavioristes radicaux », le comportement découle de l'environnement et « la génétique de l'être ». Par contre, pour « les sociocognitifs », ce sont les provocations de l'environnement qui ont un impact sur les conduites de l'individu. C est qui motive ce dernier à être indépendant et créer de la richesse (Francis B (2005)).<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>Emin (2003),cité par Francis -B(2005), op,cit.

<sup>2</sup>Bolduc (1993) cité par Francis -B(2005),op,cit.

<sup>3</sup>(Bandura, (1982) ; Shapero et Sokol,1982; Bolduc, 1993; Morrison 2001). Cité parFrancis-B(2005), op,cit.

<sup>4</sup>Francis Brouillard (2005) p.25,op.cit

Pichault- F (2012), explique la motivation de création d'entreprise à travers l'étude réalisée par Inès- G et Benjamin- V intitulée « Quitter son emploi pour devenir entrepreneur ». Cette étude a pour but de comprendre les raisons qui incitent certains salariés à créer une entreprise. <sup>1</sup>

. Les chercheurs préconisent une interprétation de la motivation à la création d'entreprise avec deux éléments : « push (facteurs de poussée, par nécessité)/pull (facteurs d'attraction, par opportunité) ».

Les chercheurs sont arrivés à montrer que la création d'entreprise par les employés est motivée d'abord par le mécontentement dans la relation de travail comme l'ennui, les problèmes avec les responsables, le manque de respect... D'autre part les employés sont motivés pour être indépendants et être maîtres de leur destin (la recherche de l'autonomie).

Selon <sup>Capo-Chihi.C, Gamelin\_.C, Helyett-T, Lartigue- M(2012-2013)</sup>, créer une entreprise peut prendre beaucoup de temps surtout à cause des démarches administratives, le financement ... par le temps l'entrepreneur risque être frustré, découragé et mécontent par le parcours du combattant. IL peut même abandonner son projet. Mais, est -ce que le créateur, est motivé pour surmonter tous les obstacles et assurer un lancement difficile, sans se relâcher.

Est ce qu'il possède la force pour résister aux contraintes professionnelles ?<sup>2</sup>.

Au final, l'acte d'entrepreneuriat n'est il pas un challenge ? N'est- il pas attendu du créateur de défier tous les aléas et d'être fort face à toutes les contraintes ?.

---

<sup>1</sup>Pichaul - F (2012), « Editorial »,@GRH, / n° 4.

<sup>2</sup>Capo-Chihi.C, Gamelin.C, Helyett.T, Lartigue. M (2012-2013), « Comment Créer votre entreprise ? » les démarches administratives, définir et mettre en œuvre son projet toutes les aides existantes, StudyramaPro p. <sup>21</sup>.

#### **5.4.2- Savoir quelle est sa motivation**

Selon Le Guern.P,Cairou.G (2012), il existe deux types de motivation pour la création d'entreprise. Pour la première, le créateur crée son entreprise par obligation, quant à la deuxième motivation, il le fait parce qu'il existe une opportunité de marché ou une potentialité d'un nouveau produit ou service . Dans les deux cas, il est question de motivation pour la création d'entreprise .Il est nécessaire, avant de démarrer, de connaître ses motivations réelles, sacrifier le temps pour bien réfléchir à un bon projet. Un tel engagement exige« une motivation profonde et sincère ». <sup>1</sup>

#### **5.4.3 Les bonnes raisons de créer une entreprise**

Selon Louis le Duff Hervé Novelli<sup>2</sup>le créateur veut créer un entreprise parce qu'il veut faire avancer un projet.

Il veut :

- Etre maitre de son destin.
- Rechercher l'autonomie.
- Etre indépendant.
- Atteindre un rêve ou un objectif
- Réaliser une richesse
- Avoir un statut social.
- Activer sa situation
- Changer son activité
- Suivre le chemin entrepreneurial familial
- Ouvrir une nouvelle page dans sa vie
- Assurer un avenir et une confiance pour soi et sa famille
- Choisir de s'installer dans sa ville natale, etc.

---

<sup>1</sup> Le Guern.P,Cairou.G(2012), « *Créer son entreprise* » les clés de la réussite par les entrepreneurs édition Jacob-Duvernet p .12

<sup>2</sup> Le Duff.LNovelli.H (2011) *Entreprendre et réussir Créateur-Auto entrepreneur –Franchisé*, édition GLD p .30

#### **5.4.4 Mauvaises raisons de créer une entreprise**

Louis le Duff et Hervé Novelli (2011) estiment aussi qu'il se trouve plusieurs raisons, souvent considérées, moins bonnes pour la création d'entreprise.

Le créateur veut créer une entreprise :

- Parce qu'on est sans activité
- Parce qu'on a des problèmes avec son chef
- Parce qu'on souhaite renforcer un couple fragile
- Parce qu'on veut reconquérir une richesse familiale
- Parce qu'on veut monter qu'il est capable de réaliser quelque chose pour sa famille.

On peut dire que ces motivations peuvent être nécessaires si elles sont coordonnées avec d'autres ambitions et d'autres aptitudes mais elles auront du mal à supporter les difficultés qui peuvent surgir si elles sont « le seul moteur ». <sup>1</sup>

#### **5.5 Le besoin d'accomplissement**

Il existe plusieurs académies qui préconisent d'analyser le phénomène complexe de création d'entreprise. Parmi elles, l'école « des caractéristiques psychologiques » permet de mieux cerner les motivations d'un individu.

L'explication des besoins proposés par McClelland (1961) est la démarche la plus fréquemment évoquée par les chercheurs pour analyser la motivation, en particulier avec l'introduction du concept du « besoin d'accomplissement » comme accordeur essentiel pour l'explication de la motivation. <sup>2</sup>

Yvon -G (2002), estime que le créateur est habilité à exploiter ses talents, ses connaissances, ses aptitudes, pour améliorer sa situation financière d'une part, et d'autre part ,pour concrétiser ses rêves.

---

<sup>1</sup> Louis -L et Hervé-N 2011) op,cit. p.30.

<sup>2</sup> Pape Madické -D (2012), Thèse pour obtenir le grade de Docteur du Conservatoire National des Arts et Métiers « La motivation entrepreneuriale dans le contexte subsaharien francophone » Laboratoire interdisciplinaire de recherche en sciences de l'action EA 4603 ED "Abbéter disciplinaire de recherche en sciences de l'action EA 4603 ED "Abbé Grégoire"

L'individu crée une entreprise afin d'accomplir son désir d'affrontement.

En plus un sentiment de supériorité le guide pour la réalisation des objectifs et l'amélioration de ses performances. Évaluer sa réussite procure une satisfaction qui fait ressortir « le besoin d'accomplissement ».<sup>1</sup>

Selon le modèle « humaniste » (Rodgers, Maslow), les individus sont motivés par l'envie de contenter des besoins. « La pyramide de Maslow » est un mécanisme qui résume l'organisation des besoins individuels. Pour lui, « nous sommes en état d'une unique motivation ». L'homme n'a pas de limites.

Dés qu'il réalise un but ou un besoin, un autre s'affiche.

Toutefois, il y a des priorités que l'individu veut réaliser qu'on appelle les besoins élémentaires, « ceux du bas de la pyramide ».<sup>2</sup>

Le principe **du modèle de Maslow** porte sur la structuration de « la pyramide des besoins » où l'individu passerait d'un niveau à l'autre.

### **5.6 Les trois types de besoins non hiérarchisés et non exclusifs**

Pour conclure, on peut dire que chaque individu éprouve trois besoins particulièrement importants, qu'il en soit conscient ou non:

- « Le besoin d'accomplissement » (fixer des objectifs, améliorer des actions, éviter l'échec, relever des défis...)
- « Le besoin de reconnaissance » (se sentir appartenir à un groupe, se sentir apprécié par une société)
- « Le besoin d'affirmation » (proposer aux autres, influencer et maîtriser)).

---

<sup>1</sup> Yvon G 2002 pour e-thequ « *Création et gestion d'une nouvelle entreprise : le projet d'entreprise* » Editeur: [e-theque](#) SBN: 978-2-7496-0021-5 p.5.

<sup>2</sup>[www.supportsfoad.com](#) › Articles FOAD › Fondamentaux, Ecrit par Anna - Mis à jour le Mardi, 14 Juillet 2009 19:17

## **Section 6 : Elément sociologique**

**Le milieu Familial**

**Le soutien familial au détriment du soutien institutionnel**

**L'effet du milieu familial sur le contexte local**

**La famille et proches**

## Section 6

### *Elément sociologique*

#### **Elément sociologique :**

#### **6.1 Le milieu Familial :**

On ne naît pas entrepreneur, on le devient. Le fait, pour une minorité, d'avoir eu l'opportunité, dès l'enfance, d'observer dans leur famille (entourage, proches) un ou plusieurs chefs d'entreprise peut les inciter à devenir entrepreneur.<sup>1</sup>

Séraphin-G, estime que sur le plan biologique, la famille se génère par « les gènes ». Ce concept de gène est considéré comme une sensation qui représente la notion de « sang » « être du même sang »)<sup>2</sup>.

Heni (1988) estime que le succès de l'entreprise dans les pays émergents est évalué en fonction de la valeur ajoutée et de la production. D'un autre côté, il est déterminé par la valorisation sociale..<sup>3</sup>

La famille représente une richesse inimitable pour les enfants. Ils y trouvent des idées, un appui moral pour résoudre leurs problèmes et le soutien financier nécessaire pour le démarrage de l'entreprise.

C'est pourquoi la famille est considérée comme la cellule principale dans laquelle s'épanouit le créateur d'entreprise.

---

<sup>1</sup>Patricia-B&pironin- H. (2008), *La bible du créateur d'entreprise : Guide pratique et complet de la création d'entreprise*, chiron éditeur. P.29.

<sup>2</sup>Séraphin-G (2014), « Introduction » Famille et corps : identifié et transmission, *Recherches familiales*, /1, n°11, pp.3-8.

<sup>3</sup>Heni A. (1988), "Le cheikh et le patron", *Modernité des sociétés sous-développées*, Université d'Oran. cité par lotfi -M 2001

« le rôle de l'environnement socioculturel dans la création d'entreprise » ISG de gabès Tunisie.

L'élément sociologique est motivé par les actes culturels et familiaux, et surtout par les membres de sa famille et ses proches. Cela peut orienter l'individu vers l'intention entrepreneuriale. Celle-ci est une attitude ou un héritage familial.<sup>1</sup>

## **6.2 Le soutien familial au détriment du soutien institutionnel**

La famille est considérée comme étant un déterminant important en matière de création d'entreprise même pour des créateurs qui n'ont pas eu l'opportunité d'exploiter l'expérience et la connaissance d'un parent entrepreneur.

Ils ont toutefois obtenu un soutien psychologique, financier et matériel pour démarrer leur projet. On peut dire que la famille donne des conseils, oriente...et participe au fonctionnement de l'entreprise.

L'étude de Sophie-B et Gérard-D-A (2006) a confirmé que plus de 80% des créateurs interviewés ne sont pas issus d'une famille d'entrepreneurs, mais ils reconnaissent qu'ils ont bénéficié du soutien incontournable du lien familial dans la réussite de leur entreprise (préparation de projet, soutien financier, psychologique, conseils.....)<sup>2</sup>.

## **6.3 L'effet du milieu familial sur le contexte local**

Ajzen (1991) estime que la famille influence positivement les enfants notamment pour la poursuite du parcours des parents ou des grands parents en ce qui concerne la famille entrepreneuriale. Ajzen considère que ces influences familiales correspondent aux « normes sociales (ou subjectives) ».

Ces dernières découlent de « la pression sociale » que le créateur perçoit et qui l'incite à créer ou non un projet éventuel<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Lotfi- M 2001 « le rôle de l'environnement socioculturel dans la création d'entreprise » ISG de gabès Tunisie p 120.

<sup>2</sup>Sophie-B et Gérard-D A. (2006), kokou, «d'accompagnement familial à la création de PME :un mode construction des compétences entrepreneuriales», marché et organisations, / n°2.

<sup>3</sup>AJZEN I 1991The theory of plannedbehavior. - Organizationalbehavior and humandecisionprocesses, , vol. 50,cité par Sandrine-E (2001), « la création d'entreprise en contexte universitaire : les facteurs de l'engagement » l'Association Internationale de Management Stratégique 13-14-15 juin 2001. Facultédes Sciences de l'administration. Université Laval. Québec.

Toulouse (1990), estime qu'il existe un lien entre l'environnement familial et la création d'entreprise : «grandir dans un milieu familial d'entrepreneurs »incite l'enfant à s'aventurer et surtout à prendre des risques.

Bruyat (1993) considère que les fils qui ont vécu dans un milieu entrepreneurial peuvent créer facilement leur entreprise comparativement à des fils d'ouvriers ou des fonctionnaires qui n'ont pas eu l'opportunité d'avoir des parents entrepreneurs<sup>1</sup>.

CadiouChirstian-C (2014), estime que l'union des membres de la famille est nécessaire pour la continuité de l'entreprise familiale.<sup>2</sup>

Bauer (1993) estime qu'il existe plusieurs types d'organisations familiales.

Il évoque deux exemples : celles qui sont liées aux problèmes d'héritage, et celles dont les propriétaires sont «paternalistes». Ces derniers considèrent que les ouvriers font partie de leurs famille. Si le chef d'entreprise est entreprenant et actif au sein de son groupe ,il optimalise son entreprise familial. Bauer distingue ainsi trois grandes figures du pater familias.<sup>3</sup>

- 1- « Le dynasteur » : le propriétaire dirigeant veut réaliser un rêve familial et léguer son patrimoine à ses descendants.
- 2- « L'égalitariste » : le propriétaire dirigeant impose à sa descendance la régularité ,la conformité aux règles visant l'égalité entre les membres de l'entreprise
- 3- « Le dynasteur égalitariste » : représente un désir d'imposer une hérédité familiale avec une certaine sérénité. Il combine les deux figures précédentes. Son autorité est moins criarde.

---

<sup>1</sup>Bruyat (1993). - Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation. – Thèse doct. : Sciences de gestion : Grenoble 2. ESA, 1993. – nb de pages manquant.), cité par Sandrine-E (2001), op, cit.

<sup>2</sup>Cadiouchirstian (2014) « Le modèle entrepreneurial familial durable : Comment devenir hénokienne ? »Revue de l'Entrepreneuriat/3 Vol. 13.

<sup>3</sup>Bauer (1992) cité par Hamadou B -H Pierre-andré-J- (2009) « Impact des facteurs socioculturels sur la croissance des petites entreprises : une recension de la littérature » colloque international La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé 11ème journée scientifique Entrepreneuriat INRPME – AUF – AIREPME 27 au 29 mai 2009.

## **6.4-La famille et proches**

GASSE – Y (2003), estime que dans le monde entrepreneurial, l'impact des parents ou d'un proche, est certain .Ils sont considérés comme une référence.

Aussi, beaucoup de jeunes travaillent avec leurs parents, ou mieux, créent leur propre entreprise pour poursuivre l'œuvre de la famille. Plusieurs études ont montré l'impact de la famille sur les enfants. La répercussion est généralement positive. En effet, issus d'un milieu entrepreneurial, beaucoup de jeunes créent leur propre entreprise ou rejoignent leur parents pour poursuivre le parcours entrepreneurial de la famille. Ainsi, ces jeunes entrepreneurs considèrent leurs parents ou leurs proches comme des groupes de référence.

(Gasse et d'Amours ,2000).<sup>1</sup>. Cette constatation a été confirmée par Dichon et ses collègues (Diochon et autre, 2001), dans une étude Canadienne sur des créateurs d'activité<sup>2</sup>.

En effet,46% d'entre eux avaient des parents entrepreneurs ou propriétaires.

### **-De père en fils ?**

Dominique Jacques-J, Florent -S (2004), estiment que les chefs entreprises familiales n'héritent pas de leurs parents. Ils ne sont pas les repreneurs d'une entreprise familiale antécédente, sinon momentanément .<sup>3</sup>

En réalité, même si leurs parents ont pu créer une entreprise familiale avant eux, à défaut du statut, certains auraient pu établir la même activité.

---

<sup>1</sup>Yvon –G (2003) « l'influence du milieu dans la création d'entreprises » Organisations et Territoires, vol. 12, n° 2

<sup>2</sup>Dichon 2001, cité par Yvon-G (2003) op cit.

<sup>3</sup> Dominique Jacques-J, Florent -S (2004), « l'entrepreneur, sa femme et leurs enfants : de la recherche de l'indépendance à son déniement », cahiers du genre, n°37.

Selon Eestrade et Misségué (2000), 25% des indépendants possèdent le même métier que leur père, que celui-ci soit, ou non, indépendant.

En résumé, l'environnement le plus favorable pour l'entrepreneur éventuel, reste la famille. Les chances augmentent pour celui dont les parents sont ou étaient entrepreneurs.

Plusieurs études montrent que les entrepreneurs qui ont la chance d'avoir des parents entrepreneurs, ont créé une entreprise.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Jean-P-B et al.(2007), « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise. Un état des lieux », Revue française de gestion /11 n° 180.

## **Section 7 : Éléments économique**

**L'étude de marché (la recherche d'information) :**

**Business plan**

**Les objectifs du business plan**

**Les règles de présentation du business plan**

**La qualité du business plan**

## **Section7 :**

### **Les éléments économiques.**

#### **L'étude de marché**

**La création d'entreprise est un processus complexe qui articule un projet de création et un porteur de projet dans un environnement donné et face à la concurrence. Il s'agit de valider le projet de création, qui comprend plusieurs aspects : financiers, juridiques, organisationnels et commerciaux pour les principaux. Pour valider l'aspect commercial du projet et avant de se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise, tout porteur de projet doit réaliser une étude de marché qui a pour objectif majeur de permettre d'estimer les chances de succès du projet.**

**En fait, une étude de marché est nécessaire pour qualifier une idée de création, mais a contrario, il ne s'agit pas non plus d'un brevet de certitude. Elle reste une aide à la décision de lancement d'une entreprise, c'est-à-dire qu'elle permet de récolter et de valoriser de l'information pour chiffrer l'idée au sein d'un document qui explicite les conditions du développement de la future entreprise : le business plan, l'étude de marché est un outil d'aide à la décision de lancement. Elle constitue la liaison entre l'idée et le marché.**

**Réalisation spécifique pour chaque projet, et son cadrage avant de débiter sa réalisation nécessite d'en clarifier les conditions, et notamment de savoir si le créateur se trouve dans une configuration de projet « push » ou de projet « pull ».<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> Définition : de l'anglais « pousser » ou « tirer »

Pour la réalisation d'un projet l'étude du marché est fondamentale. Elle nécessite d'avoir des ressources de la main-d'œuvre, et surtout le soutien et les aides financières de l'état. Par exemple en Algérie l'agence ANADE offre des opportunités pour la réalisation d'un projet.

### **7.1-L'étude de marché (la recherche d'information) :**

Il est exigé du futur entrepreneur de :

Récolter le maximum d'informations.

Demander des conseils et orientations éclairant les contraintes du son projet.

Adapter son idée à son environnement économique et politique.

Ces actions ont pour but d'éclairer une première étude du projet en vue d'une exploitation optimale de l'idée.<sup>1</sup>

Pour clarifier l'idée d'un projet, il faut que le futur créateur se pose les hypothèses suivantes :

#### ✓ Que vais-je faire?

Le créateur doit préciser objectivement ce qu'il va vendre « (produit ou service) » et à qui (cible). Il doit aussi détailler les particularités du produit ou du service en question.

#### ✓ Comment?

Le créateur doit étudier les moyens matériels et techniques pour vendre et distribuer ses produits.

---

<sup>2</sup> Le Duff-L Novelli-H (2011) op, cit,p. 110.

✓ Où?

Le choix du local est d'une importance capitale pour le succès ou l'échec du projet.

✓ Avec qui?

Le choix des collaborateurs est, lui aussi, crucial sans toutefois négliger le soutien et les conseils de toutes les personnes du domaine (la création d'entreprise).

✓ Qui sont mes concurrents?

Bien étudier le marché, pour l'entrepreneur, lui permettra d'estimer tous les avantages et inconvénients de la concurrence. Il devra aussi, évaluer la consistance des concurrents existants ou potentiels.

✓ Avec quels moyens?

Dans cette étape le créateur analyse les données appropriées dont il dispose. Les éléments fondamentaux lui permettent de bien structurer son idée de projet et le lancer. La disponibilité des moyens financiers et calculer les prévisions des investissements garantiront sa réalisation.

Comprendre et identifier la place de l'étude de marché dans la construction totale d'un projet de création permet d'en visualiser les objectifs et les liaisons avec les aspects techniques, juridiques et bien évidemment financiers.

De caler les idées en rappelant ce qu'est une étude de marché pour un créateur et restitue la place de cette dernière dans le processus global de création

Capo-Chichi.CGameli-C Hel Yett-T Lartigue-M, (2013).<sup>1</sup>.

Donc on peut dire que le créateur doit avoir toutes les informations nécessaires en ce qui concerne :

\* les ventes des produits ou des services.

\* les clients éventuels.

\*la part de marché.

\* les moyens logistiques et humains, les fournisseurs et les produits que doit trouver le créateur pour la réalisation de son projet.

Une première phase de recherche d'informations portera sur l'environnement du marché. Le créateur doit récolter un maximum de données sur la part de marché qu'il cible<sup>2</sup>.

Dans une deuxième phase, le créateur doit chercher les renseignements justes sur les chiffres et les statistiques afin de réaliser une véritable analyse du marché<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>Capo-Chichi.CGameli-C Hel Yett-T Lartigue-M, (2013)« *Comment créer votre entreprise* » les clés de la réussite, par des entrepreneurs Studyrama Pro, p.17.

<sup>2</sup>Capo-Chichi.CGameli-C Hel Yett-T Lartigue-M, (2012-2013), op,cit. p.18.

<sup>3</sup>CAPO-CHICH –C GamelinHelyett -TLartigue –M,(2012-2013) opcit, p .72.

Pour mener cette analyse à bien, il est conseillé au créateur d'effectuer une bonne étude ou de se rapprocher des bureaux d'études spécialisées pour de meilleurs résultats.

-La consultation auprès des bureaux d'études ou des spécialistes du domaine :

Il est souhaitable pour le créateur de contacter des bureaux d'études ou des experts en matière d'aide à la création d'entreprise pour faciliter la concrétisation de son projet.

-L'analyse des contraintes liées au projet :

Etudier et analyser les différentes contraintes de son projet de création d'entreprise lui permettra de vérifier les moyens nécessaires à mettre en place pour sa réalisation.

Selon Tounés-A(2006), l'étude de marché se base sur la connaissance des moyens à mettre en œuvre pour la réalisation du projet principalement la disposition des conseils et des informations nécessaires pour la réalisation du projet.

En résumé, selon Jarniou<sup>1</sup>, il est recommandé de répondre à cette liste de questions avant de démarrer une étude de marché pour parachever le protocole de réalisation de l'étude. Ce protocole sera le « carnet de route » du créateur.

Que celui-ci réalise ou délègue tout ou une partie de l'étude. Que son projet soit « push ou pull ». Il peut donc se définir ainsi :

Votre carnet de route :<sup>2</sup>

**- Quel est mon objectif en termes de clientèle, de volume de marché, de part de marché potentiel face à la concurrence ? Qui ?**

Qui sont les clients ?

Sont-ils solvables ?

Quelles sont leurs attentes ?

---

<sup>1</sup>Catherine L-J, (2004), *réaliser l'étude de marché de son propre projet*, DUNOD – Paris – 2004 2<sup>ème</sup> ED

## Les objectifs de l'étude de marché

L'étude de marché a pour objectifs de « respirer les conditions d'environnement », de comprendre le fonctionnement du marché visé, d'écouter les futurs clients et de fournir des informations essentielles sur leurs besoins et motivations dans le but d'orienter les actions stratégiques de positionnement et de lancement et contribuer, in fine, à la validité du projet pour augmenter ses chances de succès.

« Les études de marché ont pour objectif d'analyser les marchés de produits et services de toute nature. Elles consistent en particulier à étudier de façon systématique le comportement, les attitudes et les opinions des personnes physiques et morales. » (CCI-Esomar, 1977)<sup>1</sup>

Il s'agit d'une démarche systématique et scientifique de collecte, traitement et interprétation des informations qui a pour objectif principal de réduire les incertitudes et de minimiser les risques. Elle permet de vérifier qu'il existe un marché et une demande potentielle pour le marché visé et d'estimer cette demande à partir du plus grand nombre possible de sources.

Pour concevoir et orienter les stratégies de commercialisation des produits et services, le créateur a besoin d'alimenter son action marketing par un flux d'informations sur le marché et les clients potentiels. Ce flux d'informations doit être adapté et actualisé d'autant plus rapidement que l'environnement est concurrentiel et turbulent. Pour alimenter ce flux, l'étude de marché englobera :

\* l'étude des données socio-économiques de l'environnement (tendances passées et futures),

---

<sup>1</sup> Voir également les ouvrages suivants :

- AMEREIN.P, « Etudes de marché » Nathan, 1996
- GAUMONT.D, « Etudes de marché » DUNOD, les Topos - 2002
- FOURNIS.Y, « Etudes de marché » DUNOD, 1995 3<sup>ème</sup> ED
- LHERMIE.C, « Etudes de marché » DALLOZ – SIREY, 1997

- \* l'étude de la concurrence (identification et caractérisation de leurs forces et faiblesses),
- \* l'étude des besoins des consommateurs ou utilisateurs potentiels du produit ou service,
- \* l'étude des caractéristiques du produit ou du service et la fixation de son prix,
- \* l'étude des modes de distribution et la nécessité éventuelle de passer par une force de vente,
- \* l'étude des modes de communication disponibles et ceux utilisés par la concurrence.

Quels que soient le niveau de connaissance du secteur et la quantité d'information possédée par le créateur, il ne convient pas de rechercher le plus grand nombre d'informations, dites « informations brutes »<sup>1</sup> mais le maximum d'« informations utiles » pour réduire le risque lors des décisions ultérieures dans la mesure où toute décision est un pari sur l'avenir.<sup>1</sup>

Une information utile est une information qui sert à la compréhension de l'objet d'étude et à la prise de décisions, donc directement utilisable.

L'étude de marché est la phase clé dans le processus de création d'entreprise :

---

<sup>1</sup> C.L. JARNIOU, réaliser l'étude de marché de son propre projet, DUNOD – Paris – 2004 2<sup>ème</sup> ED

## **Conclusion :**

Pour conclure, nous estimons pour notre part que ces deux variables à savoir la présence d'une idée ou d'un projet et la recherche des renseignements nécessaires concernant (le marché, les clients...) influencent favorablement l'attitude de l'un individu pour la création de son entreprise .<sup>1</sup>.

Selon l'Agence pour la création d'entreprise (APCE), 70% des cas de défaillance ont pour origine la mauvaise qualité des études de marché, que celles-ci soient mal réalisées ou de manière hasardeuse ou même qu'elles soient quasiment inexistantes.

Ce chiffre alarmant illustre le fait qu'un créateur est bien souvent trop certain du bien-fondé de son idée, de son produit ou de son service. Or cette certitude le conduit à rechercher directement des clients. Mais cette façon de procéder, qui relève plus de la vente que du marketing, se révèle le plus souvent désastreuse au moment de la création de l'entreprise, et que par conséquent il est indispensable de s'attaché en phase de création, à réaliser ou faire réaliser une étude de marché sérieuse et la plus fiable possible en termes d'objectifs, de principes et de démarche.

---

<sup>1</sup> Le Duff-L Novelli-H (2011) op, cit. p111

## **7.2 Business plan**

**Pour réaliser un projet, l'entrepreneur a besoin d'argent. Il devra d'abord bien peaufiner l'équilibre financier et commercial.**

**Ensuite, il pourra solliciter une institution financière( une banque) pour l'octroi d'un crédit .Sinon , il cherche un associé ou un investisseur.**

**Pour convaincre, le business plan sera son meilleur atouts . la formulation est à la fois quantitative et qualitative. la rédaction nécessite la participation**

**De tous les intéressés.**

Pour faire un projet, l'entrepreneur aura besoin de l'argent, et pour en retrouver, il faudra chercher une institution financière, un associé, un investisseur..,c'est pour cela qu'il faudra bien peaufiner l'équilibre financier et commercial , mais aussi surtout pour convaincre un investisseur ,une banque pour l'octroi d'un crédit, le business plan sera le meilleur atout qui reflétera l'image de votre projet.

Sa formulation est aussi bien quantitative que qualitative, il doit être rédigé par l'entrepreneur(e) et son équipe. Actualisé, c'est l'un des meilleurs outils pour motiver son équipe et ses partenaires, notamment financiers (banquiers, associés, investisseurs).<sup>1</sup>

L'entrepreneur doit présenter un business plan fiable, pas une simple compilation de chiffres, mais l'extrait d'une réflexion qui reflète sa bonne foi à relever le défi et créer la valeur ajoutée. Il représente un véritable outil de management.

---

<sup>1</sup>Braun, P & pironin, H. (2008)., *La bible du créateur d'entreprise : Guide pratique et complet de la création d'entreprise*, chiron éditeur

## **Le business plan est destiné à :**

### 1-L'entrepreneur

Il représente pour lui une bonne occasion pour l'entrepreneur d'ordonner ses idées, de mettre en valeur ses outils et de chiffrer ses besoins.

Ce document lui permet de rassembler de la manière la plus cohérente possible toutes les potentialités du projet. Il constitue pour lui une véritable feuille de route.<sup>1</sup>

### 2-L'investisseur.

Il s'agit de lui expliquer le projet pour le convaincre d'investir. Ce dernier cherche un produit ayant un potentiel de croissance distinct des concurrents de son secteur.

### 3-La banque classique ou islamique

Le business plan sera également très utile dans les relations avec les banques de façon générale, surtout pour l'octroi d'un crédit, lever les dettes ou négocier les facilités de caisse. Donc l'entrepreneur est obligé d'établir un document de qualité pour convaincre et réaliser son objectif.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> A. P. C .E (2005) (Agence pour la création d'entreprise) [WWW.APCE.COM](http://WWW.APCE.COM)

<sup>2</sup>Braun, P & pironin, H. (2008)., *bible du créateur d'entreprise op cité*

### **7.2.1 Les objectifs du business plan**

C'est un document a pour but d'établir la fiabilité d'un projet par fixation d'objectifs précis en termes financiers, organisationnels et structurels. Ces objectifs vont déterminer les choix stratégiques qui permettront de donner de la cohérence au plan de développement du projet de création d'entreprise.

Il donne une idée globale sur les marchés, les concurrents réels ou potentiels, les clients, la logistique ...

Il consiste à traduire les phases clés du projet en chiffres.

Il permet d'expliquer les différentes hypothèses énoncées en amont, et d'identifier les périodes à risque<sup>1</sup>.

### **7.2.3 Les règles de présentation du business plan**

La présentation vise à mettre en exergue les points essentiels et les faits sur lesquels s'appuie le business plan.

**Pour cela**, il faut adopter un style clair , simple et précis en 20 à 40 pages.

Il faut donner la priorité aux points qui permettront de convaincre les investisseurs de s'associer à vous pour de « bonnes » raisons

Il faut présenter un plan structuré en fonction des spécificités de chaque projet :

1. Résumé et conclusion
2. Présentation de la genèse du projet.
3. L'environnement économique.
4. Le marché : L'opportunité à saisir.
5. Le produit ou service : La solution proposée et les bénéfices de son utilisation.
6. Les hommes.

---

<sup>1</sup>Braun, P & pironin, H. (2008)., *La bible du créateur d'entreprise op cité*

7. Les ressources de la société
8. La stratégie de développement et le plan opérationnel.
9. Les différentes étapes de développement.
10. La traduction financière
11. Les sorties envisagées
12. Risque et opportunités
13. Annexes et références.

### **7.24 La qualité du business plan**

Le business plan doit avoir deux qualités principales :

**1-La cohérence** : Elle se base sur la traduction des chiffres par rapport aux moyens mis en œuvre en comprenant vos projections et les résultats des entreprises concurrentes du secteur.

**2-La souplesse** : Le plan de développement doit être clair dans tous ses éléments .il ne faut oublier de prévoir des marges de manœuvre en fonction des hypothèses.

En résumé, quelque que soit le type de financement recherché, il sera étayé par un business plan. Il est considéré comme le document de référence qui doit permettre d'avoir une idée claire sur le projet proposé, pour aboutir à la décision finale : l'engagement ou le retrait.

**Section 8 : Quid de L'agence nationale  
d'appui et de développement de  
l'entrepreneuriat (L'ANADE).**

**Les étapes traversées par (L'ANADE) ex  
ANSEJ ( 1997-2020).**

**La formation à travers l'ANADE  
(Programme de la Formation (« Créez votre  
entreprise »)).**

**La sensibilisation de l'ANADEJ à travers la  
maison entrepreneuriale destinée aux pôles  
universitaires.**

**Les soutiens de l'ANADE**

**Les types de financement**

**L'extension du projet**

**Le parcours de création à travers l'ANADE**

## **Section 8 :**

### **Quid de L'agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (L'ANADE).**

Mon intérêt pour cette section est d'apporter un éclairage modeste quant aux avantages et inconvénients de l'ANADE. Et pour cause .C'est L'agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat .Comme son nom l'indique, elle est chargée d'accompagner les jeunes porteurs d'idées et de projets en vue de la création d'une entreprise .Son rôle est de sensibiliser et d'attirer la majorité des jeunes vers elle. Son choix est motivé par sa dynamique de création de micro-entreprises qui s'insère à la nouvelle forme d'organisation de l'activité économique du pays.

Remarque concernant (les Missions, objectifs, conditions, inscription ... se référer à l'annexe1).

#### **8.1 Les étapes traversées par (L'ANADE) ex ANSEJ ( 1997-2020).**

Elle est devenue opérationnelle depuis le deuxième semestre 1997. L'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat, une des solutions appropriées au traitement de la question du chômage répond à cette phase de transition vers l'économie de marché. Elle est chargée du soutien, financement et suivi des micros entreprises des jeunes entrepreneurs âgés entre 19 et 40 ans offrant un montant de 4 millions de DA au maximum

Cette agence, qui s'inscrit en rupture avec les approches antérieures et qui traite le chômage par l'économique, se fixe deux objectifs principaux :

- Favoriser la création d'activités de biens et services par de jeunes promoteurs.

- Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes.

Octobre 2003

Durant cette période, de nouvelles mesures ont été prises par les plus hautes instances du pays en faveur des jeunes entrepreneurs. Elles concernent :

- 1-Le relèvement du seuil de l'investissement de 4 à 10 millions de DA ;
- 2-La révision à la baisse des taux de participation des jeunes promoteurs ;
- 3-L'intégration de l'extension d'activité dans le dispositif ;
- 4-L'amendement des textes réglementaires et législatifs ;
- 5-Les mesures prises par les banques ;
- 6-Des Mesures d'ordre environnemental.
- 7-L'Octroi des mêmes avantages durant cette phase d'extension
- 8-Le Lancement du programme de construction de 100 locaux par commune<sup>1</sup>

**En 2007** de nouvelles réformes ont été instaurées par les responsables.

Cette période a connu de nouveaux amendements :

- Recentrage des activités de l'agence autour l'accompagnement
- Mise en place d'une nouvelle organisation – Décentralisation
- Formation de l'encadrement de l'agence à tous les niveaux
- Formation des promoteurs avant financement
- Implication de l'ensemble des acteurs et partenaires locaux autour du dispositif par le biais de la Commission locale d'étude et financement de projet (CLEF).

***La période juillet 2008***

- Renforcement des représentations à travers les wilayas déléguées et grandes Dairas – 80 annexes créées

---

<sup>1</sup> Document ex ANSE (ANADE)

- Renforcement des capacités humaines des services centraux et décentralisés en compétences requises dans le domaine de l'étude de projets.
- Présence effective et compétente des représentants des différentes structures et banques dans les CLEF<sup>1</sup> chargés de statuer sur l'éligibilité des projets
- Introduction des dossiers par l'ANADE auprès des banques
- Augmentation du capital du Fonds de Garantie
- Indemnisation des banques après la troisième échéance tombée<sup>2</sup>

### **La période 2011.**

#### **Des mesures ont été prises le 06 mars 2011 par le conseil des ministres.**

Cette période a connu des modifications très intéressantes. Les promoteurs ayant déposé leurs dossiers avant le 6 mars 2011 et qui n'avaient pas encore obtenu de prêt à cette date, peuvent bénéficier de toutes les nouvelles mesures introduites, notamment la baisse de l'apport personnel de 5 à 1% et de 10 à 2% pour les financements ne dépassant pas, respectivement, cinq millions et dix millions DA. On peut résumer ces mesures prises par le conseil des ministres comme suit :

- Changement de la structure financement : triangulaire et mixte
- Aides financières
- Trois autres PNR supplémentaires sont accordés au jeune promoteur
- PNR véhicule-atelier = 500,000 pour les
- Diplômés de formation professionnelle
- PNR aide au loyer = 5000,00 DA
- PNR cabinet groupé jusqu'à 1000,000DA d'aide au loyer pour les universitaires médecins avocats pour la création de cabinet groupés .

---

<sup>1</sup> La Commission locale d'étude et financement de projet (Clef).

<sup>2</sup> Document ex ANSE (ANADE)

---

La période 2020 l'ANADE est sous la tutelle des Services du Ministre délégué auprès du Premier ministre chargé de la micro-entreprise.

L'ANADE ouvre ses portes au salariés et aux étudiants, Pour bénéficier des avantages de cette agence , les porteurs d'un projet doivent remplir les conditions suivantes : être âgé de 19 à 55 ans, être titulaire d'un diplôme ou d'une qualification professionnelle et/ou détenir un savoir-faire reconnu par attestation ou tout autre certificat professionnel, mobiliser un apport personnel et ne pas avoir bénéficié d'une mesure d'aide auprès d'autres dispositifs au titre de la création d'activités .<sup>1</sup>

### **8.3-l'accompagnement à travers l'ANADE**

L'accompagnement effectué par les soins de l'ANADE est très important, car il offre une confiance pour l'entrepreneur. Il permet aussi de bien mener un projet, surtout les étapes de création qui représentent un parcours du combattant, ou le créateur peut abandonner son projet. L'entreprise créée, est prédisposée au risque de disparition notamment au cours des premières années d'exploitation car l'entrepreneur n'a pas d'expérience pour bien gérer son entreprise.

Seul un accompagnement de qualité permet au créateur :

- D'identifier et exploiter ses aptitudes entrepreneuriales et développer son entreprise.
- D'élaborer un business - plan qui répond aux normes internationales.
- Assurer la croissance et la pérennité de l'activité.

---

<sup>1</sup> Document ANADE

## **8.2 La formation à travers l'ANADE (Programme de la Formation (« Créez votre entreprise ») <sup>1</sup> (voir annexe 6)**

Les formateurs de l'ANADE forment les promoteurs avant le financement,

Le programme de formation comporte plusieurs matières :<sup>2</sup>

1 - Plan d'affaire

2- -Préparation du plan de marketing.

-2.1- Etude du marché.

2.2-les 04 (p) du plan Marketing.

**3-** L'estimation des ventes.

**4-** Planification de la production et des achats.

**5-** L'identification du besoin de personnel.

6-L'identification des investissements.

- Séquence vidéo.

La formation dure deux jours. Elle commence à 10.00h et se termine à 16.00h.

---

<sup>1</sup> Document ANADE

<sup>2</sup> Programme de formation de l'ANADE

### **8.3-La sensibilisation de l'ANADEJ à travers la maison entrepreneuriale destinée aux pôles universitaires**

L'ANADE s'appuie essentiellement sur la maison entrepreneuriale.

Celle-ci, fondée par l'état Algérien, a pour vocation de sensibiliser les étudiants et les inciter à l'acte entrepreneurial. Pour une efficacité optimale, elle sollicite aussi la collaboration des universités et grandes Ecoles. La première maison de l'entrepreneuriat a été créée, en 2007, à l'université de Constantine. L'année 2014 a connu l'extension du concept de maison de l'entrepreneuriat, vers toutes les universités et des Grandes Ecoles de l'Algérie.

### **8.4 Les soutiens de l'ANADE**

D'abord, l'ANADE informe les étudiants sur tous les avantages et les aides offertes par l'agence.

Ensuite, elle contrôle leurs projets en veillant au respect des cahiers de charges. En cas de besoin, elle les assiste auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation de leurs projets.

Enfin, de par ses relations permanentes avec les banques et établissements financiers, elle leur assure le financement, la mise en œuvre du schéma, le suivi de la réalisation et l'exploitation de leurs projets.

## **8.5 Les types de financement :**

1-auto- financement : l'entrepreneur finance le projet à 100%. , ainsi il bénéficie des avantages fiscaux et parafiscaux (Plus détails se référer à l'annexe 4).

-**le financement triangulaire** pour les chômeurs et étudiants. Ils doivent contribuer avec un apport personnel 5%. La banque leur octroi un crédit de 70 % et de l'ANADE leur attributs 25 % sans intérêt. (Prêt Non Rémunéré PNR).

-**le financement triangulaire** pour les salariés : 15% d'apport personnel, un crédit bancaire de 70% et 15% prêt non rémunéré de l'agence ANADE.

### **Le financement Mixte**

Prêt de l'ANADE 50 % PNR<sup>1</sup> et l'apport de porteur du projet et 50 %.

Concernant les aides financières, <sup>2</sup>les entrepreneurs bénéficient à 100% du taux d'intérêt du crédit bancaire concernant le financement triangulaire).

-l'entrepreneur peut bénéficier du Loyer d'un local d'un montant ne dépassant pas 500 000 DA. (Plus de détails se référer à l'annexe 2).

---

<sup>1</sup> PNR prêt non rémunéré

<sup>2</sup> Document ANADE

### **8.6L'extension du projet**

L'entrepreneur, cependant à l'opportunité de **réaliser l'extension de son projet ceci reste à son appréciation**. Pour cela, il le justifié en présentant les deux derniers bilans ou autre document justifiant l'exercice fiscal des deux dernières années.

-Il doit avoir remboursé au moins 70% du crédit bancaire.

- Il lui faut aussi rembourser le prêt non rémunéré (PNR) de l'ANADE.

(Plus de détails se référer à l'annexe 3).

### **8.7 Le parcours de création à travers l'ANADE<sup>1</sup> (L'idée du projet jusqu'à l'exploitation de l'activité.) voir annexe 5.**

La création d'entreprise est un processus qui se compose de plusieurs phases. Elle va de l'idée de projet jusqu'à sa réalisation, en passant par la prise en compte d'un ensemble des informations relatives au marché, aux moyens à mettre en œuvre, à la réglementation, au financement ... etc. ....<sup>2</sup> (Plus détails consulter le site

<https://anade.d>) ou le site [www.anade.dz](http://www.anade.dz) annexe 5 ).

---

<sup>1</sup> <https://anade.d>

<sup>2</sup> [Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets \(CSVF\)](#)

Pour clore cette section, il est incontestable que le plan d'action initié par l'ANADE répondait parfaitement aux problèmes et crise multidimensionnelle de l'époque, à savoir la période (1997-2003). Postérieurement, à mon sens, il est devenu obsolète. C'est pourquoi, il faut à présent, songer à une autre dynamique pour créer des micro-entreprises conformes aux besoins actuels. La primauté sera accordée à leur longévité.

Il est à noter aussi l'absence de l'étude de marché appelée « Etude technico-économique ». Son importance est telle pour la fiabilité du projet qu'elle doit être exigée comme préalable. Il faudra également tenir compte d'un problème inhérent au financement. Il concerne les intérêts bancaires. Ne faut-il pas, peut-être créer une banque spéciale pour l'ANADE pour palier cette difficulté et aussi gagner du temps ?

Ceci, pour ne citer que les recommandations les plus opportunes, d'autant plus que les circonstances actuelles nous sont largement favorables. Par conséquent, il est aberrant de continuer à créer pour créer. Mais il faut cependant créer, pour créer de la valeur ajoutée, des richesses, des emplois durables.

# **Conclusion générale**

## **Conclusion générale**

Notre souhait à travers ce polycopié est de contribuer à travers une description, la plus claire et la plus fiable possible du phénomène complexe de l'entrepreneuriat. Pour aider à son compréhension, nous avons mis l'accent sur les facteurs incitant l'individu à entreprendre.

A travers l'enseignement du module de l'entrepreneuriat, il a été observé que la majorité des étudiants ont une idée (ou un projet). La concrétisation constitue un obstacle pour eux à savoir la recherche d'information, concernant l'étude de marché, les clients, les concurrents....

Nous avons constaté aussi que les étudiants sont motivés ce qui indique que ces étudiants veulent acquérir une indépendance, c'est à dire prendre des responsabilités et gagner de l'argent.

Cependant, la prise de risque a un impact négatif sur eux .En effet, une minorité s'aventure alors que la majorité reste très prudente malgré l'existence d'un fonds de garantie qui rembourse le crédit en cas d'échec. .

D'un autre côté, une autre contrainte de taille freine leur dynamisme du financement, ce sont les intérêts bancaires. Beaucoup de jeunes étudiants ne veulent pas être financés par l'ANADE contrairement aux principes religieux qui interdisent l'intérêt bancaire.

En conclusion, notre plus grand souhait est de voir se réaliser une large coordination entre les différents acteurs : à savoir l'université, le dispositif ANADE, les banques islamiques, la maison entrepreneuriale, les responsables des différentes institutions étatiques...

Cette action tend vers la création de la valeur ajoutée, des richesses, des emplois durables et contribuera efficacement au développement de l'entrepreneuriat universitaire en Algérie.

Les principaux éléments qui les poussent à entreprendre, à savoir les aspects psychologiques, sociaux et économiques notamment (l'étude de marché) sont rarement pris en considération par l'immense majorité des étudiants futurs entrepreneurs et particulièrement ceux qui par manque de moyens financiers se rabattent sur les dispositifs mis en œuvre par l'état Algérien : ANADE, CNAC, ANGEM etc.....

Ce polycopié se propose de mettre l'accent sur les concepts de l'entrepreneuriat et les facteurs qui influencent l'acte d'entreprendre particulièrement en phase de création.

Il s'adresse de façon générale à tous ceux qui ont besoin de s'initier rapidement aux notions et principes de l'entrepreneuriat et plus spécialement aux étudiants MASTER 1 et MASTER 2 spécialité entrepreneuriat ainsi que les différentes spécialités qui comportent l'enseignement du module d'entrepreneuriat Master1 et Master2 en entrepreneuriat, aux écoles de commerce cycles universitaires de gestion et aux futurs promoteurs à travers le dispositif ANADE, CNAC, ANGEM etc.....

L'auteur Dr .Boudia Mohamed Fouzi, diplômé de l'université Abou Bakr Belkaid Tlemcen.

## *Références Bibliographiques*

## ***Références Bibliographiques***

### **A**

Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 2-63.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Al-Jubari, I., Hassan, A., & Hashim, J. (2017). The role of autonomy as a predictor of entrepreneurial intention among university students in Yemen. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(3), 325-340. p326

Allaoua, S. (2018). Evaluation de l'enseignement de l'entrepreneuriat et sa contribution au développement de l'intention entrepreneuriale des étudiants «cas d'université d'Oran2». *Revue les cahiers du poindex*. 68-87. p71

Allemand. S. (2005), *Les nouveaux utopistes de l'économie*, Editions Autrement, Paris.

André T, (2014) « Liberté d'entreprendre et industrialisation selon Jean-Baptiste Say », *Innovations*, /3 n° 45.

Audet Josée, Riverin, Nathaly Tremblay Maripier (2005) « L'influence de la culture d'un pays sur la propension Entrepreneuriale de ses citoyens: Le cas du Canada » *Cahier de recherche* no 12, pp .1-16.

### **B**

Bandura, A., « Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change », *Psychological Review*, vol. 84, n° 2,

Bares, Franck & Jacquot, Thierry. (2009). «La dynamique entrepreneuriale en phase projet : contribution à travers l'analyse d'une équipe de jeunes diplômés » *Revue de l'entrepreneuriat* vol 8, n 1 ,pp.55-76.

Barreiro, Edouard & Ravix Joël-Thomas, (2008). « Innovation, connaissance et organisation de l'industrie : le paradoxe de l'entrepreneur », *Innovations*, 1 n° 27, pp.69-85.

Boissin J.P et Chollet.B Emin .S. (2009). « Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique», *M@n@gement*, /1 Vol.12, p p.28-.51.

Bomstein D., (2005), *Comment changer le monde. Les entrepreneurs sociaux et le pouvoir*, La découverte.

Boukard, H & Julien, P. (2009). « Impact des facteurs socioculturels sur la croissance des petites entreprises : une recension de la littérature ». Colloque international La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé 11<sup>ème</sup> journée scientifique entrepreneuriat inrpme – auf – airepme 27 au 29 mai.

Boutillier, S., (2010), *Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ?* *Marchés et Organisations*, 11, N° spécial : Economie sociale et solidaire. *Nouvelles trajectoires d'innovations*, 107-125.

Boutillier, Sophie- Sophie-Dokou, Gérard A. kokou, (2006), «l'accompagnement familial à la création de PME : un mode construction des compétences entrepreneuriales», *marché et organisations*, /2, n°2, pp.3-21.

Braun, P & pironin, H. (2008)., *La bible du créateur d'entreprise : Guide pratique et complet de la création d'entreprise*, chiron éditeur.

Brouillard Francis (2005), mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations université du québec à chicoutimi « facteurs de motivation à démarrer une entreprise » enabitibi-témiscamingu.

## C

Cantillon Richard (vers 1680-1735), cité par Catherine Léger –J (2013),

Capo-Chihi, C., Gamelin.C., Helyett, T., & Lartigue, M. (2012-2013) « Comment Créer votre entreprise : les démarches administratives ; définir et mettre en œuvre son projet ; toutes les aides existantes » *StudyramaPro*.

Caroline et al.-V, (2014) « Accompagnement des entrepreneurs : la carte et les territoires », *Entreprendre & Innover*, n° 21-22.

Carrier- C, (2009) « L'enseignement de l'entrepreneuriat : au-delà des cours magistraux, des études de cas et du plan d'affaires », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 8.

Catherine L-J, (2004), *réaliser l'étude de marché de son propre projet*, DUNOD – Paris – 2004 2<sup>ème</sup> ED

Chambard,-O (2013), « La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création lexicale », *Mots. Les langages du politique* [Online]. n 102 | p.106.

Christian C, Kristen C (2014) « Le modèle entrepreneurial familial durable : Comment devenir hénokienne ? » *Revue de l'Entrepreneuriat/3* Vol. 13.

Colot-O, Comblé-k et Ladhari-J, (2007), « influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat ».centre de recherche workingpaper, n° 3.

Companysy.S. et J.S. McMullen (2007), « Strategic entrepreneurship at work: The nature, discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities », *Small Business Economics*, vol. 28, n° 4, pp. 301-322.

## **D**

David- V, (2006) « Attitude et comportement dans le rapport cause-effet : quand l'attitude détermine l'acte et quand l'acte détermine l'attitude », *Linx* [En ligne], 54 | 2006, mis en ligne le 01 août 2007, consulté le 14 octobre 2012. URL : <http://linx.revues.org/507> ; DOI : 10.4000/linx.50.

Denglos,-G (2007) « Risque et création de valeur : faut-il revoir l'hypothèse d'une relation positive ? », *La Revue des Sciences de Gestion* /4 (n°226-227),

De Noble A.F., Jung D., Ehrlich S.B., « Entrepreneurial self-efficacy :the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1999.

De Woot, Philippe. (2005), *L'entrepreneur : Reflets et perspectives de la vie économique*, Tome 1, XLIV. Pp.93-105.

Dominique Jacques-J, Florent -S (2004), « l'entrepreneur, sa femme et leurs enfants : de la recherche de l'indépendance à son dénigrement», cahiers du genre, n°37.

Dominique-S, (2006) « Quelles stratégies pour améliorer l'accompagnement du créateur d'entreprise ? », La Revue des Sciences de Gestion, \$ n°219.

## **E**

Emile-Michel -H (2005), « Le coaching au service de l'organisation entreprenante », L'Expansion Management Review, N° 116.

Emin S (2001), « la création d'entreprise en contexte universitaire : les facteurs de l'engagement » l'Association Internationale de Management Stratégique 13-14-15 juin 2001. Faculté des Sciences de l'administration. Université Laval. Québec.

Emmanuelle -L « l'acquisition des compétences entrepreneuriales en cas comme moyen d'améliorer l'employabilité » dumas-00765240.version1-17.

## **F**

Fabienne -M (2008) « La relation attitude-comportement: un état des lieux » , Laboratoire de psychologie. E.A.3188 Université de Franche- Comté UFR des Sciences du Langage, de l'Homme et de la Société Éthique et économique/Ethics and Economics, 6 (1).

Facchini, François. (2007). «l'entrepreneur comme un homme prudent ».La revue des sciences de gestion, n°226-227. pp.29-38.

Fayolle, A. (2012). , *entrepreneuriat* , 2 e édition, Dunod, Paris .

Fayolle A et al, 2008 « Une nouvelle approche du risque en création d'entreprise »,Revue française de gestion, n° 185.

Fayolle- A et Gailly- B, (2009) « Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre », *M@n@gement*, Vol. 12.

Fayolle, A. & Gailly, Benoît (2009) « Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre », *Management*, /3, Vol.12, pp.176-203.

Fayolle, Alain. (2004), *Entrepreneuriat, Apprendre à Entreprendre*, Dunod, Paris.

Fayolle A, Messeghem K, (2011) « La recherche en entrepreneuriat entre 2008 et 2009 », *Revue de l'Entrepreneuriat* /1 (Vol. 10).

Fayolle, Alain, Messeghem, K (2011), « La recherche en entrepreneuriat entre 2008 et 2009 », *Revue de l'Entrepreneuriat* /1 (Vol. 10), p. 53-72.

Ferrier, Olivier (2002) *les très petites entreprises* édition Management alptis de Boec

François Pichault F (2012), « Editorial », *@GRH*, / n° 4.

Frank -Jet Laurent-T (2012), « Quelles spécificités pour l'étude du changement entrepreneurial ? », *rimhe : Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise*, 2012 /3 n°3.

## **G**

Gasse. Y, (2002 )pour e-theque « *Création et gestion d'une nouvelle entreprise : le projet d'entreprise* » Editeur: e-theque SBN: **978-2-7496-0021-5**  
**p .5.**

Gasse. Y, (2011). « Un modèle de la démarche entrepreneuriale : le cas de l'Université Laval », *Entreprendre & Innover*, /3 n° (11-12), pp.19-32.

Gergen et alii, (1992), repris par Azzedine-T (2006), « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *La Revue des Sciences de Gestion*, n°219.

Gilles, Séraphin, (2014), « Introduction » Famille et corps : identifié et transmission, Recherches familiales, /1, n°11, pp.3-8.

Gjerding Allan N. et al, (2006) « L'université entrepreneuriale : vingt pratiques distinctives », Politiques et gestion de l'enseignement supérieur n° 18.

Grazzini Frédérique, Boissin Jean-pierre, Jean-Luc Arrègle. (2013), « Analyse des modèles mentaux développés par les dirigeants français en matière d'acquisition ou de reprise de PME », AIMS | M@n@gement, Vol. 16, pp49-87

GudrunCurri, (2008) « Des cours sur la création d'entreprises dans certaines universités allemandes : un pas de plus sur la voie de la réforme », Politiques et gestion de l'enseignement supérieur/3 (n° 20)

Guyot, J-L &Lohest, O. (2008). «L'Avériens Au Risque : Une barrière à l'entrepreneuriat en wallonie ? ». N° 0801, p.23.

G. W. Allport repris par BOUDON, « ATTITUDE », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 29 avril 2015. URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/attitude/>

## **H**

Hernandez, Émile-Michel. (2008). « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle ». *Revue française de gestion*, n° 185.pP .89-105.

Hernandez, Émile-Michel &Marchesnay, Michel. (2008). « Entrepreneuriat, d'une action sans savoir... à un savoir actionnable », *Revue française de gestion*, n° 185. pp.83-87

## **I**

Ireland r.D. et J.W. w ebb (2007), « A cross-disciplinary exploration of entrepreneurial research », *Journal of Management*, vol. 38, n° 3, pp. 301-322.

## **J**

Jacques-Philippe –L, Vicent –Y , (1997) *la psychologie sociale* nouvelle édition, revue et augmentée pierre madaga éditeur D.2005-0024-23 I.S.B.N 2-87009-663-1 p.103.

Jean -Louis-P et Jean- R(2011), « Réorienter la recherche en finance entrepreneuriale »,Gestion 2000, /4 Volume 28,

Jean Luc- G – Olivier- L (2008) « l'aversion au risque : une barrière à l'entrepreneuriat en wallonie ? », N° 0801.

Jean-pierre -B et al,- (2007) « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise » Un état des lieux,Revue française de gestion, n° 180.

Jean-pierre-B et al (2009), « Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test Empirique»,M@n@gement, 2009 /1 Vol. 12.

Johannisson, 1984 B. Johannisson A cultural perspective on small business – local business climate International Small Business Journal, 2 (4) pp. 32-43  
Johannisson B. (2002a), Entrepreneurship as a collective phenomenon, Working Paper, Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship (SIRE), Växjö University, Sweden

Josée-A, Nathaly- R, Maripier-T (2005), « L'influence de la culture d'un pays sur la propension Entrepreneuriale de ses citoyens: Le cas du Canada » Cahier de recherche n° 12.

José M. Menudo ,(2014) « les compétences entrepreneuriales pour l'industrialisation »Innovations/3 (n° 45)

## **K**

Khoshmaram, M., Shiri, N., Shinnar, R. S., &Savari, M. (2020). Environmental support and entrepreneurial behavior among Iranian farmers: The mediating roles of social and human capital. *Journal of Small Business Management*, 1-25.P2

Krueger, N. F., &Carsrud, A. I.(1993).Entrepreneurial intention : applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-33

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. I. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15 (5/6), 411-432

## L

Laoukili –A (2015) « Éditorial. Risques et paradoxes des RPS », *Connexions* /1 (n° 103) .

Le Duff-L et Novelli-H (2011), *Entreprendre et réussir*, créateur –auto entrepreneur- franchise éditions GLD.

Léger-Jarniou, Catherine. (2004) , *Réalisez l'étude de marché de son projet d'entreprise*, 2<sup>e</sup> édition , Dunod, Paris.

Léger-Jarniou, Catherine (2008). « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes » Théorie(s) et pratique(s), *Revue française de gestion*, n° 185, pp.161-174.

Léger-jarniou , Catherine ( 2012), *étude de marché : comment la réussir pour construire son business modèle* édition Exclu du Prêt Dunod .

Léger–Jarniou, Catherine, 2013 «Le grand livre de l'entrepreneuriat » Dunod Paris ISBN 978-2-10-059005.

Le Guern.P,Cairou.G(2012), « *Créer son entreprise* » les clés de la réussite par les entrepreneurs édition Jacob-Duvernet p .12

Le Loarne Séverine -L (2014), « Introuvable diversité entrepreneuriale... », *Entreprendre & Innover*, 2014 /1 n° 20,

Lengo -R -M et Makino –J(2013), « La motivation des jeunes pour la formation théologique : cas des étudiants externes de la faculté de théologie protestante de Brazzaville », *Revue Congolaise de Gestion*, Numéro 18.

Lionel-P(2002), «le risque comme adjuvant, l'exemple des raves parties», *Sociétés*, /3, no 77.

Longuet Stéphane, 2011 « L'entrepreneur et la coordination. Les limites paradoxales des approches autrichiennes », *Revue Française de Socio-Économie*, n° 7, p.p.,103-121.

Lotfi- M 2001 « le rôle de l'environnement socioculturel dans la création d'entreprise » ISG de gabès Tunisie p 120

Louis Jacques Filion.(1997) . « Le champ de l'entrepreneuriat : histoire évolution, tendance ». Revue international PME ,VOL .10 n2 , p.129.

## **M**

Marchesnay.M. (1998) “confiances et logiques entrepreneuriales », Economies et Sociétés,Série.SG .vol.8-9, p99-117.

Marchesnay, M. (2008). « L'entrepreneur : une histoire française », Revue française de gestion, n° 188-189,pp. 77 - 95.

Marchesna- M (2014), « Repenser l'entrepreneur : de l'esprit d'entreprise à l'esprit de métier » (n° 44).

Messeghem, K. (2006), « L'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), 25- 27 octobre, Fribourg.

Messeghem- Ket Verstraete –T, (2009), « La recherche en entrepreneuriat : état des thèses soutenues entre 2004 et 2007 », Revue de l'Entrepreneuriat, 1 Vol. 8, pp.91-105.

Mezhoudilotfi 2001 « le rôle de l'environnement socioculturel dans la création d'entreprise » ISG de gabès Tunisie, p. 120.

Michel- C, (2007), « Prévention et action sociale », VST - Vie sociale et traitements/2 (n° 94).

Mintzberg H., (2001), Structure et dynamique des organisations, Les éditions d'Organisation

## **N**

Nathalie -Pet Emmanuelle – B, (2012), « Réforme circulaire et construction de savoirs issus de psychologie. Ressources et obstacles dans la chaîne transpositive » *Éducation et didactique* n°1, vol.6.

Nyock, A- C ,IlougaNyock, S. &.Hikkerova, L. (2013). « Intention entrepreneuriale et projet professionnel », *Gestion*, /4 Vol. 30, pp.47-65.

## O

Olivier Colot, Karim Comblé, et JihedLadhari , (2007), « influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat » centre de recherche . workingpaper, n° 3 pp. 1- 20.

## P

Panissal N et Brossais E (2012) « Réforme circulaire et construction de savoirs issus de psychologie .Ressources et obstacles dans la chaîne transpositive » *Éducation et didactique* n°1, vol.6, pp.69-84.

Pape Madické –D (2012), Thèse pour obtenir le grade de Docteur du Conservatoire National des Arts et Métiers « La motivation entrepreneuriale dans le contexte subsaharien francophone » Laboratoire interdisciplinaire de recherche en sciences de l'actionEA 4603 ED "Abbé Grégoire".

Papin Robert (2007), *Stratégie pour la création d'entreprise création, reprise développement* 12<sup>e</sup> édition Dunod ,Papin-Robert, (2009) *stratégie pour la création d'entreprise* nouvelle édition international création développement Dunod, paris

Pesqueux- Y. (2014). « Entrepreneur, entrepreneuriat (et entreprise) : de quoi s'agit-il ? » HAL Id: hal-01068587<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01068587>Submitted on 26 Sep 2014.

Pesqueux Yvon, (2011). « Pour une épistémologie du risque ». Management & Avenir, n°43, pp .461, 464.

Pourteau, Lionel. (2002), « le risque comme adjuvant, l'exemple des raves parties», Sociétés, n° 77, pp. 69-81.

## **R**

RinneRisto et Koivula Jenni ,2005 « La place nouvelle de l'université et le choc des valeurs » L'université entrepreneuriale dans la société européenne du savoir : aperçu sur les publications, Politiques et gestion de l'enseignement supérieur, no 17.

Ronteau, Sébastien., Lesage, Xavier &Hmimda, Nassef. (2012). « Changement entrepreneurial et pouvoir agentiel de l'entrepreneur », RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise, /3 n°3, , pp.42-56

## **S**

Séraphin-G (2014), « Introduction » Famille et corps : identifié et transmission, Recherches familiales, /1, n°11, pp.3-8.

Servane- D et Franck- B (2011), « Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français » Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 24, n° 1,

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimension of entrepreneurship. in c. a. kent, d. l. sexton & k. h. vesper (eds.), encyclopedia of entrepreneurship, (pp. 72-90). englewood cliffs, nj:prentice H.

Smity .N (1967), the entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company. ,Estlansing., Michigan state university.

Surlemont –bernard (2011) « former pour entreprendre ? « Réflexions sur l'approche pédagogique en matière d'entrepreneuriat <https://apprendre.auf.org> » [Bernard SURLEMONT](#)

## **T**

Taouab, Omar. (2014). « Essai Empirique Sur Les Déterminants de L'acte Entrepreneurial Dans Lesecteur Textile Marocain » European Scientific Journal March édition, vol.10, N° 7, pp. 414-424.

Tessier Christe -D(2014), « Les paradoxes de l'entrepreneuriat de nécessité : Strapontin ou tremplin ? », *Entreprendre & Innover*, n° 20

Thierry Levy-T, Robert- P (2008), « Quelques réflexions succinctes sur l'enseignement de l'entrepreneuriat », *Marché et organisations*, N° 6.

Thomas et Znaniecki (1919), repris par Panissal-N et Brossais, (2012), « Réforme circulaire et construction de savoirs issus de psychologie .Ressources et obstacles dans la chaîne transpositive » *Éducation et didactique* n°1, vol.6.

Tounés, A. (2003). L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+ 5) et des étudiants en DESS CAAE (Doctoral dissertation, Rouen).p27

TounésA , (2006), « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *La Revue des Sciences de Gestion*, /3 n°219, p. 57-65.

Tounes-A, Alain-F, (2006), « L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur », *La Revue des Sciences de Gestion* /4 (n°220-221), p. 17-30.-

## V

Verin, H. (1982), *Entrepreneurs, entreprises : histoire d'une idée*, PUF, Paris

Verstraete et Fayolle (2005 )Paradigmes et entrepreneuriat *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol 4, n°1, 2005 pp 33-52.

Verzat –Caroline ,2011 « « Esprit d'entreprendre, es-tu là ? » Mais de quoi parle-t-on ? », *Entreprendre& Innover*, /3 n° 11-1 pp.7-18.

Verzat, C &Surlémont, B. (2011). « Éditorial. L'enseignement de l'entrepreneuriat : la boîte de Pandore ! », *Entreprendre & Innover*, /3 n° 11-12, pp.5-6.

voynetf.fr/wp-content/uploads/2013/06/**attitude**eetemotions.pdf Catherine - V-F(2010) les attitudes.

## **X**

Xavier-H (2006),« La notion de risque dans une approche éthique de la finance. Conditions et implications », Finance & Bien Commun, /1 n° 24

Xuan, H., Trung, T., Ngoc, H., Phuong, L., Cong, D., & Quynh, T. (2020). The effect of educational background on entrepreneurial intention. *Management Science Letters*, 10(1), 91-102. P92

Mémoire de Thèse.

Mémoire de Thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en sciences de gestion présenté par : Mr. Boudia Mohammed Fouzi sur l'intention de création de la micro-entreprise des étudiants à travers le dispositif ANSEJ Année universitaire 2015/2016 Faculté des Sciences Economiques de Gestion et Sciences Commerciales Tlemcen

Mémoire de Brouillard Francis (2005), mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations université du québec à chicoutimi facteurs de motivation à démarrer une entreprise abitibi-témiscamingue

### **Document ANADE.**

### **Les sites Internet**

A. P. C .E (2005) (Agence pour la création d'entreprise) [WWW.APCE.COM](http://WWW.APCE.COM)

<https://anade.dz>

[www.anade.dz](http://www.anade.dz)

# *Annexes*

## Annexe 1.

Présentation de L'ANADE  
EX ANSEJ  
Missions ,Objectifs,  
Conditions..



# Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ANSEJ

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes, par abréviation ANSEJ, créée en 1996, est un organisme à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministre chargé de l'emploi.

L'ANSEJ est créée pour accompagner les porteurs de projets pour la création et l'extension de micro-entreprises de production de biens et de services, elle est fondée sur une approche économique, de création de richesse et d'emploi. L'agence dispose d'un réseau de 51 antennes implantées dans toutes les wilayas du pays ainsi que d'annexes situées dans certaines localités.

## Missions de l'ANSEJ :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs à la création d'activités.
- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités.
- Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banques, impôts, cnas et casnos...).
- Développer un partenariat intersectoriel pour l'identification des opportunités d'investissement.
- Assurer une formation en relation avec l'entreprise au profit des jeunes promoteurs.
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures pour la promotion de la création et l'extension d'activités.

## Objectifs principaux

- Favoriser la création d'activités de biens et de services par les jeunes promoteurs.
- Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

## Conditions d'éligibilité :

- Etre âgé (s) de 19 à 35 ans. Dans des cas exceptionnels, lorsque l'investissement génère au moins trois (3) emplois permanents (y compris les jeunes promoteurs associés dans l'entreprise) l'âge limite du gérant de l'entreprise créée pourra être porté à quarante (40) ans.
- Etre titulaire d'un diplôme, d'une qualification professionnelle et/ou posséder un savoir-faire reconnu ;
- Mobiliser un apport personnel sous forme de fonds propres qui varie selon le type de financement et le niveau de l'investissement.
- Ne pas occuper un emploi rémunéré au moment de l'introduction du formulaire d'inscription pour bénéficier de l'aide.
- Etre inscrit auprès des services de l'agence nationale de l'emploi comme chômeur demandeur d'emploi.
- Ne pas être inscrit au niveau d'un centre de formation, institut ou université au moment de l'introduction de la demande d'aide, sauf s'il s'agit d'un perfectionnement dans son activité.
- Ne pas avoir bénéficié d'une mesure d'aide au titre de la création d'activité.

## Montant maximum de l'investissement :

Le montant maximum de l'investissement est de dix millions (10.000.000) de dinars, pour chacune des phases : création ou extension.

Les prêts non rémunérés supplémentaires sont octroyés en sus du montant de l'investissement.

## Inscription :

L'inscription des promoteurs au niveau de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ANSEJ, se fait exclusivement sur la base d'un imprimé appelé « formulaire d'inscription » à télécharger du site « [www.ansej.org.dz](http://www.ansej.org.dz) », ou avec l'inscription online sur le site « [promoteur.ansej.org.dz](http://promoteur.ansej.org.dz) ».



# Annexe2

## Les modes de Financement

## LES MODES DE FINANCEMENT

### Le dispositif ANSEJ prévoit trois modes de financement

- Le financement triangulaire.
- Le financement mixte.
- L'autofinancement.

### Création de micro-entreprises dans le cadre du financement TRIANGULAIRE

#### Le montage financier

Le financement triangulaire est constitué comme suit.

- 1 - Apport personnel du jeune promoteur ;
- 2 - Prêt non rémunéré de l'ANSEJ (PNR) ;
- 3 - Crédit bancaire bonifié à 100% pour tous les secteurs d'activités, et garanti par le Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs.

#### La structure du financement triangulaire

##### Niveau 1

Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré ( ANSEJ )	Apport personnel	Crédit bancaire
Jusqu'à 5.000.000DA	29%	01 %	70 %

##### Niveau 2

De 5.000.001 DA à 10.000.000 DA      28%      02 %      70 %

### Création de microentreprise dans le cadre du financement MIXTE

#### Le montage financier

Le financement mixte est constitué comme suit :

- 1 - Apport personnel du jeune promoteur
- 2 - Prêt non rémunéré de l'ANSEJ (PNR)

#### Structure du financement mixte

##### Niveau 1

Jusqu'à 5.000.000DA      29%      71 %

##### Niveau 2

De 5.000.001 DA à 10.000.000 DA      28 %      72 %

### Création de microentreprise en type de l'AUTOFINANCEMENT

Jusqu'à 10.000.000 DA      100 %



# Annexe 3

## Phase d'Extension

## Phase Extension des capacités de production

L'extension des capacités de production concerne les entreprises ayant déjà été financées, et après l'expiration de la période d'exonération souhaiteraient étendre leurs activités, par l'acquisition de nouveaux équipements pour faire face à une demande supplémentaire des produits ou services réalisés par la micro-entreprise, ou également d'acquérir des équipements qui peuvent améliorer la qualité de ses prestations, pour répondre aux exigences du marché.

Les conditions d'accès à l'extension sont :

- Avoir dépassé la période des avantages fiscaux liés à la phase création ;
- Le remboursement de 70% du crédit bancaire et 50 % du prêt non rémunéré (PNR) ANSEJ dans le cadre du financement triangulaire ;
- Le remboursement de 100% du prêt non rémunéré (PNR) ANSEJ, dans le cadre du financement mixte ;
- Le remboursement intégral du crédit bancaire et prêt non rémunéré (PNR) ANSEJ en cas de changement de banque ou de mode de financement du triangulaire vers le mixte ou l'autofinancement ;
- Etre à jour de ses remboursements du crédit bancaire et du prêt non rémunéré (PNR) ANSEJ ; pour les cas où le remboursement a déjà dépassé les pourcentages exigés ci-dessus ;
- Présenter les trois derniers bilans annuels avec des résultats positifs. (les bilans négatifs liés à un investissement supplémentaire sont recevables) ;
- Disposer de la totalité des équipements essentiels à l'activité initialement acquis.

Le promoteur financé en mode mixte ou triangulaire peut opter pour une extension en mode auto-financement.

- \* L'extension obéit aux mêmes règles que la création ;
- \* Les avantages sont les mêmes que ceux octroyés lors de la phase de création ;
- \* Les avantages fiscaux accordés dans cette phase concernent uniquement les nouveaux investissements de la phase extension. Le prorata est déterminé par rapport au total des apports.

NB : Le montant maximum de l'investissement est de dix millions (10.000.000) de dinars algériens ;

Le prêt accordé par l'ANSEJ est un prêt non rémunéré ;

Le crédit accordé par la banque est un crédit bonifié à 100% ;

Le promoteur peut opter dans cette étape à un des modes de financement (triangulaire, mixte ou autofinancement)

NB : L'accompagnement de l'ANSEJ ainsi que les aides et avantages que vous accorde le dispositif contribuent au succès de votre projet. En contrepartie, vous devez fournir les efforts nécessaires pour améliorer vos capacités d'entrepreneur.



# Annexe 4

## Parcours de création



## Parcours de création de la micro-entreprise

### Sensibilisation et information

La participation du jeune aux diverses manifestations organisées périodiquement par l'agence, soit par l'accès au site internet ou bien par son rapprochement au niveau des antennes et annexes de l'agence qui couvrent tout le territoire national, lui permet d'être informé sur les opportunités d'investissement et les avantages accordés par le dispositif.

### Formulation de l'idée du projet

L'idée du projet doit être le résultat d'une étude et d'une recherche efficace sur les opportunités d'investissement et en cohérence avec les qualifications du jeune futur promoteur (diplômante / qualifiante) et ses capacités pour sa réalisation.

### Inscription via le portail

Une fois le choix du projet et des équipements à acquérir sont faits, le jeune peut accéder au site internet de l'agence pour initier le processus d'inscription électronique, en insérant toutes les données relatives à sa personne, ses associés le cas échéant, et sa micro-entreprise.

### Etude du projet et plan d'affaires

Après l'achèvement de la phase d'enregistrement, l'étude du projet et l'élaboration du plan d'affaire débiteront en profondeur, avec l'appui du cadre chargé d'accompagner, en recueillant toutes les informations nécessaires concernant:

- Les équipements à acquérir.
- L'implantation du projet, notamment l'environnement de la future micro-entreprise.
- L'étude de marché.
- Les choix techniques.
- La ressource humaine.
- L'étude financière.

### Présentation du projet au Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets (CSVF):

A cette étape le jeune promoteur doit présenter son projet au niveau du CSVF pour étude et prise de décision par une validation, ajournement ou un rejet.

- **Cas de validation:** dépôt du dossier administratif et financier;
- **Cas d'ajournement :** levée des réserves émises par le comité et représenter le projet au comité. ;
- **Cas de rejet :** possibilité de présenter un recours dans un délai de quinze(15) jours après notification de la décision de rejet du comité.

### Accord bancaire et création juridique de la micro-entreprise

- Le dossier est déposé au niveau de la banque (financement triangulaire) par le représentant de l'ANSEJ pour l'obtention de l'accord bancaire.
- Dès notification de l'accord bancaire, le promoteur est tenu de procéder à la création juridique de sa micro-entreprise.

### Formation du promoteur

Avant le financement du projet, le promoteur doit obligatoirement suivre une formation sur les techniques de gestion de sa micro-entreprise ; cette formation est assurée, en interne, par les formateurs de l'ANSEJ.

### Financement du projet

Après la création juridique de la micro-entreprise, et la finalisation des procédures liées à la phase réalisation, l'ANSEJ procède au financement du projet.

### La réalisation du projet et l'entrée en exploitation

Après le financement du projet et la finalisation des procédures concernant cette étape, il y a lieu d'acquérir et d'installer les équipements pour le démarrage de l'activité.

**Ce que vous attendez depuis longtemps est arrivé : vous êtes chefs d'entreprise**

# Annexe 5

## **Le processus de création à travers l'ANADE**

1-Idée du projet

2-Accueil et orientation

3- Inscription

4-Etude du projet et plan d'affaires

5-Présentation du projet au Comité de Sélection, de Validation et de  
Financement des projets (CSVF) <sup>1</sup>

6-Etablissement et remise de l'attestation d'éligibilité ou de conformité

7-Accord bancaire

8- Création juridique de la micro-entreprise

9-Formation du promoteur

10-Financement du projet

11- Réalisation du projet

12- Entrée en exploitation de l'activité<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets (CSVF)

<sup>2</sup> <https://anade.d>

Modalité de remboursement des crédits

Au titre du financement triangulaire : 18 mois de différé, 5 ans pour le crédit bancaire, 5 pour le prêt non rémunéré (PNR) de l'ANADE

---

## Annexe 6

**(Programme de la Formation (« Créez votre entreprise »))**

## Programme De La Formation Cree « Créer votre entreprise »

<b>HO RAI RE</b>					
		<b>PPJ</b>	<b>PPJ</b>	<b>PPJ</b>	<b>PPJ</b>
<b>10H 00</b>	-Cérémonie d'ouverture - Plan d'affaire (Les étapes d'élaboration)	<b>-2-</b> Préparation du plan de marketing. -2.1- Etude de marché	Préparation du plan de marketing. - 2.2-les 04 (p) du plan Marketing.	<b>-3-</b> L'estimation des ventes.	<b>-5-</b> L'identification du besoin de personnel.
<b>12H 45</b>	<b><u>PAUSE</u></b>				
<b>13H 30</b>	<b>-1-</b> Décrivez votre idée d'entreprise - Séquence vidéo.	- Etude de marché (suite)	-2.2- les 04 (p) du plan Marketing (suite) - Séquence vidéo. -Jeu de pomme.	<b>-4-</b> Planification de la production et des achats. -Jeu d'entreprise module(2).	<b>-6-</b> L'identification des investissements. - Séquence vidéo.
<b>15H 30 16H 00</b>	Evaluation quotidienne	Evaluation quotidienne	Evaluation quotidienne	Evaluation quotidienne	Evaluation quotidienne

