

Université Abderrahmane Mira Bejaia

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des sciences de gestion



جامعة بجاية  
Tasdawit n'Bgayet  
Université de Béjaïa

## Mémoire de fin de cycle

Pour l'obtention du diplôme de Master

Filière : Sciences de gestion

Option : Entreprenariat

### Thème

*L'intention entrepreneuriale :  
De l'intention à la réalisation d'un projet*

Réalisé par :

NACHI Arezki  
BOUDERSA Anis

diriger par :

Mme Mekhmoukh

Année universitaire 2019/2020

## SOMMAIRE

<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Chapitre I : L'intention entrepreneuriale : concepts et définitions</b> .....	3
Section 1 : généralités sur l'intention entrepreneuriale. ....	4
Section 2 : Les déterminants de l'intention entrepreneuriale et parcours de la modélisation du processus entrepreneurial.....	13
<b>Chapitre II : La création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat</b> .....	25
Section 1 : Généralités sur le processus de création d'entreprises.....	26
Section 2 : Les étapes pour la planification d'un projet.....	34
<b>Conclusion générale</b> .....	40
<b>Bibliographie</b>	

## Remerciements

*On tien d'abord et avant tout remercier ALLAH pour le courage, la volonté  
et la patience qui m'a été utile pour réaliser ce modeste travail,*

*On tient à remercier mon promoteur Mme.Mekhmoukh, Sous sa direction, j'ai  
eu le plaisir de travailler grâce à ses conseils et ses critiques.*

*On tien à exprimer ma profonde gratitude à Mr Nabet Nacer qui a contribué à  
la réalisation de ce travail.*

*Mes remerciements s'adressent aussi aux membres du jury pour  
l'honneur et le plaisir qu'ils m'ont accordé en acceptant de lire et  
de juger ce travail.*

*Egalement, je remercie tout le corps des enseignants et le personnel  
administratif de la Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des  
Sciences de Gestion de l'Université de Bejaia.*

*Enfin, je remercie tous ceux qui ont de près ou de loin contribué à  
l'accomplissement de ce mémoire.*

## *Dédicace*

Du profond de mon cœur, je dédie ce travail à tous ceux qui me sont chers.

### *A MES CHERS PARENTS*

Aucune dédicace ne saurait exprimer mon respect, mon amour éternel et ma considération pour les sacrifices que vous avez consenti pour mon instruction et mon bien être.

Je vous remercie pour tout le soutien et l'amour que vous me portez depuis mon enfance et j'espère que votre bénédiction m'accompagne toujours.

Que ce modeste travail soit exaucement de vos vœux tant formules, le fruit de vos innombrables sacrifices. Puisse Allah, le Très haut, vous accorder santé, bonheur et longue vie.

### *A MA CHERE SŒUR*

Je dédie ce travail dont le grand plaisir lui revient pour son aide et encouragement.

### *A MES CHERS AMIS DE TOUJOURS*

Slimane ,Merouane,Sami,Samy ,Anis,Coco,Tarek,Zack,Arezki,Moh,Idir,Yacin,Madjid,Arslan,Adlen,  
Naceredine,Bakli,Brahim,Amir,Saou,Abdesslam,Amine,Abdellah

Asma,Ania,Nesrine,Serine,Tina,Sophia,Sofia,Sara,Rayen,Sarah

En souvenir de notre sincère et profonde amitié et des moments agréables que nous avons passés ensemble. Veuillez trouver dans ce travail l'expression de mon respect le plus profond et mon affection la plus sincère.

## **Dédicace**

*Du profond de mon cœur, je dédie ce travail à tous ceux qui me sont chers.*

### **A MES CHERS PARENTS**

En ce jour mémorable, pour moi ainsi que pour vous, recevez ce travail en signe de ma vive reconnaissance et ma profonde estime et mon amour pour vous. Puisse le tout puissant vous donner santé, bonheur et longue vie afin que je puisse vous combler à mon tour.

Rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour mon éducation et mon bien être. Ce travail est le fruit de vos sacrifices que vous avez consentis pour mon éducation et ma formation.

### **A MON CHER FRERE**

Je dédie ce travail dont le grand plaisir te revient pour ton aide et encouragements.

### **A LA FAMILLE**

A toute ma famille pour leur soutien tout au long de mon parcours,  
Que ce travail soit l'accomplissement de vos vœux tant allégués, et le fruit de votre soutien infailible,

Merci d'être toujours là pour moi.

### **A MES CHERS AMIS**

REDA .MEHDI .MHENNA . MOH. SLIMANE .SAMY .MEROUANE. MOH TRAORE  
MASSI BACKLI KOUSSEILA ABDELLAH MICHEL FAYCEL ADNEN DIDINE IDIR  
YACINE SAMIR SAMY BADIS. ANISS TAREK MOUNIR SAAOU RAYANE KOKI

SARAH TINA LYDIA AMEL ANIA SARAH MIZZI

Qui m'ont toujours aidé et encouragé, qui étaient toujours à mes côtés, et qui m'ont accompagné durant mon chemin d'études supérieures, mes aimables amis, collègues d'étude, et frères de cœur,

*Nachi Arezki*

# Liste des abréviations

**CSIP : Configuration Stratégique Instantanée Perçue**

**ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes**

# Liste des figures

<b>Figure (1) : Le modèle théorique des déterminants individuels et environnementaux qui influencent l'entrepreneuriat féminin.....</b>	<b>24</b>
---	-----------

# **INTRODUCTION GENERALE**

Pendant ces dernières décennies, les préoccupations des décideurs et des chercheurs, dans les pays développés aussi comme dans ceux étant en voie de développement se sont de plus en plus rapportées au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social. Si le développement est une action (inévitablement humaine) de croître et de s'épanouir, la culture y est fortement associée dans le sens où il ne peut y avoir de connaissance et de développement sans acquis, sans connaissances, voire sans éducation ni formation.

Le développement de l'esprit entrepreneurial, de la créativité et de l'innovation représente un enjeu majeur de la croissance économique surtout pour les pays en voie de développement. L'ensemble des acteurs économiques encouragent la promotion de l'entrepreneuriat vu son importance à évoluer le système économique libéral ainsi qu'à stimuler l'activité économique d'un pays.

Si un pays veut être compétitif, il doit veiller à ce qu'un grand nombre de sa population soit sensibilisé à l'esprit entrepreneurial. Ce dernier est considéré comme le facteur déterminant de la création des entreprises, des emplois, de l'augmentation de la compétitivité et de la restructuration du tissu économique ainsi que la lutte contre la pauvreté.

L'entrepreneur est un acteur indispensable dans le développement socio-économique qui contribue à l'innovation et la mise en œuvre de nouvelles stratégies, il est considéré comme un individu ayant des qualités distinctes (une personne innovatrice, créatrice et opportuniste qui aime relever des défis et prendre des risques).

L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial. Elle résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, et peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

Notre problématique de recherche s'articule autour de la question centrale suivante :  
***Quel est le processus mis en œuvre de l'intention entrepreneuriale à la création d'entreprise ?***

Pour guider notre réflexion nous retenons les hypothèses suivantes :

***H1*** : Le processus entrepreneurial et la volonté de l'individu est facteur majeur à l'accomplissement, création et l'adaptation du comportement entrepreneurial.

**H2 :** Les démarches de création et d'entrepreneuriat jouent un rôle majeur dans l'accomplissement de succès et de création d'entreprise.

Afin d'atteindre notre objectif et apporter des éléments de réponses, notre travail sera divisé en deux chapitres.

Nous allons commencer avec le premier chapitre qui portera sur l'intention entrepreneuriale, l'objectif sera de mettre en relief la manière et le contexte dans lequel a émergé le nouveau concept, présenter des notions générales et déterminants afin de se familiariser avec le concept et pour finir, déterminer sa place par rapport à l'entrepreneuriat.

Alors que le second chapitre traitera la création de l'entreprise (petite et moyenne entreprise), l'objectif sera d'expliquer et définir les étapes, caractéristiques, les types, atouts, faiblesses et enjeux que l'on rencontre lors de la création d'entreprise.

**CHAPITRE 01 :L'INTENTION**  
**ENTREPRENEURIALE : CONCEPTS**  
**ET DEFINITIONS**

## **Chapitre 01 : L'intention entrepreneuriale : concepts et définitions**

A l'issue d'une collecte de données conceptuelles réalisées sur l'intention entrepreneuriale ont cherché à expliquer l'apparition de ce phénomène. Ainsi est apparu le concept d'intention, comme un moment fort et une étape déterminante, qui précède le passage à l'acte d'entreprendre.

Ce chapitre aura pour objet de définir les notions et concept de l'intention entrepreneuriale et déterminants qui l'affectent, mais il nous a paru important de définir quelques concepts, il s'agit de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur.

### **Section 1 : Généralités sur l'intention entrepreneuriale**

Cette section nous fournit un nouvel outil d'analyse du processus de création d'entreprise. Il aborde un concept central au sein de ce processus, l'intention entrepreneuriale.

#### **1. Entrepreneuriat**

La recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat vise à comprendre le concept et à expliquer l'activité et la dynamique entrepreneuriale. Dans ce point, nous citerons quelques définitions et ses différentes formes.

##### **1.1. Définitions**

L. J. FILION, (1991) : L'entrepreneuriat peut être défini comme étant « *le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise* »<sup>1</sup>.

De même la définition de GARTNER (1993) va bien dans ce sens : « *L'entrepreneuriat est un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation* »<sup>2</sup>.

L'émergence entrepreneuriale concerne la conception de Gartner qui l'introduit dans le processus entrepreneurial. Pour lui, l'entrepreneuriat n'est rien d'autre qu'un phénomène consistant à créer et organiser de nouvelles entreprises et organisations.

---

<sup>1</sup>FILION, L.J. (1991), «Vision et relations: éléments pour un méta-modèle entrepreneurial», International Small Business Journal, vol. 9, n ° 2, janvier, p. 26-40

<sup>2</sup> GARTNER (1993, p. 238).

Pour K. MESSEGHEM et S. SAMMUT : « *L'entrepreneuriat est un processus de recherche, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités, effectué par un entrepreneur ou une équipe entrepreneuriale qui, dans le cadre d'une création, d'une reprise ou d'un développement d'activités, développe une organisation mettant en œuvre une vision stratégique, et contribuant à créer de la valeur* »<sup>3</sup>.

A. TOUNES (2003) considère l'entrepreneuriat comme : « ... *Un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. Il peut s'exprimer sous diverses formes telles que l'entrepreneuriat, l'essaimage, la franchise ou la filialisation* »<sup>4</sup>. Cette vision de TOUNES pour l'entrepreneuriat montre à son tour tout l'intérêt de l'entrepreneuriat dans l'évolution continue et perpétuelle de la société et l'économie des pays.

Selon SCHUMPETER (1928, cité par FILLION, 1997) « *L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...]. Cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons* »<sup>5</sup>.

Selon M. COSTER (2009, cité par FAYOLLE et L. FILION, 2003) écrit : « *L'entrepreneuriat correspond à la création de richesse économique et sociale à partir de l'initiative, l'imagination, la volonté d'une personne qui réussit à développer une activité à partir des ressources existantes* »<sup>6</sup>.

En se basant sur ces définitions, on peut dire que l'entrepreneuriat est le phénomène par lequel un individu découvre, évalue et exploite une opportunité d'affaires, c'est donc la création de nouvelles organisations dans le but de la création de la richesse ou de la valeur.

---

<sup>3</sup>MESSEGHEM et SAMMUT. (2011), *Entrepreneuriat*, édition, EMS, France.

<sup>4</sup>TOUNES. A (Décembre 2003p 30 ). « Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE » ; thèse pour le Doctorat en Science de Gestion ; Université de ROUEN.

<sup>5</sup>FILION, L, (1997). « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue internationale P.M.E.*, 10(2), 129–172. <https://id.erudit.org/iderudit/1009026ar>

<sup>6</sup>Coster, Michel. 2009. *Entrepreneuriat*. Paris: Pearson Education XXIV-360p.

## **1.2. Les différentes formes d'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat ne se base pas que sur la création d'entreprise (JANSSEN.F, 2016), Dans ce point, nous allons présenter les principales formes de l'entrepreneuriat

### **1.2.1 Formes entrepreneuriales**

- **Création pure d'entreprises** : Une création est dite pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise.
- **Essaimage** : Pratique par laquelle une entreprise favorise le départ de certains de ses salariés et les aide à créer leur propre entreprise.
- **Reprise d'entreprise** : Achat, donation ou héritage d'une entreprise déjà existante.
- **Développement et croissance d'une entreprise** : Nouveaux débouchés commerciaux (produits, services, procédés) ou mise en application de meilleurs moyens de répondre à la demande du moment.
- **Entrepreneuriat** : Développement de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou de développement des activités actuelles, à partir d'une entreprise existante, quelle que soit la taille de l'entreprise.

## **2.L' Entrepreneur**

L'objectif de cette partie de présenter l'acteur principal dans la création d'entreprise, ainsi les différent types d'entrepreneurs.

### **2.1. Définitions**

L'entrepreneur c'est un point étudié par plusieurs chercheurs, et dans ce qui suit nous avons essayé de voir quelque définition et les théories données.

VERSTRAETE explique, la nécessité pour comprendre l'entrepreneuriat, d'étudier, tant l'entrepreneur que l'organisation et son contexte socioéconomique (FILLION, 1997) de sa part définit l'entrepreneuriat comme étant « le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs, leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression

d'activités entrepreneuriales ». Il met l'accent sur l'agent ou l'acteur qui est l'entrepreneur et ses caractéristiques. Selon lui : « un entrepreneur c'est un individu qui a le courage de concrétiser ses rêves, d'ignorer les risques et d'utiliser son potentiel de créativité pour innover »<sup>7</sup>.

L'entrepreneur est l'acteur principal de l'acte entrepreneurial. Selon BRUYAT (1993) : « the essence of entrepreneurship is the entrepreneur ».

SCHUMPETER dans son ouvrage (théorie de l'évolution économique) : « nous appelons entrepreneur les agents économiques dont la fonction est d'exécuter de nouvelles combinaisons »<sup>8</sup>.

Pour F. JANSSEN : « L'entrepreneur est défini comme l'individu ou le groupe d'individus qui réussit (ou réussissent) à identifier dans son (leur) environnement une opportunité et qui arrive (ou arrivent) à réunir les ressources nécessaires pour l'exploiter en vue de créer de la valeur »<sup>9</sup>.

## **2.2. Typologies d'entrepreneur**

Les chercheurs ont classé les entrepreneurs en catégories afin de construire des typologies d'entrepreneurs en s'appuyant sur des logiques diverses : le profil, les objectifs, les conditions de l'innovation, les comportements de la gestion et la logique d'action. Dans cette perspective, nous essaierons de présenter à titre d'exemple une seule typologie.

- Les typologies selon VERSTRAETE : il existe trois types d'entrepreneurs :
  - L'entrepreneur habituel : c'est celui qui crée plusieurs organisations ou une organisation s'étant substantiellement développée.
  - L'entrepreneur débutant : c'est celui qui fait pour sa première expérience dans la création d'une organisation.

---

<sup>7</sup>VERSTRAETE Thierry (2012). « Entrepreneuriat : de la théorie à la pratique » nouvelle rubrique de la Revue de l'Entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat 2012/4 (Vol. 11), p. 61-65. <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2012-4- page-61.htm>

<sup>8</sup>SCHUMPETER 1991 (théorie de l'évolution économique)

<sup>9</sup>F. JANSSEN 2016 (Entreprendre une introduction à l'entrepreneuriat) 2<sup>ème</sup> édition Nb. de pages 464

- L'entrepreneur potentiel : c'est celui qui ne s'est pas engagé dans l'acte, mais qui est perçu comme en possédant les dispositions, les regards se tournent principalement vers lui pour mieux déployer les formes adéquates de son passage à l'acte.

### **2.3 Les caractéristiques de la personnalité de l'entrepreneur**

#### **❖ La passion : aimer son métier et son entreprise**

Tout entrepreneur a au fond de lui une passion pour un domaine en particulier. Des nouvelles technologies à l'agronomie, en passant par la sophrologie, ou encore les chaussures de sport. La passion peut aussi être celle de l'argent. En effet, bon nombre d'entrepreneurs sont passionnés par la simple idée d'utiliser leurs propres compétences ainsi que celles de leur entourage afin de devenir riche ! Pourquoi pas ? L'entrepreneur dispose d'une bonne connaissance de soi, c'est pourquoi il connaît sa passion et a pour seul objectif de s'y consacrer pleinement. La grande particularité de la personnalité de l'entrepreneur est qu'il souhaite vivre de sa passion.

#### **❖ La confiance en soi et la prise de risque**

Entreprendre comporte des risques financiers, et surtout des risques d'échec. L'entrepreneur à tout a fait conscience que son projet peut ne pas aboutir. Pourtant, il est optimiste car il a confiance en lui. La confiance en soi est un trait de personnalité fondamental pour un entrepreneur. En effet, elle pousse l'entrepreneur à déployer tous les moyens nécessaires à la réalisation de son projet, sans pour autant se focaliser sur l'aspect négatif représenté par le risque de perte, voir d'échec. Sans confiance en soi, une personne ne pas lancer un projet car la peur prend le dessus sur la volonté entrepreneuriale. Tout investissement correspond à une prise de risque. Or sans investir, on ne peut pas entreprendre. C'est pourquoi la prise de risque est incontournable. En prendre conscience, et se focaliser son esprit sur la seule réussite du projet, c'est avoir confiance en soi. Un jour Nicolas Sarkozy a dit : « Le pire des risques, c'est celui de ne pas en prendre ».

#### **❖ L'ambition : voir loin, voir grand**

C'est sans doute le plus important trait de personnalité de l'entrepreneur. Etre ambitieux, c'est voir loin et grand. Du fait de sa passion, et de sa confiance en soi, l'entrepreneur envisage le développement de son projet dans la durée. Les moyens dont il dispose au départ sont faibles, mais tout ce qui compte c'est la croissance de l'entreprise, le

développement de l'idée, l'amélioration d'un concept, voir l'émergence de nouveaux concepts. A l'opposé, une personne qui ne se concentre que sur le présent et ne pense pas aux potentialités de développement de son idée n'est ne peut pas être un entrepreneur. Etre ambitieux, c'est donc avoir le comportement d'un entrepreneur, même si on ne l'est pas officiellement.

❖ **La détermination et la persévérance** : se relever après un échec

Une personne qui souhaite tellement que son rêve se réalise ne se laisse pas intimider par les obstacles qui se dressent face à elle. L'entrepreneur est passionné, il aime ce qu'il fait, c'est pourquoi il continuera toujours à exercer sa passion malgré vents et marais. La difficulté, ainsi que les obstacles humains ou financiers sont omniprésents dans le monde de l'entrepreneuriat. Nombreux sont les entrepreneurs qui ont échoué, mais qui se sont relancé dans l'entrepreneuriat du fait de leur persévérance. Faire faillite, ne veut pas forcément dire qu'on est mauvais. Tout échec est une victoire, lorsqu'on en retient une leçon. Confucius disait « la plus grande gloire n'est pas de ne jamais tomber, mais de se relever à chaque chute ».

❖ **Le goût du challenge** : apprendre à s'imposer face à la concurrence

L'entrepreneur aime les challenges. Le challenge est un moteur qui le pousse à avancer toujours plus vite, à faire toujours mieux que ses concurrents. Se lancer dans le monde de l'entrepreneuriat suppose que vous serez en compétition avec de multiples concurrents qui eux aussi veulent réussir, gagner de l'argent, se différencier. Autant alors apprécier la compétition c'est à prendre du plaisir à faire toujours mieux que son concurrent si vous voulez devenir entrepreneur car sachez qu'elle sera toujours présente. Le challenge vous mettra toujours au défi, et c'est en relevant des défis que vous enrichirez votre expérience entrepreneuriale.

❖ **Le leadership** : motiver ses salariés pour qu'ils atteignent un objectif

Il est indispensable de savoir superviser un groupe d'individus pour devenir un chef d'entreprise. Le leadership est l'art d'influencer des individus de sorte à ce qu'ils atteignent un objectif que le leader définit. Etre un leader n'est pas un statut mais une attitude. L'entrepreneur doit faire preuve de qualités exceptionnelles afin de motiver ses salariés, les influencer pour qu'ils réalisent de bon gré le travail qu'il leur demande.

Un leader est généralement :

- Fédérateur,
- Inspirant,

- Charismatique,
- Déterminé,
- Visionnaire
- À l'écoute.

Il est fondamental d'être un leader lorsqu'on est entrepreneur afin que les salariés se dirigent dans la direction que vous leurs fixez. Dans le cas contraire, votre équipe ne sera pas ou peu motivée au travail. De plus, il est fort possible que chacun réalise son travail sans prendre en compte votre vision d'entrepreneur, c'est à dire sans atteindre vos objectifs.

### **3. Intention entrepreneuriale**

Nécessitant des recherches approfondies. Cette phase est caractérisée par l'intention d'une personne de créer une entreprise. L'état de l'art nous indique que l'intention ne peut être abordée que dans une perspective processuelle qui prend en compte des facteurs personnels et contextuels (Cité par TOUNES (2003). ÉMIN (2006) affirme que, lorsque l'entrepreneuriat est vu comme un processus, l'intentionnalité y est centrale.

#### **3.1. Définitions**

Parler d'intention est une tâche difficile dans la mesure où elle demande que soit défini le concept. Or, dans la littérature, le terme est défini comme un concept complexe dans lequel se regroupent les termes tels que goal, opérative intention, « behavioral intention »<sup>10</sup> (BATTISTELLI, ATZERI et FADDA, 2003, Cité par M. MOULOINGUI, 2012).

De ce fait, il n'est pas facile de donner une définition unique du concept compte tenu du fait qu'il y a autant de définitions que d'auteurs. Certains parlent de jugement, d'autres de volonté ou d'état de pensée, tandis que d'autres mettent l'accent sur son contenu.

Cependant un point fait l'unanimité : l'intention se situe dans l'esprit de la personne qui la développe, elle est reliée au passage à l'acte.

Cette variété montre que le terme n'a pas de signification univoque et complètement partagée ; le sens qui lui est donné, comme son importance, reste toujours débattu. L'intention

---

<sup>10</sup>MOULOINGUI Aude Moussa (2012). « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales ». Psychologie. Université Charles de Gaulle - Lille III, 2012. Français.

est définie de plusieurs manières selon le champ ou la théorie desquels elle découle (psychologie sociale, entrepreneuriat, marketing et la gestion des ressources humaines).

En psychologie sociale les travaux sur l'intention trouvent leur source dans les recherches américaines de FISHBEIN et AJZEN (1975). Ces chercheurs présentent l'intention comme variable dépendante, considérant qu'elle résume de manière consistante le comportement futur. La théorie de l'action raisonnée (FISHBEIN et AJZEN, 1975) confère à l'intention de l'individu la place centrale dans la genèse du comportement. Selon cette théorie, l'intention est le meilleur prédicteur du comportement, elle présente l'intermédiaire entre l'attitude et le comportement. L'intention est influencée à la fois par les attitudes de l'individu et les normes subjectives. De même pour (BAGOZZI, 1981, 1982), l'intention apparaît comme une variable à part entière, pour expliquer le comportement.

Pour AJZEN (1991, Cité par (GRIBAA, 2013), les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Sans cette volonté d'agir, qui amène la personne à prendre des dispositions pour favoriser l'avènement de son but, nous ne pouvons pas parler d'intention entrepreneuriale, mais de velléité (compris comme une intention fugitive, non suivie d'acte), de rêve ou d'imagination. En d'autres termes, l'intention représente le relais entre la logique mentale et la logique d'action. « Généralement, plus une intention de s'engager dans un comportement est forte, plus sa réalisation devrait être probable <sup>11</sup>».

Dans le champ spécifique de l'entrepreneuriat elle l'intention correspond aux jugements de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise (CRANT, 1996 ; LIÑAN et CHEN, 2009). Il s'agit aussi d'une volonté individuelle (BRUYAT, 1993).

KRUEGER et CARSRUD (1993, Cité par KOUBAA, 2016) considèrent l'intention entrepreneuriale comme « une structure cognitive qui inclut les fins et les moyens ». Cette acceptation du concept de l'intention rejoint celle de BIRD (1988, cité par BOISSIN, EMIN, HERBERT, 2007) qui conçoit l'intention comme un processus cognitif qui découle des besoins, des motivations et des valeurs de l'individu. C'est « un état de pensée qui dirige

---

<sup>11</sup>GRIBAA Fafani (10 janvier 2013). « Les déterminants de l'intention environnementale des dirigeants des pme : cas de l'industrie du textile-habillement tunisienne », thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion institut supérieur de gestion de Sousse.

l'attention (et par conséquent l'expérience et l'action) vers un objectif spécifique, la nouvelle organisation, et une façon de l'atteindre <sup>12</sup>».

Selon DAVIDSSON (1995), l'intention entrepreneuriale est déterminée par la conviction personnelle qu'une carrière d'entrepreneur est préférable pour soi. LEARNED (1992) affirme que la rencontre de situations interagissant avec des traits psychologiques et des expériences professionnelles provoque l'intention.

Pour FAYOLLE (2002), l'intention entrepreneuriale fait référence à une propension à entreprendre. L'intention entrepreneuriale signifie un dessein délibéré, une volonté d'accomplir un acte ou de développer un comportement entrepreneurial.

Selon TOUNES (2003), « *l'intention est, certes, une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif mais elle est fonction des contextes socioculturel et économique* <sup>13</sup> ». Et qui exige une perception à la fois de la faisabilité et de la désirabilité du comportement entrepreneurial.

L'intensité de l'intention peut varier considérablement avec le temps. Au terme de leur Recherche, MOREAU et RAVELEAU (2006) définissent l'intention entrepreneuriale comme un processus non linéaire, composé de séquences : formation, développement, maintien, déclin et aboutissement. Les variables se différencient selon la phase étudiée. Les auteurs montrent qu'une intention peut connaître des évolutions différentes d'une personne à l'autre et « que c'est un état de pensée en mouvement qui s'étire sur un laps de temps <sup>14</sup> ».

### **3.2. La place de l'intention entrepreneuriale au sein du processus entrepreneurial**

L'étude de l'intention entrepreneuriale a retenu l'attention de nombreux chercheurs en entrepreneuriat depuis les années 90. La robustesse et le caractère prédictif des modèles d'intention (KRUEGER et CARSRUD, 1993) ont été éprouvés auprès de publics divers.

---

<sup>12</sup>BOISSIN Jean-Pierre, CHOLLET Barthélemy, EMIN Sandrine (2007). « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise. Un état des lieux », Revue française de gestion 2007/11 (n° 180), p. 25-43

<sup>13</sup>TOUNES. A (Décembre 2003). « Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE » ; thèse pour le Doctorat en Science de Gestion ; Université de ROUEN

<sup>14</sup>MOREAU, R. & RAVELEAU, B. (2006). « Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale ». Revue internationale P.M.E, 19(2), 101-131. Volume 19, Number 2.

Les études sur l'intention s'intègrent dans un courant de recherches attachées aux différentes phases du processus entrepreneurial. L'approche processuelle, apparue vers la fin des années 80 avec l'article de GARTNER (1988), à la suite du constat d'échec des études sur les traits de personnalité de l'entrepreneur, favorise les recherches qui tendent de répondre aux questions du pourquoi et du comment les individus entreprennent. Le concept de l'intention occupe une place centrale dans le processus entrepreneurial en ce qu'il lie les processus de découverte et les processus d'exploitation des idées (DAVIDSSON, 2006, cité par BERTHOLOM ).

Pour comprendre les origines du comportement entrepreneurial, nous avons besoin de comprendre les changements dans les facteurs antérieurs qui ont déclenché ce comportement (TOUNES, 2003). Dans ce sens, il est important de se positionner en amont de l'acte entrepreneurial. Étudier les étapes en amont de la création d'entreprise permettent de comprendre et d'expliquer pourquoi et comment un individu développe un comportement entrepreneurial, bien avant d'arriver au stade de la création effective de l'entreprise.

Pour TOUNES (2006) : « *L'intention entrepreneuriale est une phase majeure du processus de création d'entreprise subdivisée en quatre stades : la propension, l'intention, la décision et l'acte* <sup>15</sup> ».

## **Section 2 : Les déterminants de l'intention entrepreneuriale et parcours de la modélisation du processus entrepreneurial**

La dynamique du processus vient des modifications de la configuration stratégique instantanée perçue, notion que nous venons de présenter. En fait, toute évolution de la CSIP, peut provoquer des changements dans le processus. C'est dans la zone de cohérence de la CSIP, que les actions et les projets entrepreneuriaux, perçus ici par l'individu comme étant à la fois souhaitables et possibles, peuvent se développer et que les objectifs vont s'affiner au cours du temps. L'entrepreneur potentiel, considère là qu'il a les moyens et les compétences pour réussir dans sa démarche ; il a une perception positive de sa propre efficacité.

---

<sup>15</sup>TOUNES Azzedine (2006). « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », La Revue des Sciences de Gestion 2006/3 (n°219), p. 57-65. <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2006-3-page-57.htm>

La modélisation du processus de création d'entreprise sur laquelle nous nous appuyons présente trois phases : le déclenchement du processus, l'engagement total du créateur, la survie de l'entreprise créée (avortement, réussite, développement éventuel).

## **1 Le déclenchement du processus**

Les dynamiques d'évolution de la CSIP sont internes et externes. Elles peuvent venir de l'individu ou de l'environnement et remettre en cause la cohérence de la CSIP, entraînant, par voie de conséquence, l'émergence d'une nouvelle configuration, plus cohérente. Un individu peut faire évoluer ses aspirations ou encore ses compétences, suite à une formation, par exemple. Ce changement peut l'amener à considérer qu'une création d'entreprise, dans ces nouvelles conditions, devient possible. L'environnement, dans lequel se trouve l'individu, peut déstabiliser la zone de cohérence de la CSIP, à travers des menaces nouvelles qui apparaissent, comme le licenciement, pour ne citer qu'une illustration. Les conditions de déclenchement du processus sont présentées ci-après :

- L'action de créer doit être perçue comme désirée et possible. L'intention ou les aspirations ne sont pas suffisantes pour comprendre le déclenchement du processus, il faut encore que le comportement envisagé soit considéré comme une action possible par l'individu. Shapero et Sokol (1982) soulignent d'ailleurs, comme de nombreux autres auteurs dans le champ de l'entrepreneuriat, que le désir et la perception de faisabilité sont indissociables. Ainsi le désir de créer peut être en germe et n'attendre que des circonstances favorables pour s'activer, l'environnement peut alors jouer un grand rôle dans le déclenchement. Les modèles d'intention et plus particulièrement, la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991 et 2002) constituent, à cet égard des cadres théoriques appropriés. À l'inverse, la perception d'une opportunité ou d'une contrainte peut susciter le déclenchement. Toutes les approches théoriques basées sur l'identification des opportunités permettront alors de disposer de grilles de lecture pertinentes.
- La CSIP révèle des tensions et des contradictions importantes. Ces tensions et contradictions sont liées à des insatisfactions professionnelles ou à l'existence de projets concurrents et incompatibles dans la zone de cohérence de la CSIP. L'individu s'efforcera alors de les réduire et ce faisant il provoquera des changements éventuels. Cette idée que des facteurs de déplacement (négatifs ou positifs) puissent être à

L'origine de l'acte entrepreneurial a été avancée notamment par Shapero (1972). Cependant, trop de contradictions et de tensions peuvent conduire à une CSIP désarticulée et incohérente ne permettant pas à l'individu de former des projets et d'envisager un quelconque changement par rapport à une situation jugée insatisfaisante.

- L'entrepreneur potentiel doit disposer d'un peu de temps pour pouvoir travailler sur son projet. Sans un peu de temps pour engager les premières recherches d'information et sans un minimum de ressources financières pour faire face, le cas échéant à quelques dépenses nécessaires, il est difficile d'envisager qu'un individu puisse réellement entrer dans un processus entrepreneurial. C'est ainsi que des cadres qui paraissent avoir toutes les compétences requises et le désir de créer leur entreprise n'entreront pas dans le processus de création parce qu'ils ne disposent pas du temps nécessaire du fait de leurs activités professionnelles. Un endettement trop important, des responsabilités familiales très lourdes peuvent de la même façon entraver toute velléité de création. À ce stade, l'énergie nécessaire à la réalisation d'un projet entrepreneurial ne peut provenir que de l'entrepreneur lui-même.

## **2 L'engagement total et le passage à l'acte**

L'engagement total du créateur est réalisé, lorsqu'il consacre l'essentiel de son temps et de ses investissements financiers, intellectuels et affectifs à son projet. L'engagement est une période transitoire, un changement de phase, qui se traduit par une montée en puissance progressive, jusqu'à l'atteinte d'un point de non-retour ou de retour très difficile. L'acte de création d'une entreprise correspond à un changement stratégique de première importance pour l'individu. Dans ces conditions, deux conditions nous semblent nécessaires pour que l'engagement total puisse se réaliser. Nous allons les présenter ci-après :

L'action de créer est préférée et perçue comme réalisable. La première condition d'un engagement total est que, d'une part, l'action de créer ou le projet de création doit être préférée à toute autre alternative de changement (changer d'employeur, par exemple) et notamment au maintien dans la situation actuelle (salarié, inactif, étudiant). Elle doit, d'autre part, être perçue comme étant réalisable. La plupart des modèles théoriques de la création d'entreprise retiennent cette dimension de la préférence comme étant essentielle. Elle est généralement présentée comme étant le résultat de facteurs relatifs à l'environnement et de facteurs appartenant à l'entrepreneur.

Les résistances au changement doivent être surmontées. Les résistances au changement ont des origines diverses. La résistance au changement peut venir des habitudes et de l'inertie dans les raisonnements et les comportements. Elle est particulièrement importante lorsque l'individu a consacré l'essentiel de sa vie professionnelle passée à une carrière de salarié, sans n'avoir jamais envisagé de créer une entreprise ou de développer d'autres types de comportements risqués. Une autre source de résistance est la peur de l'inconnu. L'incertitude peut être liée à un projet particulier ou à la méconnaissance des situations entrepreneuriales.

Un troisième facteur de résistance au changement est lié à l'irréversibilité perçue de la nouvelle situation créée et aux difficultés envisagées, en cas d'échec, pour retrouver un emploi salarié satisfaisant. La résistance au changement vient également des renoncements et des coûts psychologiques et financiers associés : il faut renoncer à une situation gratifiante, à ses loisirs, à une partie de sa vie de famille ; il faut réduire son train de vie, dans un premier temps et peut être définitivement. Le dernier facteur de résistance est, dans certains pays comme la France, lié à l'hostilité perçue de l'environnement vis-à-vis de la création d'entreprise et aux obstacles qui se dressent sur la route des entrepreneurs. Comme pour les conditions du déclenchement, celles de l'engagement ne sont pas indépendantes. De fortes résistances au changement, par exemple, peuvent diminuer l'attrait de l'alternative entrepreneuriale.

Certaines théories psychosociologiques sur l'engagement ou des théories relatives à la prise de décision dans des situations complexes et incertaines, comme la théorie du prospect (Kahneman et Twersky, 1979) peuvent constituer des cadres utiles à l'étude de cette phase d'engagement.

### **3 La survie, l'échec ou le développement**

L'action de création ne conduit pas toujours à la viabilité de l'entreprise et le résultat du processus peut prendre l'une de ces trois formes : survie, échec ou développement. La viabilité s'apprécie dans la capacité que l'entreprise nouvelle démontre à trouver un point d'équilibre économique, dans un délai raisonnable. Les principales conditions de réussite ou d'échec du projet sont la cohérence au sein du système et l'apprentissage de l'acteur :

#### **3-1 La cohérence au sein du système**

L'idée que nous avançons ici est que la cohérence entre la CSIP de l'entrepreneur et son projet est le facteur essentiel de réussite des projets de création d'entreprise. Il n'existe pas selon nous de compétence ou de ressource universelle, applicable dans n'importe quelle situation, nécessaire à la réussite des projets. Certes il faut posséder un minimum de

compétences dans quelques domaines, mais celle qui apparaît la plus déterminante est une compétence d'auto diagnostic permettant à tout instant de vérifier que le niveau de cohérence entre la CSIP et le projet (ou la situation) est situé à un niveau acceptable. Les incohérences génèrent, en effet, des coûts cachés et des retards non prévus : retard dans la réalisation du chiffre d'affaires, coûts de production et des approvisionnements plus élevés, productivité plus faible, dérive des besoins de financement. Ce facteur est d'autant plus important que la transformation du système individu/création de valeur nouvelle entraîne presque inéluctablement l'apparition d'incohérences et d'inadéquations. Par ailleurs, l'évolution du système au cours du processus change la nature des configurations de compétences. Les compétences ou les ressources à mettre en œuvre ne sont pas les mêmes selon les étapes du processus. Par exemple, alors que les compétences commerciales semblent importantes, souvent, au démarrage, elles sont loin d'être critiques lors du montage du projet.

### **3-2 L'apprentissage permet de renforcer la cohérence du système**

L'apprentissage est au cœur de la réussite ou de l'échec du processus. Les changements du système et les incohérences qu'ils génèrent doivent faire l'objet d'apprentissages qui vont avoir pour but d'accroître la cohérence et de retrouver une situation de système équilibré. Tout cela va se traduire par des modifications apportées au projet, par des acquisitions de nouvelles ressources et de nouvelles compétences. Cette situation particulière est résumée par une métaphore applicable à des situations de changements intenses : « D'une certaine façon, on se trouve en effet dans la situation inouïe où le pilote doit faire décoller son avion tout en apprenant le pilotage, avion qui se construirait tout en décollant » (Massacrier et Rigaud, 1984).

L'apprentissage est présent tout au long du processus, mais il se situe à des niveaux différents. Au tout début du processus, l'entrepreneur domine son projet et la réalité s'impose avec moins de force. C'est durant cette période que l'individu pourra procéder à des apprentissages par transfert de connaissances dans le cadre de formations classiques, si toutefois il a conscience de cette nécessité. Lors du démarrage, le temps devient presque toujours une ressource rare pour l'entrepreneur. L'apprentissage s'effectue alors sur le terrain, dans l'action. Il se situe dans un contexte d'émergence et est particulièrement important pendant les premières années de la vie de la jeune entreprise (Bouchikhi, 1991). Lorsque l'entreprise a survécu et que l'entrepreneur a procédé aux apprentissages essentiels rendus nécessaires par l'évolution du système, l'apprentissage devient alors davantage le problème de

l'organisation. Plus l'ampleur du changement est grande, plus les capacités du système à se modifier, et donc à apprendre, doivent être développées. Dans ces conditions, les capacités d'apprentissage de l'entrepreneur paraissent être un élément clé pour expliquer la réussite d'un processus de création d'entreprise. Plus l'apprentissage est rapide, moins l'entreprise aura à supporter des coûts cachés d'incohérence et plus elle aura de chances de survivre.

#### **4. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale**

Après avoir présenté les différentes définitions de l'intention entrepreneuriale, nous nous définirons, dans ce qui suit, les concepts liés à notre modèle d'intention entrepreneurial Proposé.

##### **4.1. L'image perçue vers l'entrepreneuriat et l'entrepreneur**

Selon BOISSIN et al. (2009), image perçue sur l'entrepreneuriat est la récompense et le résultat recherchés par les étudiants en créant leurs propres institutions, renvoie aux attitudes associées au comportement d'AJZEN et aux perceptions de désirabilité de SHAPERO et SOKOL. Les attitudes générales réfèrent à des dispositions psychologiques générales telles que le besoin de réussite, d'autonomie, de changement et la motivation financière. Ces éléments sont eux-mêmes influencés par des variables personnelles telles que le sexe, l'âge, la situation matrimoniale, le niveau d'étude, les expériences professionnelles et l'entourage familial.

Il existe aujourd'hui de nombreuses définitions de ce concept attitude. Bien qu'elles varient, la plupart des auteurs contemporains s'accordent sur la nature évaluative ou affective de l'attitude, celle-ci renvoyant au jugement de l'individu vis-à-vis de l'objet de l'attitude. Par exemple, AJZEN et FISHBEIN (1980) considèrent l'attitude comme un concept unidimensionnel faisant référence à la disposition d'un individu à réagir de façon plus ou moins favorablement ou défavorablement à un objet, une personne, une institution ou un événement – ou tout autre aspect discriminant du monde auquel l'individu appartient. Dans leur vision, les croyances déterminent l'attitude envers une action (entendue au sens affectif) qui, elle-même, influe sur l'intention d'agir (dimension conative) qui, à son tour, prédit le comportement.

Selon DIAMANE (2015), l'attitude entrepreneuriale peut être décrite comme une prise de position par rapport à l'acte entrepreneurial. Elle correspond à une évaluation globale et relativement durable vis-à-vis de la création d'entreprise sur la base des croyances, des valeurs, des motivations et des opinions.

Selon KOUBAA (2012), l'attitude entrepreneuriale est définie comme étant l'attitude de l'individu à l'égard de la création d'entreprise. Elle représente le degré d'évaluation, favorable ou défavorable, qu'un étudiant a de cette création. Cette évaluation se fait sur la base des résultats attendus, de la recherche ou non de l'autonomie par le créateur et de la réalisation de soi, ainsi que la connaissance des opportunités d'affaires et la mise en œuvre de sa créativité et de sa passion à l'innovation. Elle dépend des personnes qui comptent dans l'existence de l'individu, parents, amis et membres du réseau social.

## **4.2. La formation en entrepreneuriat**

L'enseignement de l'entrepreneuriat permet aux étudiants de développer des compétences entrepreneuriales tout en découvrant l'esprit entrepreneurial c'est-à-dire « *cette volonté constante de prendre des initiatives et de s'organiser compte tenu des ressources disponibles pour atteindre des résultats constants* <sup>16</sup> » (GASSE, 1982).

L'enseignement de l'entrepreneuriat constitue donc un outil essentiel pour développer une Culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire. Au-delà même du développement du goût d'entreprendre et de l'esprit d'entreprise, l'enseignement peut contribuer à l'amélioration de l'image de l'entrepreneuriat et de l'entreprise, et à mettre en valeur le rôle de l'entrepreneur dans la société <sup>17</sup>»

### **4.2.1. Définitions**

M. LAUKANNEN (Cité par KOUBAA, YASSINE, ELOUAZZNI, 2014) considère que l'éducation entrepreneuriale est un facilitateur pour l'accès aux pratiques entrepreneuriales.

Elle permet d'éclaircir le souhait de faire et la manière de le réaliser. « *Entrepreneurial education is as something concerned with learning and facilitating for entrepreneurship*

---

<sup>16</sup> • GASSE Yvon, (2003). « L'entrepreneuriat à l'université laval: intérêt, intention, prévalence et besoins des étudiants ». Document de travail 2003-032.

<sup>17</sup> FAYOLLE Alain (2011). « Enseignez, enseignez l'entrepreneuriat, il en restera toujours quelque chose », *Entreprendre & Innover* 2011/3 (n° 11-12), p. 147-158

*(what to do and how to make it happen by being personally involved) and less with studying about it (in a detached manner, as a social phenomenon among others)<sup>18</sup>.*

L'enseignement de l'entrepreneuriat a été défini aussi bien en un sens large, que plus étroit.

Il peut être considéré comme « *la reconnaissance d'opportunités, mobilisant des ressources en présence de risque, et la construction d'un projet d'entreprise* » (KOURILSKY, 1995). Et comme « *une collection d'enseignements formalisés qui informe, instruit, et éduque ceux qui s'intéressent à la création d'entreprise, ou le développement des petites entreprises* » (JONES et ENGLISH, 2004, cité par KOUBAA, YASSINE, ELOUAZZNI, 2014)

Pour ISAACS, VISSER, FRIEDRICH & BRIJLAL (2007), la formation en entrepreneuriat peut être définie comme « *l'intervention ciblée d'un enseignant dans la vie de l'apprenant pour lui conférer les qualités et les compétences entrepreneuriales qui lui sont nécessaires pour survivre dans le monde des affaires.* »

Dans un sens plus large, l'enseignement de l'entrepreneuriat prépare non seulement « une personne entrepreneuriale » qui peut devenir travailleur autonome et propriétaire d'une entreprise, mais aussi une personne qui est en mesure de poursuivre le chemin de l'entrepreneuriat et de l'innovation en tant qu'employé et / ou être une personne qui présente un « comportement entrepreneurial » (GIBB, 2002).

La formation en entrepreneuriat peut donc être définie comme un programme éducatif qui a pour finalité d'aider les étudiants à développer les connaissances, les compétences entrepreneuriales, les valeurs et les comportements à adopter pour envisager l'entrepreneuriat comme un choix de carrière.

#### **4.2.2. Niveau d'intervention des programmes de formation**

Les trois niveaux de formations (Fayolle, 2000, cité par YIFAN. W, 2010) se caractérisent par des contenus et des pratiques pédagogiques différents :

---

<sup>18</sup> KOUBAA Salah, EL OUZZANI Khaled echchahdi, YASSINE Sara, (2014). « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12<sup>ème</sup> Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME 29, 30 et 31 Octobre, Agadir. <https://www.researchgate.net/publication/280944003>

- **La sensibilisation à entrepreneuriat** : Il s'agit de stimuler la curiosité et l'intérêt d'un large public à l'égard de la création d'entreprise et de l'activité entrepreneuriale, afin de valoriser l'entrepreneur et l'entreprise. Ceci est une préparation des perceptions à intégrer l'entrepreneuriat. Les enseignements de sensibilisation sont généralement ponctuels, et utilisent plusieurs méthodes pédagogiques.
- **La formation spécialisée en entrepreneuriat** : Le but c'est de permettre à des étudiants qui souhaitent créer leur entreprise ou travailler dans les domaines de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise, d'approfondir la formation de leurs projets, leurs connaissances et leurs apprentissages, de connaître la diversité de l'entrepreneuriat et de leur donner un esprit entrepreneurial. Ces formations peuvent être diplômantes ou non diplômantes. Les programmes de formations de spécialisation sont beaucoup moins fréquents que les enseignements de sensibilisation.
- **L'accompagnement et l'appui des porteurs** : Le but est d'accompagner par le soutien et le conseil des étudiants qui ont des projets de création ou de reprise d'entreprise. Selon CARRIER (2000, cité par YIFAN. W,2010), il ne s'agit pas seulement d'obtenir des connaissances intellectuelles et cognitives, mais surtout des compétences et des activités d'apprentissage qui guideront l'individu dans sa propre démarche entrepreneuriale. Afin d'accompagner les porteurs de projets, des cours centrés sur les besoins réels de projets sont nécessaires. L'accompagnement et le suivi de projets nécessitent de grandes qualités d'écoute, des soutiens et conseils individualisés dans la réalisation des plans d'affaires de la disponibilité avec un engagement de l'accompagnateur dans l'encadrement et le passage à l'acte.

#### **4.2.3. Les méthodes pédagogiques**

Elles constituent le « Comment » des questions pédagogiques qui devrait être abordées en toute logique après le « Pourquoi », les objectifs et le « Quoi », les contenus. Il est évident que la pédagogie n'est pas une fin en soi, alors que souvent des enseignants ont tendance à la mettre spontanément avant. La pédagogie est au service des objectifs. La méthode peut être choisie, dès lors que les objectifs sont fixés et que les contraintes propres aux situations pédagogiques ont été identifiées.

Dans le domaine de l'enseignement en entrepreneuriat, il existe une très grande variété de méthodes, d'approches et de modalités pédagogiques (CARRIER, 2007 ; HINDLE, 2007). Contentons-nous d'en évoquer, ici, à titre d'illustrations, quelques-unes :

- Élaboration ou évaluation de business plans par les étudiants.
- Développement d'un projet de création d'entreprise.
- Accompagnement de jeunes entrepreneurs et réalisation de missions pour les aider dans leurs démarches.
- Interviews d'entrepreneurs.
- Simulations informatiques.
- Utilisation de vidéos et de films.
- Simulations comportementales.
- Cours classiques et utilisation de cas

Il n'y a pas, selon nous, de bonne méthode pédagogique dans l'absolu pour enseigner dans le champ de l'entrepreneuriat. Le choix de la technique et des modalités dépend principalement des objectifs, des contenus et des contraintes imposées par le contexte institutionnel.

### **4.3. La sensibilisation à l'entrepreneuriat**

La sensibilisation est le fait de susciter l'intérêt d'une personne, d'un groupe, ou d'une population, pour faire réagir (voire même provoquer un changement). Ainsi, nous nous apercevons que sensibiliser c'est bien plus qu'informer. L'information vise simplement à transmettre un message ou des signes. Si l'information est un système de signes, la sensibilisation qui inclut la relation avec autrui leur donne du sens. Et c'est essentiellement l'estime, la confiance, la valorisation réciproques qui facilitent l'intégration des informations et apporte tout son sens à la sensibilisation. Sensibiliser, c'est bien plus qu'informer et c'est aussi un préalable à la conscientisation.

#### **4.3.1. Définitions**

Selon J. SANTONI (2016) la notion sensibilisation à l'entrepreneuriat traitée dans la littérature à travers celle de l'éducation entrepreneuriale. Mais (Fayolle, 2000) considère la sensibilisation comme un niveau de formation à l'entrepreneuriat qui s'agit d'éveiller les individus, de les sensibiliser à la création d'entreprise et de les amener à intégrer l'existence de

nouvelles voies professionnelles qu'ils pourraient être conduits à utiliser au cours de leur carrière.

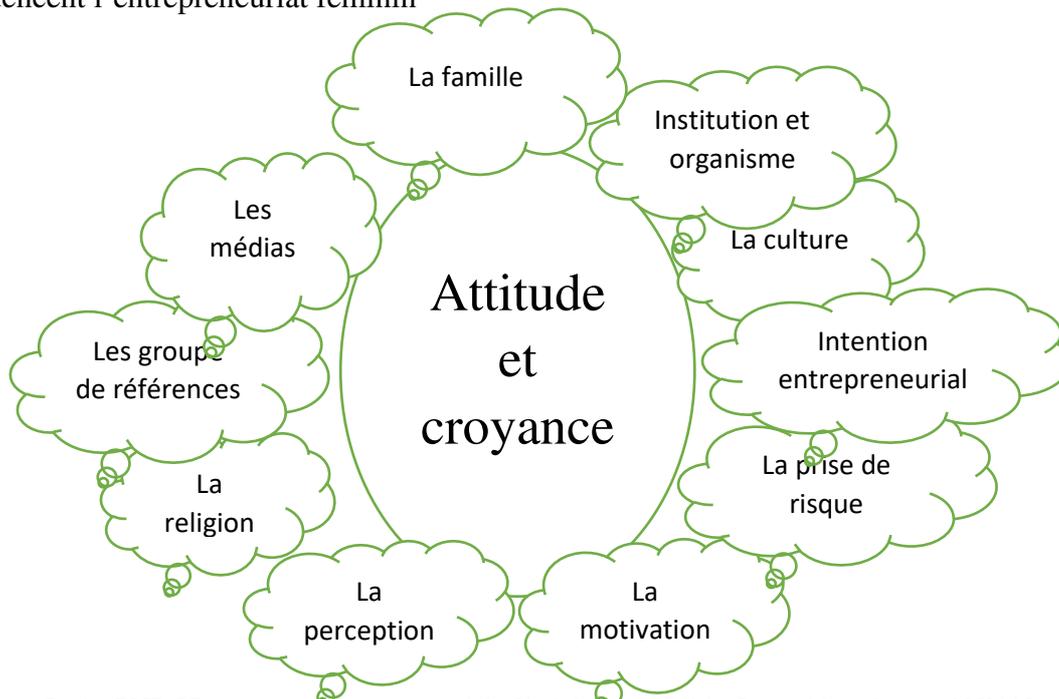
TOUNES (2003) considère que les enseignements d'éveil et de sensibilisation sont les plus répandus par rapport aux enseignements de spécialisation et aux formations diplômantes. Ceci s'explique par une exigence moindre en termes de ressources humaines, logistiques et temporelles. Ils nécessitent peu de mobilisation en termes de compétences, de projets pédagogiques et de logiques d'action respectant des objectifs précis.

Les programmes de sensibilisation à l'entrepreneuriat utilisent plusieurs actions. Ils peuvent prendre la forme de (Journées d'études sur l'entrepreneuriat, témoignages d'entrepreneurs réussites, conférences et rencontre de créateurs d'entreprise, Journée de sensibilisation organisée par une structure ou un organisme public ou privée (ex : ANSEJ, Injaz El Djazair, .....), séminaire et ateliers, visites d'entreprises, Compétition de business plan, salon et foires, Workshop). Il nous semble particulièrement important d'insister sur ces témoignages d'entrepreneurs réussies qui peuvent être des supports psychologiques et émotionnels indéniables, et des modèles d'identification pour les étudiants.

#### **4.3.2. Objectifs de la sensibilisation à l'entrepreneuriat**

- ❖ Démystifier l'entrepreneuriat auprès des jeunes et leurs relais et valoriser l'image de l'entrepreneur et relativiser et valoriser les échecs entrepreneuriaux
- ❖ Faire découvrir aux jeunes une diversité de modèles : entrepreneuriat classique, entrepreneuriat social, entrepreneuriat et repreneuriat, 'entreprises partagées' (coopératives d'entrepreneurs), économie circulaire.
- ❖ Stimuler les entrepreneurs à être des ambassadeurs de l'entrepreneuriat auprès des jeunes.

**Figure N°1 :** Le modèle théorique des déterminants individuels et environnementaux qui influencent l'entrepreneuriat féminin



**Source :** Projet PNR 27 portant sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Les cahiers du cread N°110, p 85

## Conclusion

On conclut par l'aboutissement de ce chapitre que l'intention entrepreneuriale occupe une place centrale dans le processus entrepreneurial et la volonté de l'individu à accomplir par l'acte de créer et d'adopter le comportement entrepreneurial.

D'après les précédents travaux on obtient un concept d'intention autour duquel a été construit un éventail assez large de modèles théoriques, l'intention par le fait qu'on l'admet comme hypothèse de la création d'entreprises a un comportement planifié appliqué au domaine de celle-ci et a permis depuis les années 90 de renouveler les approches et les modèles basés sur l'intention.

**CHAPITRE 02 : LA CREATION DE**  
**L'ENTREPRISE : ACTE ESSENTIEL DE**  
**L'ENTREPRENEURIAT**

## **.Chapitre 02 : La création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat**

La création d'entreprise est un phénomène complexe et hétérogène. Créer une entreprise est un acte à la fois banal et extraordinaire, au sens étymologique.

Cette collecte de données nous montre que la vision principale dans le monde l'entreprise était celle de la grande taille et qui tirait des avantages relatifs à cette dimension à l'image des économistes d'échelle et la diversification des activités. Mais la crise des années 1970, consécutives à la fin du boom économique des trente glorieuses, a progressivement remis en cause cette conception au profit de la petite entreprise ce Julien (1997) a résumé en disant :

*« Toutes les données convergentes pour démontrer la montée autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés ».*<sup>19</sup>

Ce chapitre aura pour objet de définir les notions et concept de la création d'entreprise (petite et moyen entreprise) avec ces caractéristiques ces types et enjeux enfin pour finir avec les étapes pour planification à suivre à l'aboutissement de celle-ci.

### **Section 1 : Généralités sur le processus de création d'entreprises (petite et moyen entreprise)**

La collecte de données conceptuelle réalisée sur la création d'entreprises, nous fait interroger sur ce que doit être la démarche d'analyse d'entrepreneuriat pour le créateur. À ce titre, nous formulons plusieurs aspects de concepts, après avoir cherché à mieux comprendre les relations et interactions qui existent au sein du créateur-projet.

#### **1-Définition de la PME**

Aujourd'hui le sigle de PME est le nouveau sens estimé de la petite structure de la part des pays (développé et en voie de développement) vue qu'il fortement plus maîtrisable, contrairement aux grandes entreprises dotées de structure centralisée et complexe, péniblement contrôlable. Suivant les différentes définitions conçues par différents auteurs de la littérature, nous allons proposer quelques une, afin d'essayer de comprendre le terme PME.

---

<sup>19</sup>Julien (1997) in ; « Amghar, essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneuriale au développement du territoire, cas de BBA, mémoire de magistère en science de gestion, université de Bejaia »2009 p20

- Selon Julien et Morel (1986) : « *La PME est un concept flou dont les définitions varient* »<sup>20</sup>
- Selon Bucaille et Beauregard (1986, p2): « *La PME est diversité } elle l'est dans son marché, dans ses comportements, dans ses hommes, dans son évolution, dans ses technologies ou dans ses risques. Aucune PME ne ressemble totalement à une autre* »<sup>21</sup>
- Selon Weber (1988) « *les entreprises diffèrent par la taille , le métier , la nature } du capital (personnel , familial , étranger...) ; mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante , filiale , sous-traitante ...) , le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé , en expansion ou en déclin...) à l'origine sociale de son chef , son capital culturel et relationnel son identité patronale* »<sup>22</sup>
- Selon Wtterwulaghe « *pour obéir à des impératifs d'efficacité , la PME est } souvent définie au moyen de paramètre quantitatifs tels que chiffre d'affaires , le total bilantaire , le bénéfice ou le plus souvent l'emploi , ceux-ci visent en effet à cerner le critère de la taille* ».<sup>23</sup>
- Selon Torres Olivier « *les PME sont considérées comme des entreprises aux } multiples vertus : adaptabilité, flexibilité, créativité, ambiance de travail conviviale ....* »<sup>24</sup>

Aussi, les définitions de la PME peuvent se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de référence utilisés ; d'une part, les définitions se basent sur des critères endogènes à l'entreprise telle que la dimension, le chiffre d'affaires, et d'autre part, celles utilisent les critères exogènes comme le secteur d'activité et la forme juridique.

## **2- Caractéristique des PME**

Les PME sont d'une structure souple et maniable et d'une activité vulnérable, vu que la présentation de celle-ci est vaste, et pour mieux cerner ce concept, le modèle de Julien P.A (1997) nous a aidés à mettre en évidence caractéristiques suivantes :

---

<sup>20</sup> **Julien et Morel** (1986) in : « Wtterwulaghe, La PME est une entreprise humaine, Ed, De Boeck, 1998, p 13" »

<sup>21</sup> **Colot Olivier** « la transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». 2007 , p 19

Idem<sup>22</sup>

<sup>23</sup> **Wtterwulaghe**, La PME une entreprise humaine, Ed, de Boeck, 1998, p14

<sup>24</sup> **Torres Olivier** « les PME ». Ed , Flammarion , Paris ,1999 , P13.

- **Une gestion personnalisée** : tenant à la très forte interdépendance entre l'entreprise et l'entrepreneur, ainsi, plus la taille de l'entreprise est petite, plus le rôle du dirigeant peut prendre de l'importance.
- **Une faible spécialisation du travail** : tant du point de vue de l'entrepreneur sur les employés (cette polyvalence donne à l'entreprise une flexibilité et une souplesse permettent l'adaptation aux changements).
- **Un système d'information peu complexe** : permettant une diffusion rapide et réciproque des informations entre direction et employés.
- **Un système d'information externe simple** ; essentiellement lié à la perception de son marché.
- **Une stratégie implicite** : issue d'un processus de décision, traduit par le schéma (intuitions- décision-action).
- **La recherche d'un environnement stable** : malgré l'accélération du changement, car la petite entreprise n'a que peu de poids sur son environnement.
- **Les PME sont insérées le territoire ou elles sont implantées.**

### **3-Les types de créations**

Alain Fayolle construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprises, qui sont comme suite :<sup>25</sup>

- ✓ La création de reproductions : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour la créatrice est faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevée .la création reproduction c'est le fait de créer une entreprise rassemblant a d'autre connues. Les changements pour le créateur sont faible ampleur, car il possède le savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans cette logique de reproduction, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisant déjà dans son empli précédent.
- ✓ La création imitation : l'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources nécessaires, il essaye de montrer et développer une entreprise en utilisant formule bien établie .Le niveau d'incertitude cette fonction de la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.

---

<sup>25</sup> **Alain Fayolle** « entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre » , Ed dunod , paris

- ✓ La création innovation-valorisation : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur. Mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède les savoir-faire .Le niveau d'incertitude est la fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients) et la fonction des aléas de la mise au pont technique et industriel du projet.
- ✓ La création innovation-aventure : Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement .le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet a des adaptations et à des changements fréquents. le projet se construit et se reconstruit en même temps que créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources.

#### **4-Les atouts et les faiblesses des PME**

-Les PME possèdent un bon nombre d'atouts qu'elles peuvent mettre en avant pour un maximum de profits, Il s'agit entre autres de :

- La rapidité de prise de décision : La PME affiche une grande souplesse lui permettant d'avoir certaines vitesses de réactivité aux événements nouveaux qui la soucieraient.
- La fluidité de la circulation de l'information : le nombre réduit des employés de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentent ainsi les potentialités de concertation et de réactivité.
- La concentration de l'effort, en général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce qui lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleure adéquation produit /marché.

- Les PME souffrent de plusieurs faiblesses que nous essaierons de résumer dans les principaux points suivants :

- L'autonomie. L'autonomie reste pour un grand nombre de PME très relative, du fait de leur orientation, principalement, vers la sous-traitance par rapport grands groupes.

- La fragilité de la circulation de l'information. le nombre réduit des employées de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluides, augmentant ainsi les potentialités de concertation et de réactivité.
- La concentration de l'effort .En général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleure adéquation produit /marché.
- La fragilité de leur structure financière .la majorité des bilans des PME sont caractérisés par le poids élevé du court terme.
- Le manque de notoriété .Les PME sont en général peu connues, aussi auprès du public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateur, banques....), ce lui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard.
- La difficulté à se procurer des ressources financières et humaines Sa sous-capitalisation et ses manques de notoriété rendent son accès à des ressources financières très laborieux.

## **5-ENJEUX ET RISQUES DANS LA CRÉATION D'ENTREPRISE<sup>26</sup>**

Dans ce point nous avons souhaité aborder sous un angle différent les aspects liés aux enjeux personnels et aux risques. Nous allons compléter dans cette section, les différents facteurs agissant sur le taux de survie, les causes principales de défaillance des jeunes entreprises et les éléments appartenant à l'individu et/ou au projet qui prédisposent à la réussite.

### **5-1 Les principales causes de défaillance des jeunes entreprises en création**

Il faut distinguer les causes d'avortement des projets de création de celles qui peuvent entraîner la défaillance des jeunes entreprises.

---

<sup>26</sup>Alain Fayolle 2012 (stratégie de l'entreprise) l'entrepreneuriat Dunod, Paris, de la page 162 à 166

### **5-1-1 Les causes principales d'avortement des projets de création d'entreprise**

Nous abordons, ici, des problématiques d'individus engagés dans des processus de création d'entreprise qui vont s'interrompre, avant l'acte de création juridique.

Personne n'est capable d'identifier tous les événements accidentels qui peuvent survenir lors d'un projet de création d'entreprise. Ces événements peuvent affecter l'individu : accident, maladie, décès, disparition d'un être cher, etc., et remettre en cause ses motivations et/ou ses ressources. Ces aléas concernent, parfois, le projet: une entreprise se crée sur le même concept, un équipier ou un partenaire se retire, l'environnement devient soudainement hostile, etc.

Le projet peut être abandonné également, parce que son initiateur vient de découvrir une opportunité qui lui apparaît meilleure.

Les raisons de l'abandon peuvent se situer très en amont, comme l'incapacité manifeste de trouver une idée rentable ou très en aval, comme l'incapacité de trouver les moyens de commercialiser ou de réunir les moyens techniques et financiers nécessaires. Dans tous ces cas, l'abandon est provoqué par la lassitude et le découragement.

### **5-1-2 Les causes principales de défaillance des entreprises nouvellement créées**

La défaillance des entreprises peut venir de différents types de facteurs. Certains sont extérieurs au projet comme le contexte économique. Les cycles et crises économiques qui se succèdent depuis une vingtaine d'années, (1991, 2001, 2008) ont un effet plus fort sur les entreprises récemment créées que sur celles déjà établies. Ainsi le ralentissement des marchés, le renforcement de la concurrence, la difficulté d'accès au financement, et l'allongement des délais de paiement sont des facteurs très défavorables aux jeunes entreprises

Parmi les facteurs liés au projet, ceux qui apparaissent comme les plus déterminants sont liés à la stratégie, au financement insuffisant et à l'inexpérience de l'entrepreneur.

-Les erreurs de stratégie sont principalement :

- La compétitivité du produit proposé est médiocre ou mauvaise ;
- Le potentiel du marché a été surestimé ;
- Le marché n'existe pas ou est plus long à démarrer que prévu;
- Le délai de pénétration des nouveaux produits sur le marché a mal été évalué ;
- La difficulté d'accès aux circuits de distribution

- l'insuffisante diversification de la clientèle et le risque trop important de dépendance<sup>27</sup>
- les choix erronés dans les canaux ou les méthodes de distribution<sup>28</sup>
- un mauvais positionnement marketing ou une mauvaise politique de communication.

-Les causes de la fragilité financière sont :

- L'insuffisance des fonds propres ;
- Des charges d'exploitation mal contrôlées et trop importantes au regard des possibilités de l'entreprise ;
- Le manque d'aptitude ou de compétence du nouveau dirigeant dans une ou plusieurs des fonctions clés.

Ces causes sont données à titre indicatif. La plupart du temps, c'est une combinaison de facteurs relevant de ces différentes catégories qui conduit une jeune entreprise à la défaillance. Les connaître, c'est déjà les contrôler un peu. Il nous semble que tout créateur potentiel devrait passer un peu de temps à essayer de bien comprendre les implications pour l'action qu'il est possible de dégager à partir de ces informations.

## **5-2 Pour réussir son projet de création d'entreprise**

Les nombreuses études réalisées dans le champ de la création d'entreprise ont montré l'importance de quelques facteurs qui prédisent le succès futur de l'entreprise. Nous allons évoquer ceux qui nous semblent les plus déterminants.

**Une proximité entre le profil du créateur et l'entreprise créée.** Nous retrouvons, ici, l'idée d'une bonne adéquation entre l'individu et son projet. Trouver le projet qui convient à ses capacités d'évolution, à court terme, est certainement une bonne façon d'appréhender une situation de création d'entreprise.

**Une localisation proche.** Ne pas s'éloigner de ses bases et ne pas se couper de ses réseaux de proximité sont des décisions sages et payantes dans une création d'entreprise. L'importance des réseaux personnels que l'on appelle également capital social est largement démontrée. L'entrepreneuriat est un acte souvent solitaire et les réseaux personnels sont nécessaires au soutien moral et affectif de l'entrepreneur mais aussi pour aider le projet.

---

<sup>27</sup>. C'est le cas, notamment, des activités de sous-traitance. Ce risque lié à la nature du couple produit/marché a été identifié, pour la première fois par Rigaud (1987).

<sup>28</sup> Même si cette cause relève également de l'inexpérience de l'entrepreneur.

**L'expérience du métier et du management est un facteur de succès.** Avoir une expérience professionnelle, dans un métier, est un atout essentiel, car elle permet de ne pas avoir à tout réinventer et d'éviter les principales chausse-trappes. L'expérience permet d'obtenir plus facilement la confiance des partenaires indispensables (clients, fournisseurs, banquiers ... ), car on a déjà fait ses preuves. La connaissance du métier permet d'avancer plus vite et plus sûrement. L'idéal est de faire ses erreurs chez les autres et d'en tirer un enseignement pour ne pas les refaire chez les autres. Il est démontré que les créateurs qui ont particulièrement bien réussi ont des expériences antérieures de création, recherchent l'aide de professionnels en anticipant les problèmes et savent précisément où trouver des conseils.

**L'accompagnement.** Être accompagné est également un facteur clé de succès. La création d'entreprise, surtout si elle est technologique et innovante, est à ce point complexe qu'elle nécessite un accompagnement spécifique. Être entouré de professionnels, pouvoir bénéficier de leurs conseils et de leurs aides et se former au contact de spécialistes de la création d'entreprise sont autant de conditions qui permettent au créateur de bien se préparer et de lancer son projet sous les meilleurs auspices.

#### **Un financement adapté et une gestion suivie de la trésorerie**

Disposer des ressources financières adaptées au projet est un élément clé de réussite. À l'inverse, des moyens mal évalués ou non obtenus sont une cause classique d'échec. La recherche de financement est donc une des activités essentielles du créateur. Il doit évaluer correctement ses besoins et anticiper l'obtention des ressources pour ne pas disparaître faute de trésorerie suffisante. La recherche de fonds devra se faire auprès des acteurs du financement concerné. Il existe de nombreux acteurs du financement : prêts d'organismes publics régionaux, banques, business angels, fonds de capital-risque régionaux ou nationaux. L'entrepreneur devra identifier le type d'acteurs du financement adapté à son projet et apprendre à présenter son projet en tenant compte de leur particularité et de leur attente.

#### **Une capacité d'apprentissage et d'adaptation**

Comme cela a été signalé dans l'introduction, le processus de création d'entreprise est un système dialogique entre l'entrepreneur et l'entreprise. Le processus de création d'entreprise est de type tourbillonnaire et non pas linéaire et va donc devoir s'adapter en fonction des aléas de la vie du projet. Compte tenu de ces deux caractéristiques, réussir une création d'entreprise dépend de la capacité de l'entrepreneur à adapter la stratégie, l'organisation, les moyens et les ressources. Le business plan, nécessaire pour construire et faire partager son projet, relate une

histoire prédictive qui a peu de chance de se réaliser compte tenu des incertitudes qu'il contient et des changements qui vont s'opérer dans le secteur et l'environnement. L'entrepreneur va donc devoir faire évoluer son projet. Cette capacité à évoluer et à s'adapter est une des conditions clés de réussite de la création d'entreprise. Elle suppose de la part du créateur des aptitudes pour évaluer les changements, à faire évoluer ses pratiques, et à apprendre de nouvelles compétences adaptées aux défis qu'il rencontre.

## **Section 2 : Les étapes pour la planification d'un projet**

Lorsqu'une personne désire mettre en place une société ou une entreprise dans le but de concrétiser une idée, on parle de projet personnel. Quelle que soit la source du projet, il est primordial, de donner un maximum de chances de réussite et de bien vérifier sa cohérence avec le projet personnel.

### **1-LES ÉTAPES DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE<sup>29</sup>**

Avant de présenter les étapes généralement identifiées dans un processus de création d'entreprise, il faut nous souvenir que ce processus est :

- Plutôt de type tourbillonnaire et non pas linéaire ;
- Alimenté par des ressources dont le niveau (très insuffisant par rapport aux besoins) induit un fonctionnement étagé, pas à pas ;
- Organisé en étapes qui ont chacune leur logique et leur rythme propres. Chaque étape est activée par un déclencheur, se traduit par un engagement fort de l'individu ou de l'équipe et produit un ou des résultat(s).

Ces quelques points étant précisés, les étapes d'un projet de création d'entreprise sont les suivantes :

- Évaluation de l'opportunité ;
- Conception et formulation du projet ;
- Montage juridique et financement du projet;

---

<sup>29</sup>Alain Fayolle 2012 (stratégie de l'entreprise) l'entrepreneuriat Dunod, Paris, de la page 153 a 157

- Lancement des activités.

Nous allons nous intéresser, maintenant, à ces différentes étapes. Pour la plupart d'entre elles, notre approche sera très synthétique, car il est prévu que dans la troisième partie de ce manuel, nous les abordions, à nouveau, pour l'ensemble des situations entrepreneuriales, et ce d'une façon beaucoup plus détaillée.

### **1-1 Évaluation de l'opportunité de création d'entreprise**

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale le plus précisément possible : Que veut-on vendre ? À qui veut-on vendre ? Quelle valeur cela peut-il apporter ? Telles sont les premières questions qu'il convient d'étudier en priorité. Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet. À ce stade, il est impératif de donner des ordres de grandeur : chiffre d'affaires visé, effectifs, type et niveau de compétences, moyens et capitaux nécessaires. Si des incompatibilités apparaissent au cours de ce travail, entre les exigences du projet et les possibilités du créateur, mieux vaut modifier le projet ou le différer.

Dans cette étape, les compétences clés du créateur nous apparaissent être les suivantes.

- **Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une « bonne » opportunité de création.**
- **Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante, c'est-à-dire susceptible de conduire à la rentabilité de la future activité.**
- **Savoir sélectionner les opportunités qui sauront résister à l'usure du temps et à la compétition. De telles opportunités permettent de disposer d'avantages concurrentiels durables.**
- **L'analyse de situation et l'approche globale constituent des outils très efficaces pour réaliser ce travail d'évaluation.**

Dans certains cas et notamment pour des projets innovants, l'évaluation de l'opportunité passe par des phases de recherche et développement, de prototypage, d'essais et d'expérimentations destinées à vérifier la faisabilité du concept.

## **1-2 Conception et formulation du projet de création**

Après avoir identifié l'opportunité et défini les grandes lignes du projet, il faut tout mettre en œuvre pour faire de l'opportunité une activité économiquement rentable. De jouable et réaliste, le projet doit se déplacer vers la position de réalisable. À ce stade, différentes études doivent être conduites : l'étude de marché, l'étude industrielle, l'étude financière et l'étude juridique. Toutes ces études permettent de répondre aux nombreuses questions qui se posent et d'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaires ou business plan. Ces études permettent également de positionner le projet, de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente.

### **1-2-1 Comment positionner le projet?**

Le positionnement du projet du créateur, est fonction d'un croisement entre les aspirations et les buts du créateur, ses ressources et compétences et les possibilités de l'environnement. Pour cela, il est nécessaire que le créateur puisse identifier dans l'environnement, les facteurs de succès, les contraintes et les marges de manœuvre possibles. Pour affiner le positionnement, il faut que le créateur développe, d'autre part, une vision du couple individu/jeune entreprise à l'horizon 3/5 ans. Où en sera l'entreprise à cette date? Quels seront la position et le rôle de l'entrepreneur ? Pour réaliser ce travail de positionnement, les analyses liées à la recherche de la meilleure adéquation possible entre le créateur et son projet s'avèrent très utiles.

### **1-2-2 Comment calibrer et structurer le projet?**

Structurer le projet implique dans certains types de création d'entreprise de constituer une équipe présentant des complémentarités et des compatibilités de caractère et de motivation. Calibrer le projet revient à apprécier dans quelle mesure les ressources mobilisées constituent une bonne rampe de lancement et de développement des activités. Ces ressources sont bien évidemment financières, mais aussi technologiques, industrielles et commerciales.

### **1-2-3 Comment formaliser une stratégie pertinente?**

La stratégie de démarrage et la stratégie de développement doivent se retrouver dans le business plan. Elle expose avec précision, le positionnement de l'entreprise, sa vocation et son métier, et le bénéfice pour le client.

La stratégie doit montrer le degré de cohérence entre les facteurs clés de succès identifiés et leur contrôle/maîtrise par l'entreprise, à travers ses compétences et ses ressources.

On peut les résumer aux points suivants:

- Rechercher la meilleure adéquation possible créateur/projet de création et entrepreneur/ situation future;
- Être lucide, réaliste et pragmatique;
- Rechercher les cohérences, les complémentarités et les compatibilités à tous les niveaux et entre acteurs clés ;
- Être clair sur la stratégie et en particulier le bénéfice pour le client; - rechercher des avantages concurrentiels durables.

### **1-3 Montage juridique et financement du projet**

Le montage juridique est important. Le choix d'une structure juridique a des conséquences fiscales et sociales sur le créateur et sa famille. Il est souhaitable de décider en parfaite connaissance des tenants et des aboutissants. D'autre part, la sélection du statut juridique de l'entreprise doit être faite en fonction du contexte stratégique, financier et humain.

Mais le montage juridique ne se limite pas au seul choix d'une structure juridique. Il est nécessaire aussi de sécuriser, autant que possible, les relations avec les tiers : salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants. Enfin, dans le cas de la création d'entreprise innovante, il faut maîtriser les techniques de protection et de valorisation-négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels.

Le financement est un aspect critique de la vie du projet. C'est de lui que vont dépendre le lancement et le développement de l'activité. Il faut convaincre les investisseurs de l'opportunité et de la faisabilité du projet. Le business plan permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. À ce stade, le créateur doit parfaitement maîtriser son projet et être capable de répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers éventuels. Les investisseurs seront différents selon la nature et la phase du projet. Par exemple, dans les projets de création-innovation ou « innovation aventure », compte tenu de la prise de risque les investisseurs seront des Business Angels et des capital-risqueurs alors que pour des projets de type création-reproduction ou création-imitation, les partenaires financiers seront plus couramment des banquiers. La recherche de financement est un processus qui peut prendre plus ou moins de temps en fonction de l'importance des besoins et de la complexité du dossier.

#### **Facteurs clés pour un montage juridique et financier**

- Avoir une parfaite connaissance du dossier.

- Se procurer des informations précises sur les partenaires financiers éventuels que l'on souhaite contacter: leur vocation, leurs pratiques, leurs conditions d'intervention.
- Avoir une idée des cadres juridiques et fiscaux, mais ne pas hésiter à prendre un conseiller juridique et dans le cas d'une innovation, un expert en droit de la propriété industrielle.
- Ne pas sous-estimer ou négliger les aspects juridiques. S'efforcer d'analyser les conséquences d'une décision donnée sous l'angle juridique.

#### **1-4 Lancement des activités**

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marche de l'entreprise. Pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses partenaires soient concrétisés. Sur le plan légal, le dossier de constitution de l'entreprise a été déposé au Centre de Formalités des Entreprises. Au niveau financier, les comptes courants bancaires sont ouverts et les ressources financières utiles au démarrage, apports en capital, prêts bancaires, sont disponibles.

À partir de là, les activités, commerciales, industrielles et logistiques peuvent démarrer. Il faut s'efforcer d'obtenir sans délai, si cela n'est pas déjà fait, les premières commandes et commencer la production.

Cette période va de la création juridique jusqu'à l'atteinte du point d'équilibre opérationnel ou point mort opérationnel. Le point mort étant le niveau du chiffre d'affaires où l'ensemble des charges, variables et fixes, sont complètement absorbées par les marges dégagées. Dans certains cas, cela peut prendre plusieurs années d'où l'importance d'un suivi régulier des affaires et de l'application de principes et règles de gestion stricts. On peut les résumer schématiquement par le contrôle et la maîtrise des prix de revient, la surveillance des niveaux de stock, la maîtrise des investissements et la gestion de la qualité. Le but du jeu est d'éviter les écarts et les dérapages trop importants entre les prévisions et les réalisations. Si les écarts sont inévitables, il faut engager le plus rapidement possible les actions correctrices.

**Pour réussir le lancement des activités**

- Ne pas perdre de temps
- Aller droit à l'essentiel : obtenir des clients et des commandes
- Avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs et piloter réellement sa jeune entreprise
- Bien utiliser ses ressources
- Ajuster la stratégie dès que nécessaire

**CONCLUSION**

Ce détour conceptuel nous permet d'introduire et de justifier l'importance de la nécessité d'élaborer un processus bien réel de création d'entreprises pour étudier projets de création, à propos desquels nous avons cherché à comprendre les processus d'élaboration d'une vision et d'une connaissance de création. L'objectif est de comprendre comment les créateurs ont-ils désigné les démarches de création et d'entrepreneuriat et quels sont les comportements et pratiques étudiés. L'explication conceptuelle poursuit un double objectif : rétablir de façon évolutif le processus d'approche de création et comprendre la manière dont les créateurs ont organisé leur contexte de réflexion et d'action. Enfin, sur la base des constats réalisés.

# **CONCLUSION GENERALE**

Pour répondre à notre problématique, nous nous sommes référés à un cadre théorique et à une méthodologie de recherche. Nous avons abordé la thématique d'un point de vue théorique tout en définissant tous les termes et expliquant tous les points essentiels à la contribution de ce mémoire.

Dans le premier lieu, nous avons fait recours à une vaste littérature sur l'intention entrepreneuriale, dans laquelle nous avons exposé les approches théoriques et les modèles d'intention entrepreneuriale. Après nous avons élaboré des éclaircissements sur les différents concepts liés à l'intention entrepreneuriale à savoir l'entrepreneuriat, l'entrepreneur.

Et en second lieu, nous avons parlé des généralités sur le processus de création d'entreprises (petite et moyen entreprise) tout en présentant les différentes étapes essentielles qui interviennent dans la planification d'un projet.

Tous travail de recherche connaît des limites, pour notre recherche nous pouvons dire que la plus importante est de l'intention elle-même, elle est séparée de l'acte d'entreprendre, certes, toutes les intentions entrepreneuriales des étudiants ne sont pas concrétisées, ou bien ne sont traduit qu'après un certain délai après l'obtention du diplôme.

En guise de conclusions, nous pouvons avancer qu'aujourd'hui, que l'université algérienne est interpellée à développer des programmes d'enseignements et des formations sensibilisant, formant et accompagnant les étudiants à la création d'entreprise, pour les amener créer de leurs propres entreprises. A travers la transmission des connaissances nécessaires aux étudiants qui influencent sur les valeurs, les attitudes et les motivations, aussi elles les incitent à prendre des risques conscients pour le développement de nouvelles organisations créatrices de valeur ajoutée, et par conséquent le développement économique.

Cependant, tout travail humain ne peut être parfait des regrets subsistes car notre cadre théorique reflète les très peu d'ouvrages auxquels nous avons eus accès, nous aurions aimé faire une enquête de terrain. Nous aurons aussi aimé élargir notre enquête vers les étudiants qui sont déterminé à réaliser un projet de création d'entreprise et de connaître leur intention mais à cause de cette pandémie on a pu que s'arrêter là.

## Bibliographie

- **Alain Fayolle** « entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre » , Ed dunod , paris
- **Alain Fayolle 2012 (stratégie de l'entreprise) l'entrepreneuriat Dunod, Paris, de la page 153 a 157**
- **Alain Fayolle 2012 (stratégie de l'entreprise) l'entrepreneuriat Dunod, Paris, de la page 162 a 166**
- **BOISSIN Jean-Pierre, CHOLLET Barthélemy, EMIN Sandrine (2007).** « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise. Un état des lieux », Revue française de gestion 2007/11 (n° 180), p. 25-43
- **Colot Olivier** « la transmission des PME familiales non cotées :approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». 2007 , p 19
- **Coster, Michel. 2009. Entrepreneuriat. Paris: Pearson Education XXIV-360p.**
- **F. JANSSEN** 2016 (Entreprendre une introduction a l'entrepreneuriat) 2<sup>eme</sup> édition Nb. de pages464
- **FAYOLLE Alain (2011).** « Enseignez, enseignez l'entrepreneuriat, il en restera toujours quelque chose », Entreprendre & Innover 2011/3 (n° 11-12), p. 147-158
- **FILION, L,** (1997). « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale P.M.E., 10(2), 129–172. <https://id.erudit.org/iderudit/1009026ar>
- **FILION, L.J. (1991),** «Vision et relations: éléments pour un méta-modèle entrepreneurial», International Small Business Journal, vol. 9, n ° 2, janvier, p. 26-40
- **GARTNER** (1993, p. 238).
- **GASSE Yvon, (2003).** « L'entrepreneuriat à l'université laval: intérêt, intention, prévalence et besoins des étudiants ». Document de travail 2003-032.
- **GRIBAA Fafani** (10 janvier 2013). « Les déterminants de l'intention environnementale des dirigeants des pme : cas de l'industrie du textile-habillement tunisienne », thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion institut supérieur de gestion de Sousse.

- **Julien** (1997) in ; « Amghar, essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneuriale au développement du territoire, cas de BBA, mémoire de magistère en science de gestion, université de Bejaia »2009 p20
- **Julien et Morel** (1986) in : « wtterwulghe, La PME est une entreprise humaine, Ed, De Boeck, 1998, p 13"
- **KOUBAA Salah, EL OUZZANI Khaled echchahdi, YASSINE Sara**, (2014). « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME 29, 30 et 31 Octobre, Agadir. <https://www.researchgate.net/publication/280944003>
- **MOULOUGUI Aude Moussa** (2012). « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales ». Psychologie. Université Charles de Gaulle - Lille III, 2012. Français.
- **MOREAU, R. & RAVELEAU, B.** (2006). « Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale ». Revue internationale P.M.E, 19(2), 101–131. Volume 19, Number 2.
- **TOUNES. A** (Décembre 2003p 30 ). « Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE » ; thèse pour le Doctorat en Science de Gestion ; Université de ROUEN.
- **TOUNES Azzedine** (2006). « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », La Revue des Sciences de Gestion 2006/3 (n°219), p. 57-65. <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2006-3-page-57.htm>
- **SCHUMPETER** 1991 (théorie de l'évolution économique
- **VERSTRAETE Thierry** (2012). « Entrepreneuriat : de la théorie à la pratique » nouvelle rubrique de la Revue de l'Entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat 2012/4 (Vol. 11), p. 61-65. <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2012-4-page-61.htm>

### Sites internet

- <https://www.researchgate.net/publication/280944003>

## Thèses et mémoires

- Le grand livre de l'entrepreneuriat édition DINOD, Paris 2013
- Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre , 2ème édition , Alain Fayol édition DUNOD, Paris 2012
- Mémoire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants des écoles du pôle universitaire de Koléa ENSM-EHEC-ESC, 2018
- Les cahiers du cread n110
- Rapport du stage : « PROCESSUS DE CRÉATION d'ENTREPRISES : CAS dE PALANIA d'Akbou », 2018

## TABLES DES MATIERE

**Remerciements**

**Dédicaces**

**Liste des abréviations**

**Liste des figures**

**Introduction générale .....1**

**CHAPITRE (I) L'intention entrepreneuriale : concepts et définitions...2**

**Section 1 : généralités sur l'intention entrepreneuriale .....4**

**1. Entrepreneuriat.....4**

1.1 définitions .....4

1.2. Les différentes formes d'entrepreneuriat.....4

1.2.1 Formes entrepreneuriales.....6

**2. Entrepreneur.....6**

2.1. Définitions.....6

2.2. Typologies d'entrepreneur.....7

2.3 Les caractéristiques de la personnalité de l'entrepreneur.....8

**3. Intention entrepreneuriale.....10**

3.1. Définitions.....10

3.2. La place de l'intention entrepreneuriale au sein du processus  
entrepreneurial.....12

**Section 2 : Les déterminants de l'intention entrepreneuriale et  
parcours de la modélisation du processus entrepreneurial.....13**

1. Le déclenchement du processus.....13

2. L'engagement total et le passage à l'acte.....15

3. La survie, l'échec ou le développement.....16

3-1 La cohérence au sein du système.....16

3-2 L'apprentissage permet de renforcer la cohérence du système...	17
<b>4. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale.....</b>	<b>18</b>
4.1. L'image perçue vers l'entrepreneuriat et l'entrepreneur.....	18
4.2. La formation en entrepreneuriat.....	19
4.2.1. Définitions.....	19
4.2.2. Niveau d'intervention des programmes de formation.....	20
4.2.3. Les méthodes pédagogiques.....	21
4.3. La sensibilisation à l'entrepreneuriat .....	22
4.3.1. Définitions.....	22
4.3.2. Objectifs de la sensibilisation à l'entrepreneuriat.....	23

## **Chapitre 2 : La création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat**

### **Section 1 : Généralités sur le processus de création d'entreprises (petite et moyen entreprise).....**

1-Définition de la PME.....	26
2- Caractéristique des PME.....	27
3-Les types de créations.....	28
4-Les atouts et les faiblesses des PME.....	29
5- enjeux et risque dans la création d'entreprise.....	30
5-1 Les principales causes de défaillance des jeunes entreprises en création	
5-1-1 Les causes principales d'avortement des projets de création d'entreprise.....	31
5-1-2 Les causes principales de défaillance des entreprises nouvellement créées.....	32
5-2 Pour réussir son projet de création d'entreprise.....	32

### **Section 2 : Les étapes pour la planification d'un projet.....**

<b>1-les étapes de la création d'entreprise.....</b>	<b>34</b>
--	-----------

1-1	Évaluation de l'opportunité de création d'entreprise.....	35
1-2	Conception et formulation du projet de création.....	36
1-2-1	Comment positionner le projet?.....	36
1-2-2	Comment calibrer et structurer le projet?.....	36
1-2-3	Comment formaliser une stratégie pertinente?.....	36
1-3	Montage juridique et financement du projet.....	37
1-4	Lancement des activités.....	38

<b>Conclusion Générale.....</b>	<b>40</b>
---------------------------------	-----------

## **Bibliographie**

## Résumé

Cette recherche vise à étudier non seulement l'intention de créer une entreprise, mais aussi les attitudes envers la création d'une entreprise et les perceptions des normes sociales et leur impact sur la capacité à mener un processus entrepreneurial. Nos résultats révèlent l'importance des attitudes associées au comportement dans l'intention entrepreneuriale. La culture entrepreneuriale joue un rôle très important. Que peut-être alors l'impact des normes sociales sur l'intention entrepreneuriale ? Dans nos résultats, nous avons trouvé que seule l'influence des intentions des condisciples est significative. Les contraintes financières, les informations pouvant être transmises ainsi que la formation en création d'entreprise, en d'autres termes tout ce qui se rapporte aux perceptions du contrôle comportemental, ont un effet non significatif sur l'intention. Dans ce sens pouvons-nous affirmer que la formation entrepreneuriale suivie par l'étudiant pourrait s'ajouter à sa réalité sociale et, de fait, influencer sur le choix de la profession future de l'étudiant, tant que cette formation peut s'intégrer dans de nouveaux modèles, de nouvelles attitudes qui sont de nature à modifier le comportement des individus .