

Université d'Oran 2 Mohamed BEN AHMED

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Thèse

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat « L.M.D » :

En Sciences de gestion

Option : Entrepreneuriat et Management des PME

L'accompagnement entrepreneurial en Algérie : les pratiques et les enjeux

Présentée et soutenue publiquement par :

Mme. CHALABI Ludmilla Rawande

Devant l'honorable jury composé de :

Mme. AIT HABOUCHE MIHOUB Ouahiba	**Professeure**	**Université d'Oran 2**	**Présidente**
M.BELGOUM Farid-	**Professeur**	**Université d'Oran 2**	**Rapporteur**
Mme SEKKAL Houria	**MCA**	**Université d'Oran 2**	**Examinatrice**
Mme BOURI Nassima	**Professeure**	**ESE Oran**	**Examinatrice**
M. BAHBAH Ahmed Brahim	**MCA**	**ENSTTIC**	**Examinateur**

L'année universitaire : 2024-2025

« La connaissance du réel est une lumière qui projette toujours quelque part des ombres. Elle n'est jamais immédiate et pleine. Les révélations de la connaissance sont toujours des éclaircissements sur des points précis, des organisations de l'ignorance. »

— Gaston Bachelard, *La formation de l'esprit scientifique* (1934)

Dédicace

À la mémoire de mon père bien-aimé, le Docteur Ismet CHALABI, dont les enseignements, la bienveillance et l'amour du savoir ont illuminé mon chemin. Puissent ces pages honorer ton héritage et ta passion pour la connaissance.

À ma chère mère Mina HAKIKI, dont le soutien inconditionnel et les sacrifices ont été ma force, et à mon frère Rostom CHALABI, complice de toujours.

À mes enfants bien-aimés, ILYAN et ISMET, vous êtes ma fierté et ma raison d'avancer chaque jour. Que cette thèse vous inspire à poursuivre vos rêves avec persévérance.

À ma famille, mes amis et tous mes proches qui m'ont encouragé dans les moments de doute, merci pour votre présence, votre affection et votre confiance.

Cette thèse est le fruit de nos chemins partagés.

Remerciement

"Je rends grâce à **ALLAH**, source infinie de savoir et d'inspiration, pour la persévérance et la force qu'il m'a accordées afin de mener à bien cette thèse.

Je suis profondément reconnaissant envers **l'Université d'ORAN 2** et son corps enseignant pour l'opportunité de ces années de recherche et pour leur soutien constant aux doctorants.

Toute ma reconnaissance va à **Monsieur Belgoum Farid**, mon directeur de thèse, dont l'encadrement précieux, la rigueur scientifique et la disponibilité ont été essentiels à ce travail. Ses conseils éclairés et son soutien indéfectible ont été des piliers majeurs de sa réussite.

Je remercie également les enseignants-chercheurs qui ont enrichi ma formation et ce projet par leurs remarques constructives : **Mme.SEKKAL Houria, Mme.Aït Habouche Mihoub Ouahiba, M. Lahlou Cherif, Mme.Benmassaoud Khadidja, Mme.BOURI Nassima, M. BAHBAH Ahmed Brahim**, pour leurs enseignements et leur bienveillance.

Une pensée spéciale pour **Mme.Guerroudj Soulef**, dont la gentillesse et l'aide discrète m'ont grandement facilité le quotidien durant ce parcours exigeant.

Enfin, je n'oublie pas mes collègues doctorants, amis et proches, dont les encouragements et la présence ont rendu cette aventure intellectuelle et humaine inoubliable."

Liste des tableaux :

Table 1.Managers, capitalists and entrepreneurs 16
Table 2.Comparatif entre les modèles de Timmons et de Drucker 17
Table 3.Formes d'entrepreneuriat selon les motivations chez les porteurs de projet(Pesqueux, 2024) 19
Table 4.Classification des typologies de l'entrepreneuriat dans les secteurs traditionnels, innovant et émergent 23
Table 5.comparaison et analyse de quelques-uns des modèles les plus influents 44
Table 6.Répartition des répondants selon le genre 115
Table 7.Répartition des répondants selon l'age 115
Table 8.Répartition des répondants selon le parcours académique 116
Table 9.Répartition des répondants selon le statut professionnel 117
Table 10.Répartition des répondants selon l'expérience en entrepreneuriat 118
Table 11.Fiabilité des dimensions de l'accompagnement entrepreneurial 123
Table 12.Pertinence des services d'accompagnement 124
Table 13.Expertise des intervenants 124
Table 14.Accès aux ressources financières 125
Table 15. Développement des compétences entrepreneuriales 126
Table 16.Réseaux et partenariats 126
Table 17.Test T pour Échantillon Unique (One-Sample Test) 128
Table 18. ANOVA (Age) 129
Table 19.ANOVA (le parcours académique) 130
Table 20.ANOVA (L'expérience entrepreneuriale) 131
Table 21.Analyse de la Matrice de Corrélation 134
Table 22.KMO and Bartlett's Test 137
Table 23.Communalités (Communalities) 139
Table 24.Variance Totale Expliquée 140
Table 25.Matrice des Composantes 143
Table 26.Analyse de la Matrice de Transformation 144

Liste des figures :

Figure 1. The Timmons Model of the Entrepreneurial Process(Ghee, 2018) 17
Figure 2.De la découverte à l'exploitation entrepreneuriale(Messeghem, 2006) 20
Figure 3. Activité entrepreneuriale (Adapté de Isenberg, 2011) 69
Figure 4. Répartition des répondants selon le genre 115
Figure 5.Répartition des répondants selon l'age 116
Figure 6.Répartition des répondants selon le parcours académique 117
Figure 7.Répartition des répondants selon le statut professionnel 118
Figure 8.Répartition des répondants selon l'éxperience en entrepreneuriat 119
Figure 9.Courbes analyse LSD 133
Figure 10.Scree Plot 142

Introduction générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat, en tant que moteur de transformation économique et sociale, joue un rôle essentiel dans le développement des sociétés modernes. Il incarne l'esprit d'initiative et d'innovation, permettant de concrétiser des idées en entreprises créatrices de richesse et d'emplois. Historiquement, il a été un levier central de croissance, stimulant les marchés et favorisant l'adoption de nouvelles technologies. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat n'est plus simplement perçu comme un outil de création de valeur économique, mais aussi comme un moyen d'apporter des solutions aux défis sociaux et environnementaux.

L'entrepreneur et l'entrepreneuriat sont implicitement (et plus rarement explicitement) considérés comme étant à l'origine de la genèse de l'organisation et c'est en cela que les développements qui suivent trouvent leur place dans un texte consacré aux perspectives organisationnelles contemporaines et c'est d'action organisée dont il est question avec cela. Entrepreneur et entrepreneuriat se situent aussi en filiation avec les conduites d'anticipation, l'entrepreneuriat mettant plus spécifiquement l'accent sur ce qui est aujourd'hui qualifié de « processus entrepreneurial »(Pesqueux, 2024).

Face à la complexité des environnements économiques, l'accompagnement entrepreneurial est devenu une composante clé pour soutenir les entrepreneurs. Ce processus regroupe un ensemble de dispositifs, tels que le mentorat, le coaching, et les formations, visant à renforcer les compétences des entrepreneurs et à réduire les risques inhérents à la création et à la gestion d'une entreprise. L'accompagnement se structure autour de plusieurs acteurs, dont les incubateurs, qui offrent des espaces et des ressources pour transformer des idées innovantes en projets viables.

En Algérie, les incubateurs occupent une place croissante dans le paysage entrepreneurial. Ils constituent des plateformes essentielles pour les start-ups, en leur fournissant un environnement favorable à leur développement. En parallèle, l'écosystème entrepreneurial algérien, bien qu'en pleine évolution, fait face à des défis importants, notamment en matière de financement, de formation et de coordination entre les différents acteurs.

Cet état des lieux met en lumière l'importance d'une approche intégrée, associant entrepreneuriat, accompagnement et incubateurs, pour stimuler un écosystème entrepreneurial dynamique en Algérie. Les initiatives en cours, qu'elles soient publiques ou privées, démontrent un engagement croissant en faveur de l'émergence de nouvelles générations d'entrepreneurs, capables de relever les défis économiques et sociaux du pays.

Si l'entrepreneuriat apparaît comme un levier incontournable pour le développement économique, son succès dépend en grande partie de la qualité de l'accompagnement offert aux porteurs de projets. En Algérie, où les obstacles structurels (difficultés d'accès au financement, manque de réseaux professionnels, insuffisance des compétences managériales) entravent souvent la croissance des PME, l'évaluation des dispositifs d'accompagnement devient un enjeu crucial. Le Centre de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) de l'Université d'Oran 2 représente un acteur central dans cet écosystème, mais l'efficacité réelle de ses services reste peu documentée.

Cette thèse doctorale adopte une double approche, théorique et empirique, pour apporter une contribution significative à la compréhension des dynamiques entrepreneuriales en Algérie. D'un point de vue scientifique, elle vient enrichir la littérature académique sur les dispositifs d'accompagnement dans les contextes émergents, en proposant un cadre d'analyse adapté aux spécificités de l'écosystème algérien. Sur le plan pratique, l'étude vise à établir un diagnostic précis des forces et faiblesses du dispositif du CDE, permettant de formuler des recommandations opérationnelles pour améliorer l'efficacité de l'accompagnement entrepreneurial.

La valeur ajoutée de cette recherche réside dans sa capacité à produire des connaissances actionnables : les résultats obtenus pourront directement alimenter les réflexions des décideurs publics et des responsables des structures d'accompagnement. En identifiant les facteurs clés de succès et les points de blocage dans le parcours des entrepreneurs accompagnés, cette thèse propose une grille de lecture utile pour repenser les politiques de soutien à l'entrepreneuriat, dans l'objectif final de stimuler la création d'entreprises compétitives et innovantes en Algérie.

Problématique de Recherche

L'accompagnement entrepreneurial joue un rôle clé dans la réussite des entreprises, notamment en Algérie où les défis structurels (accès au financement, manque de réseaux, compétences managériales) freinent le développement des PME. Le Centre de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) en Algérie propose des services d'accompagnement, mais leur efficacité reste peu évaluée. Cette thèse cherche à analyser :

Dans quelle mesure les services d'accompagnement du CDE de l'Université d'ORAN 2 répondent-ils aux besoins des porteurs de projets en Algérie ?

Cette étude cherche à analyser l'impact des services d'accompagnement du CDE sur le développement des projets entrepreneuriaux, en se focalisant sur cinq dimensions principales :

1. **Pertinence des services d'accompagnement entrepreneurial**
2. **Expertise des intervenants**
3. **Accès aux ressources financières**
4. **Développement des compétences entrepreneuriales.**
5. **Réseaux et partenariats**

Hypothèses de Recherche

Hypothèse Principale (H_0)

L'accompagnement entrepreneurial du CDE a un impact positif significatif sur le développement des projets des entrepreneurs algériens.

Cette hypothèse positionne les hypothèses secondaires suivantes :

H_1 – Pertinence des services

Plus les services d'accompagnement (mentorat, formation, accès aux réseaux) sont adaptés aux besoins des entrepreneurs, plus l'accompagnement est perçu comme efficace.

H_2 – Expertise des intervenants

L'expertise technique et entrepreneuriale des intervenants du CDE est un déterminant clé de la qualité de l'accompagnement fourni.

H_3 – Accès aux ressources financières

La capacité du CDE à faciliter l'accès aux financements renforce l'efficacité perçue de son accompagnement.

H_4 – Développement des compétences

L'accompagnement est jugé plus efficace lorsque le CDE propose des formations ciblées pour développer des compétences entrepreneuriales concrètes (gestion, pitch, stratégie).

H_5 – Réseaux et partenariats

L'intégration des porteurs de projets dans des réseaux professionnels via le CDE est un marqueur significatif de la qualité de l'accompagnement.

Objectif principal de la recherche

Cette recherche s'inscrit dans une démarche évaluative de l'efficacité des dispositifs et structures dédiés à soutenir l'émergence et le développement de l'entrepreneuriat au sein du contexte algérien. À travers une approche méthodologique rigoureuse, cette étude ambitionne de décrypter le paysage complexe de l'accompagnement, d'analyser les perceptions des entrepreneurs bénéficiaires et, in fine, de proposer des pistes d'amélioration pour les politiques publiques.

Le premier jalon de cette investigation réside dans l'établissement d'un cadre théorique solide. Une revue de littérature approfondie permettra de contextualiser l'entrepreneuriat dans ses dimensions conceptuelles, en explorant les différentes théories et modèles explicatifs. Cette étape préliminaire est essentielle pour asseoir une compréhension nuancée des enjeux et des défis spécifiques à l'écosystème entrepreneurial algérien.

Dans un second temps, l'étude se penchera sur la cartographie et l'analyse du paysage de l'accompagnement entrepreneurial en Algérie. Il s'agira de décrire minutieusement les dispositifs institutionnels en place, tels que l'ANADE, le CNAC, l'ANDI, l'ANGEM et le FNSM, en mettant en lumière leurs missions, leurs modalités d'intervention et leurs publics cibles. Parallèlement, une attention particulière sera accordée aux structures d'accompagnement dites innovantes, à l'instar des incubateurs, des accélérateurs et des pépinières d'entreprises, en examinant leur rôle et leur contribution dans la chaîne de valeur de l'entrepreneuriat.

Afin d'appréhender l'impact réel de ces dispositifs et structures, la recherche adoptera une perspective centrée sur les bénéficiaires. Une étude de cas sera menée auprès du Centre de Développement de l'Entrepreneuriat de l'Université d'Oran 2, en partenariat avec NESDA, visant à recueillir et à analyser la perception des entrepreneurs ayant bénéficié de ses services. Cette démarche qualitative permettra de mettre en lumière les aspects jugés pertinents, les attentes satisfaites ou déçues, et les éventuels axes d'amélioration du point de vue des principaux intéressés.

L'étape suivante consistera en une évaluation globale de l'accompagnement entrepreneurial en Algérie. À travers l'analyse des résultats d'une enquête menée auprès d'un échantillon représentatif d'entrepreneurs et d'acteurs de l'écosystème, cette phase identifiera les points forts et les faiblesses inhérents au système d'accompagnement actuel.

En conclusion, forte des enseignements tirés de l'ensemble de cette investigation, la recherche formulera des recommandations opérationnelles et des propositions concrètes pour

améliorer les politiques d'accompagnement entrepreneurial en Algérie. Ces recommandations, ancrées dans une analyse rigoureuse et une compréhension approfondie du contexte local, viseront à renforcer l'efficience des dispositifs existants, à favoriser l'émergence de nouvelles initiatives et, in fine, à consolider un écosystème entrepreneurial dynamique et pérenne au service du développement économique et social du pays.

La méthodologie employée

Afin d'évaluer de manière approfondie et nuancée l'impact des services d'accompagnement entrepreneurial, cette recherche adopte une approche méthodologique mixte, combinant des méthodes quantitatives et qualitatives. Cette triangulation méthodologique permet de recueillir des données à la fois généralisables et contextualisées, offrant ainsi une compréhension riche et robuste du phénomène étudié.

Dans sa dimension quantitative, la recherche s'appuie sur une enquête par échelle de Likert administrée aux entrepreneurs ayant bénéficié de l'accompagnement du Centre de Développement de l'Entrepreneuriat de l'Université d'Oran 2, en partenariat avec NESDA. L'instrument de mesure, structuré en une échelle de cinq à sept points allant de "Pas du tout d'accord" à "Tout à fait d'accord", vise à quantifier les perceptions des entrepreneurs concernant des dimensions essentielles de l'accompagnement. Ces dimensions incluent notamment la pertinence des services proposés, l'expertise des intervenants mobilisés et la facilité d'accès aux ressources financières. L'analyse statistique des données recueillies permettra d'identifier des tendances générales et de mesurer l'intensité des opinions exprimées par les répondants.

Le choix de cette méthodologie mixte se justifie par la complémentarité des approches. L'approche quantitative permet une évaluation standardisée et potentiellement réplicable à l'échelle internationale, facilitant les comparaisons et l'identification de recommandations pratiques basées sur des données probantes, telles que l'adaptation de modules de formation. L'approche qualitative, quant à elle, permet d'atténuer les limites inhérentes aux biais d'auto-déclaration souvent associés aux enquêtes, en offrant un éclairage plus profond sur les motivations et les expériences des entrepreneurs. La combinaison de ces deux approches renforce ainsi la validité et la fiabilité des conclusions de cette recherche, contribuant significativement à l'amélioration des politiques d'accompagnement entrepreneurial aux niveaux institutionnel et national.

La structure de these

La présente thèse se penche sur une thématique d'une importance capitale pour le développement socio-économique de l'Algérie : l'accompagnement entrepreneurial. Dans un contexte global où l'entrepreneuriat est de plus en plus reconnu comme un moteur essentiel de l'innovation, de la création d'emplois et de la croissance économique, il est crucial d'examiner avec rigueur les mécanismes mis en place pour soutenir l'émergence et le développement de nouvelles entreprises. L'Algérie, forte d'un potentiel humain et de ressources significatives, a entrepris diverses initiatives pour encourager et structurer son écosystème entrepreneurial. Cette recherche vise à analyser en profondeur les fondements théoriques de l'entrepreneuriat, à cartographier et évaluer les dispositifs d'accompagnement existants en Algérie, et à proposer des recommandations éclairées pour renforcer leur efficacité et leur impact sur le terrain.

La thèse est structurée en quatre chapitres principaux. Le premier chapitre posera les fondations théoriques en explorant l'évolution des définitions et des typologies de l'entrepreneuriat, ainsi que les modèles et les facteurs clés du processus entrepreneurial. Le deuxième chapitre se concentrera sur le contexte algérien, en analysant les fondements et le cadre institutionnel de l'accompagnement entrepreneurial, ainsi que les dispositifs innovants et les perspectives pour l'écosystème. Le troisième chapitre présentera le cadre méthodologique de la recherche empirique, en détaillant le choix de l'outil de recherche et la présentation de l'échantillon étudié. Enfin, le quatrième chapitre exposera et discutera les résultats de l'enquête empirique, pour ensuite formuler des implications théoriques et pratiques, ainsi que des recommandations opérationnelles et politiques

La conclusion générale de cette thèse synthétisera les principaux apports de la recherche. Nous rappellerons les objectifs initiaux et résumerons les principales conclusions tirées de l'analyse théorique et de l'enquête empirique. Nous soulignerons les contributions de cette recherche à la compréhension de l'accompagnement entrepreneurial en Algérie et mettrons en perspective les limites de l'étude et les pistes de recherche futures. En définitive, cette thèse ambitionne de fournir une analyse approfondie et des recommandations constructives pour renforcer l'écosystème entrepreneurial algérien à travers un accompagnement plus pertinent et efficace.

Chapitre I :

Les Fondements et Dynamique Entrepreneuriale

Introduction :

L'entrepreneuriat, moteur dynamique de l'économie mondiale, se définit comme la capacité d'initier, d'organiser et de gérer une entreprise, en assumant les risques financiers et opérationnels inhérents à cette démarche (Audretsch, 2020). Bien plus qu'une simple création d'activité, il incarne un état d'esprit, une volonté d'innover, de résoudre des problèmes et de saisir les opportunités qui se présentent.

Son évolution à travers l'histoire témoigne d'une adaptation constante aux mutations économiques, sociales et technologiques. Des artisans et commerçants des premières civilisations aux figures emblématiques de la révolution industrielle, l'esprit d'entreprise a toujours été présent, bien que ses formes et ses échelles aient considérablement changé. L'avènement de l'ère numérique a propulsé une nouvelle vague d'entrepreneuriat, caractérisée par la rapidité de diffusion des idées, la facilité d'accès aux marchés mondiaux et l'émergence de modèles économiques disruptifs.

Notre intérêt pour l'entrepreneuriat découle d'une conviction profonde de son rôle essentiel dans le progrès et le développement. Il représente une force créatrice d'emplois, un catalyseur d'innovation et un vecteur de solutions aux défis contemporains. Observer la passion, la résilience et l'ingéniosité des entrepreneurs, leur capacité à transformer une vision en réalité et à impacter positivement leur environnement, suscite une admiration et une motivation profondes. Comprendre les mécanismes de cette dynamique, les facteurs de succès et les obstacles rencontrés, nous apparaît fondamental pour appréhender les enjeux économiques actuels et futurs. C'est dans cette optique d'apprentissage et de contribution potentielle que notre intérêt pour l'entrepreneuriat se manifeste avec autant de force.

Section 1 : Évolution des Définitions et Typologies de l'Entrepreneuriat

1. Définitions de l'entrepreneuriat :

1.1. Richard Cantillon (1734) :

Avant Cantillon, les analyses économiques étaient largement imprégnées de considérations philosophiques et théologiques. Les scolastiques espagnols, par exemple, ont intégré des questions économiques à leurs systèmes philosophiques, initiant ainsi une réflexion plus systématique sur les phénomènes économiques. Les mercantilistes, quant à eux, ont privilégié une approche pragmatique, axée sur les politiques commerciales et l'enrichissement des nations. Leurs analyses, souvent motivées par des intérêts particuliers, manquaient d'un cadre théorique rigoureux. Les critiques des mercantilistes, tout en apportant des nuances importantes, n'ont pas non plus réussi à élaborer une théorie économique cohérente. C'est dans ce contexte que l'œuvre de Cantillon apparaît comme une rupture : il pose les bases d'une approche plus scientifique de l'économie, en introduisant des concepts et des analyses qui seront repris et développés par les économistes classiques.

Cantillon est souvent considéré comme l'un des premiers à définir l'entrepreneuriat. Il décrit l'entrepreneur comme une personne qui prend des risques dans un environnement incertain, affirmant que « **l'entrepreneur est un agent qui rassemble des matériaux/intrants pour produire des biens à un prix spécifique et qui, par la coordination de ces intrants, produit des biens dont le prix de vente est incertain par rapport au coût de production » (Cantillon, 1755).** Cette définition met en avant le risque et l'incertitude inhérents à l'entrepreneuriat.

Cantillon a abordé la géographie économique et l'entrepreneur en montrant que la taille et l'emplacement d'un village sont déterminés par les décisions de production entrepreneuriales des propriétaires fonciers. Ces décisions déterminent à la fois les types de production et la quantité de travail nécessaire. Elles déterminent également le nombre d'agriculteurs-entrepreneurs et le nombre et le type d'artisans-entrepreneurs qui vivront dans le village. Si le propriétaire décide de vivre dans le village, cela affectera également la taille et la composition de la population du village. Cantillon souligne également le rôle des coûts de transport dans la géographie économique.

Également, il a abordé le rôle du marché du travail nous pouvons voir comment l'entrepreneur et l'entrepreneuriat jouent également le rôle de moteurs primordiaux sur les marchés du travail. Cantillon affirme que le travail qualifié est mieux payé que le travail non qualifié parce qu'il y a un coût d'opportunité du temps pour apprendre la compétence. Au sein de la catégorie des travailleurs qualifiés, les revenus différeront en fonction de la qualité, du coût de la formation, des risques et des dangers d'une profession et du degré de confiance que l'on doit placer dans les mains du travailleur. Pour Cantillon, les risques vont de pair avec les récompenses(Brown & Thornton, 2013).

Par conséquent, la quantité et le type de formation pour obtenir une certaine compétence dans le présent doivent être compensés par des salaires améliorés, bien qu'incertains, dans le futur. Les artisans-entrepreneurs, par exemple, courent le risque que les taux de salaire du marché pour leur profession soient plus bas dans le futur une fois que d'autres artisans seront formés et prêts à exercer. Ainsi, le nombre d'artisans dans un secteur d'activité donné doit être proportionné à la demande, de sorte que s'il y en a trop dans un endroit donné, les revenus baisseront et certains d'entre eux devront soit partir pour trouver du travail ailleurs, soit trouver un autre secteur d'activité.

Cantillon fait une distinction utile entre la « valeur intrinsèque » d'un produit et son prix de marché. Pour Cantillon, la valeur intrinsèque de tout bien ou service est la quantité et la qualité de la terre et du travail nécessaires pour produire des biens et la valeur de ces intrants est liée à leurs utilisations alternatives(Brown & Thornton, 2013).

Cantillon établit une équivalence entre la notion désuète de « valeur intrinsèque » et le concept moderne de « coût d'opportunité ». Selon lui, tandis que la valeur intrinsèque d'un bien demeure constante post-production, son prix de marché, fluctuant en fonction de la demande, reflète l'incertitude inhérente aux interactions économiques futures.(Cantillon, 1755)

La différence entre le prix de marché réel et le coût d'opportunité est la véritable mesure du profit et de la perte pour l'entrepreneur.

C'est donc non seulement à Cantillon que l'on attribue la découverte du concept de coût d'opportunité, mais on le retrouve dans l'essence même de sa théorie de l'entrepreneuriat.

1.2. Jean-Baptiste Say (1803) :

Jean-Baptiste Say est connu pour ses contributions au domaine de l'économie, notamment la loi des marchés, qui stipule que l'offre crée sa propre demande. Il a également souligné

l'importance de l'entrepreneuriat et le rôle de l'entrepreneur dans la conduite de la croissance économique. Les travaux de Say ont contribué à établir les fondements de l'économie classique(Cantillon & Say).

Say s'inscrit dans la lignée théorique initiée par Cantillon, qui met en avant l'entrepreneur comme figure centrale confrontée à l'incertitude. Tout en reprenant l'opposition cantilienne entre revenus certains et incertains, Say l'actualise dans un contexte de marché où les prix sont flexibles. Il souligne l'indépendance de l'entrepreneur, à l'exception notable de l'agriculture, et met en évidence sa position dominante dans l'économie. (Steiner, 1997).

Say a élargi la définition de Cantillon en y ajoutant une dimension économique. Il définit l'entrepreneur comme celui qui « crée de la valeur en rassemblant les ressources nécessaires à la production » (Say, 1846). Il introduit également le concept de profit comme moteur de l'activité entrepreneuriale.

Les idées de Say qui pourraient avoir un impact indirect sur le concept d'entrepreneuriat(Whatmore, 1998).

- Importance de l'Indépendance et de l'Effort Individuel : Cela pourrait se traduire par un soutien implicite aux entrepreneurs qui incarnent ces valeurs en prenant des risques et en créant leur propre entreprise.
- Vision de la Croissance Économique : Say est connu pour son optimisme quant à la croissance économique. Il est possible que l'ouvrage analyse ses idées sur le rôle des entrepreneurs dans la stimulation de la croissance et la création d'emplois.
- Rôle de l'État dans l'Économie : Say était favorable à une intervention limitée de l'État dans l'économie. L'ouvrage pourrait analyser comment cette vision affectait l'environnement propice à l'entrepreneuriat.

1.3. Joseph Schumpeter (1934) :

Joseph Schumpeter, un économiste autrichien du XXe siècle, a apporté une contribution significative à la théorie de l'entrepreneuriat en mettant l'accent sur le rôle de l'innovation comme moteur du développement économique.

Schumpeter a introduit le concept de "destruction créatrice", selon lequel l'innovation entraîne la destruction de l'ancien pour laisser place au nouveau. Ce processus dynamique, impulsé par les entrepreneurs, permet de renouveler les structures économiques et de stimuler la croissance.

Schumpeter a identifié cinq types d'innovation :

- Introduction de nouveaux produits ou services : Le lancement de produits ou services innovants peut créer de nouveaux marchés et modifier les comportements des consommateurs.
- Adoption de nouvelles méthodes de production : L'adoption de nouvelles techniques de production peut améliorer l'efficacité et réduire les coûts.
- Ouverture de nouveaux marchés : L'exploration de nouveaux marchés peut ouvrir des perspectives de croissance pour les entreprises.
- Développement de nouvelles sources d'approvisionnement : L'accès à de nouvelles sources de matières premières peut réduire les coûts et améliorer la compétitivité.
- Création de nouvelles structures de marché : L'innovation peut conduire à la création de nouvelles structures de marché, telles que des monopoles ou des oligopoles

Schumpeter a souligné le rôle crucial de **l'entrepreneur** dans le processus d'innovation. L'entrepreneur, selon lui, est un individu qui identifie les opportunités, mobilise les ressources nécessaires, et prend des risques pour mettre en œuvre de nouvelles idées.

Schumpeter a introduit l'idée que l'entrepreneuriat est intrinsèquement lié à l'innovation. Il déclare que **« l'entrepreneuriat est tout type de fonction innovante susceptible d'avoir une incidence sur le bien-être d'un entrepreneur »(Schumpeter, 2008).** Cette définition souligne le rôle central de l'innovation dans le processus entrepreneurial.

Sa première théorie (1911) s'est caractérisé par(Śledzik, 2013) :

- **Rupture avec la vision traditionnelle :** Schumpeter s'éloigne de la conception classique de l'entrepreneur comme simple organisateur de production ou commerçant. Il définit l'entrepreneur par sa fonction d'innovation.
- **Fonction entrepreneuriale :** L'entrepreneur est un innovateur qui exploite des inventions ou des possibilités technologiques nouvelles pour créer de nouveaux produits, ouvrir de nouveaux marchés ou réorganiser des industries.
- **Caractère pionnier :** L'entrepreneur est un visionnaire capable de "sortir des sentiers battus" et de rompre avec les traditions.
- **Distinction entre entrepreneur et capitaliste :** L'entrepreneur n'est pas nécessairement propriétaire du capital. Il peut lancer l'innovation, mais les bénéfices reviennent souvent au propriétaire de l'entreprise (le capitaliste).

- **Motivations de l'entrepreneur :** Schumpeter identifie plusieurs motivations pour l'entrepreneur, allant du désir de créer son propre empire à la satisfaction de la création et de la compétition.

Schumpeter a développé une théorie approfondie sur la façon dont le système capitaliste est influencé par les innovations de marché. Dans son ouvrage clé, "Capitalisme, Socialisme et Démocratie", publié en 1942, il décrit un processus qu'il nomme "destruction créatrice".

Ce concept illustre comment l'innovation constante, portée par les entrepreneurs, révolutionne en permanence la structure économique. De nouvelles industries émergent, tandis que d'autres déclinent, entraînant une mutation continue du paysage économique(Ziemnowicz, 2020).

Le rôle central de l'entrepreneur : Schumpeter met en avant l'entrepreneur comme l'acteur clé de ce processus. C'est lui qui introduit les innovations, qui repousse les limites existantes et qui crée de nouvelles opportunités. L'entrepreneur est un individu prêt à prendre des risques, à innover et à défier le statu quo.

Les grandes entreprises et l'innovation : Si Schumpeter a initialement souligné le rôle des petites entreprises dans l'innovation, il a par la suite reconnu l'importance croissante des grandes entreprises. Ces dernières disposent de ressources considérables leur permettant d'investir massivement dans la recherche et le développement.

Le cycle de l'innovation : Schumpeter décrit un cycle d'innovation caractérisé par les étapes suivantes(Ziemnowicz, 2020) :

- **L'innovation** : Un entrepreneur introduit une nouvelle idée, un nouveau produit ou un nouveau procédé.
- **Le monopole temporaire :** Cette innovation confère à l'entrepreneur un avantage concurrentiel temporaire, lui permettant de réaliser des profits élevés.
- **L'imitation :** Les concurrents cherchent à imiter cette innovation, ce qui entraîne une baisse des prix et une diminution des profits.
- **La destruction créatrice :** Les innovations successives rendent les anciennes technologies obsolètes et entraînent la disparition de certaines entreprises.

En résumé, la théorie de Schumpeter met en évidence le rôle central de l'innovation dans la dynamique économique. Elle souligne l'importance des entrepreneurs en tant que moteurs du

changement et décrit un processus continu de création et de destruction qui caractérise le capitalisme.

1.4. Peter Drucker :

Peter Drucker, figure emblématique du management, propose une vision de l'entrepreneuriat qui dépasse largement la simple création d'une nouvelle entreprise. Pour lui, l'entrepreneuriat est un processus systématique et rigoureux d'innovation et de création de valeur. Il s'agit d'identifier des opportunités et de les saisir, quelle que soit la taille ou le secteur de l'organisation.

Drucker définit l'entrepreneuriat comme une approche systématique et disciplinée de l'innovation et de la création de nouvelle valeur. Il ne s'agit pas simplement de créer une nouvelle entreprise, mais plutôt d'identifier des opportunités et de les saisir(Peter Drucker & Maciariello, 2014).

Caractéristiques clés de l'Entrepreneuriat (Nikoloski, 2016):

- **Innovation** : Introduction de nouveaux produits, services ou modèles commerciaux.
- **Prise de Risque Calculée :** Acceptation de risques mesurés pour saisir des opportunités.
- **Ingéniosité** : Capacité à trouver des solutions créatives avec des ressources limitées.
- **Leadership :** Aptitude à inspirer et à motiver les équipes pour atteindre des objectifs communs.
- **Adaptabilité :** Flexibilité pour s'adapter aux changements et aux incertitudes.

L'Économie Entrepreneuriale

Drucker soutient que le XXe siècle a assisté à un passage d'une économie managériale vers une économie entrepreneuriale. Ce changement a été propulsé par des facteurs tels que les avancées technologiques, la mondialisation, la déréglementation et l'évolution des valeurs sociétales. Dans cette économie, l'entrepreneuriat ne se limite pas aux startups, mais peut être appliqué à toute organisation, quelle que soit sa taille ou son ancienneté.

Les Principaux Moteurs de l'Économie Entrepreneuriale(Peter Drucker & Maciariello, 2014):

- **Progrès technologique** : L'évolution rapide de la technologie crée de nouvelles opportunités d'innovation et d'entrepreneuriat.

- **Globalisation :** L'interconnexion croissante de l'économie mondiale a ouvert de nouveaux marchés et de nouvelles opportunités pour les entrepreneurs.
- **Déréglementation** : La réduction de la réglementation gouvernementale a encouragé l'entrepreneuriat et l'innovation.
- **Évolution des valeurs sociétales :** Une plus grande importance accordée à la réussite individuelle et à l'autonomie a alimenté l'activité entrepreneuriale.

Drucker a élargi la compréhension de l'entrepreneuriat en le liant à la gestion et à l'innovation. Il affirme que **« les entrepreneurs innovent »,** soulignant que l'innovation est essentielle pour créer de nouvelles opportunités commerciales (PF Drucker, 1985).

Le Rôle de l'Entrepreneuriat dans le Développement Économique

L'entrepreneuriat joue un rôle crucial dans le développement économique en :

- **Création d'emplois** : Selon Audretsch et Thurik (2001), les PME et les start-ups sont des moteurs clés de la création d'emplois, en particulier dans les économies en développement.
- **Stimulation de l'innovation** : Schumpeter (1934) et Drucker (1985) ont tous deux souligné que les entrepreneurs sont des agents d'innovation, introduisant de nouveaux produits et services qui améliorent la productivité et la qualité de vie.
- **Favorisation de la croissance économique** : Baumol (1990) a montré que l'entrepreneuriat stimule la croissance économique en encourageant la concurrence et en diversifiant les activités économiques.
- **Impact social** : Dees (1998) a mis en avant le rôle des entrepreneurs sociaux dans la résolution de problèmes sociaux et la création d'un changement positif.

En conclusion, la perspective de Drucker sur l'entrepreneuriat offre un cadre complet et pratique pour comprendre et mettre en œuvre les principes entrepreneuriaux. Elle souligne l'importance de l'innovation, de la prise de risque et de la pensée stratégique pour réussir en affaires. En reconnaissant le potentiel entrepreneurial de toute organisation, les individus et les entreprises peuvent exploiter cette force pour créer de la valeur et assurer une croissance durable.

Table 1.Managers, capitalists and entrepreneurs (Nikoloski, 2016)

	Manager	**Capitalist**	**Entrepreneur**
Characterized by	Administers and manages resources An administrator	Capital owner: Shareholders Controlling shareholder	Discovers and exploits opportunities A creator who initiates and motivates the process of change
Behaviour	Aversion to risk-taking "Rational" decision-maker. Exploits business Creates and maintains competitive advantage Creates trust to enhance cooperation Supervision of the administrative process	Aversion to risk-taking Assesses alternatives Choice of venture assets	Accepts risks Uses intuition, is alert, explores new business Leadership, initiates new ways of acting Identifies business opportunities Creation of new Enterprise

1.5. Jeffry Timmons (1994) :

Timmons propose une définition qui met l'accent sur la capacité d'agir face aux opportunités : **« L'entrepreneur est quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion » (J. A. Timmons, Spinelli, & Tan, 2004).** Cela reflète une approche proactive et dynamique de l'entrepreneuriat.

Le modèle de Timmons offre un cadre analytique pratique pour comprendre et mettre en œuvre un projet entrepreneurial. Il met l'accent sur l'interaction de trois éléments clés(E. Timmons & Spinelli, 2003) :

- **L'opportunité :** Il s'agit d'identifier un besoin du marché, une lacune ou une tendance qui peut être exploitée pour créer une entreprise viable.
- **L'équipe :** Une équipe solide et compétente, dotée des compétences nécessaires pour transformer l'idée en réalité, est essentielle.
- **Les ressources :** Les ressources financières, humaines, technologiques et autres sont indispensables pour mettre en œuvre le projet et assurer sa croissance.

Figure 1. The Timmons Model of the Entrepreneurial Process(Ghee, 2018)

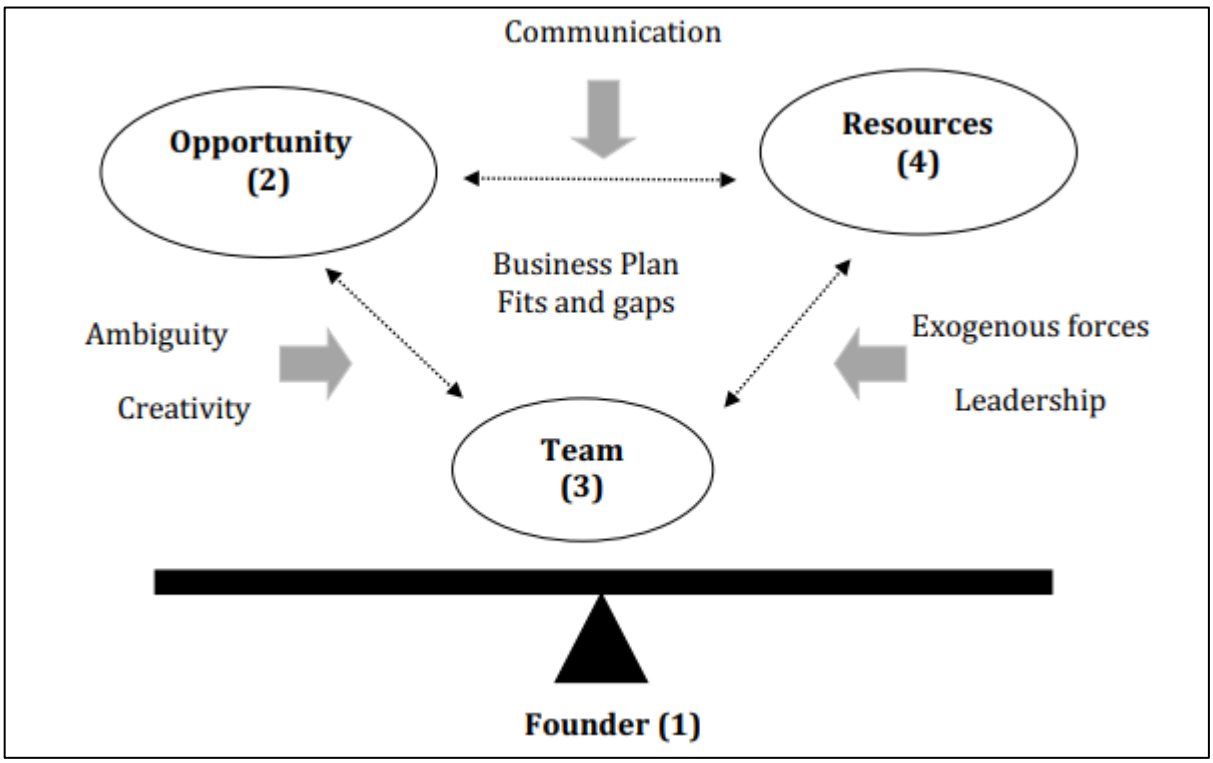


Table 2.Comparatif entre les modèles de Timmons et de Drucker(E. Timmons & Spinelli, 2003)

Aspect	Modèle de Timmons	Modèle de Drucker
Focus	Identification et exploitation d'opportunités	Innovation systématique et création de valeur
Équipe	Souligne l'importance d'une équipe solide	Met l'accent sur le leadership et la capacité à inspirer
Ressources	Considère la disponibilité des ressources comme un facteur clé	Souligne l'importance de l'ingéniosité pour travailler avec des ressources limitées

En résumé, le modèle de Timmons offre une approche plus opérationnelle de l'entrepreneuriat, en se concentrant sur les éléments concrets nécessaires pour lancer une entreprise. Le modèle de Drucker, quant à lui, propose une vision plus stratégique et systémique de l'entrepreneuriat, en mettant l'accent sur l'innovation et la création de valeur à long terme.

1.6. David McClelland's:

L'ouvrage de David C. McClelland, *The Achievement Motive in Economic Growth*, a apporté une contribution majeure à notre compréhension des facteurs psychologiques qui sous-

tendent la croissance économique. Au lieu de se concentrer uniquement sur les aspects économiques, McClelland s'est intéressé aux motivations profondes qui poussent les individus à entreprendre et à innover à travers(McClelland, 2019) :

- **Le besoin d'accomplissement :** McClelland a avancé l'idée que le désir d'accomplissement, c'est-à-dire la volonté d'exceller, de relever des défis et de surmonter des obstacles, est un moteur essentiel de la croissance économique. Il a montré que les individus ayant un fort besoin d'accomplissement sont plus susceptibles de créer des entreprises, d'innover et de prendre des risques.
- **Le rôle de la culture :** McClelland a souligné l'importance de la culture dans le développement du besoin d'accomplissement. Il a suggéré que certaines cultures, comme celles des pays protestants, favorisent davantage un accent sur l'effort individuel, la réussite et le travail acharné.
- **L'impact de l'éducation :** L'auteur a mis en évidence le rôle crucial de l'éducation dans le développement de la motivation à réussir. En fournissant aux individus les connaissances et les compétences nécessaires, l'éducation peut contribuer à créer des sociétés plus entrepreneuriales et innovantes.

Les travaux de McClelland ont des implications importantes pour les politiques de développement économique. En favorisant une culture de l'accomplissement et en offrant des opportunités d'éducation et de formation, les gouvernements peuvent encourager l'esprit d'entreprise et stimuler la croissance économique.

D’autres auteurs précisent les motivations de l’entrepreneur comme le montre le tableau suivant :

Table 3.Formes d'entrepreneuriat selon les motivations chez les porteurs de projet(Pesqueux, 2024)

Type	Sous-catégorie	Motivations
« Push » ↑	Entrepreneuriat de nécessité	- Dépôt de bilan du dernier employeur - Manque de reconnaissance et de considération - Gagner mieux ma vie / Améliorer mon niveau de vie - Recherches d'emploi infructueuses - Insatisfaction dans l'emploi salarial - Indépendance (fuir la pression) - Autonomie financière - Stabilité financière - Recherche de sécurité - Pour travailler - Pour vivre
	Entrepreneuriat de tradition	- Entreprendre comme le conjoint
↓	Entrepreneuriat de conviction	- Mettre en pratique un projet mûrement réfléchi - Accomplissement de soi - Projet de vie - Désir d'entreprendre
« Pull »	Entrepreneuriat d'opportunité	- Saisir une opportunité perçue sur un marché

1.7. L'École autrichienne

L'École autrichienne d'économie, fondée sur les travaux de Carl Menger, Eugen von Böhm-Bawerk, Ludwig von Mises et Friedrich Hayek, offre une perspective singulière sur l'entrepreneuriat, qui se distingue des approches plus traditionnelles(Janssen, FADIL, BLOCH, GERMAIN, & JACQUEMIN, 2016).

Selon cette théorie, Le paradigme de l'opportunité est une perspective qui met l'accent sur le rôle central des opportunités dans la création d'entreprises. Selon cette approche, les entrepreneurs ne sont pas simplement des individus qui créent des entreprises par hasard, mais plutôt des individus qui identifient et exploitent des opportunités de marché.

Les principaux éléments de ce paradigme sont les suivants(Messeghem, 2006) :

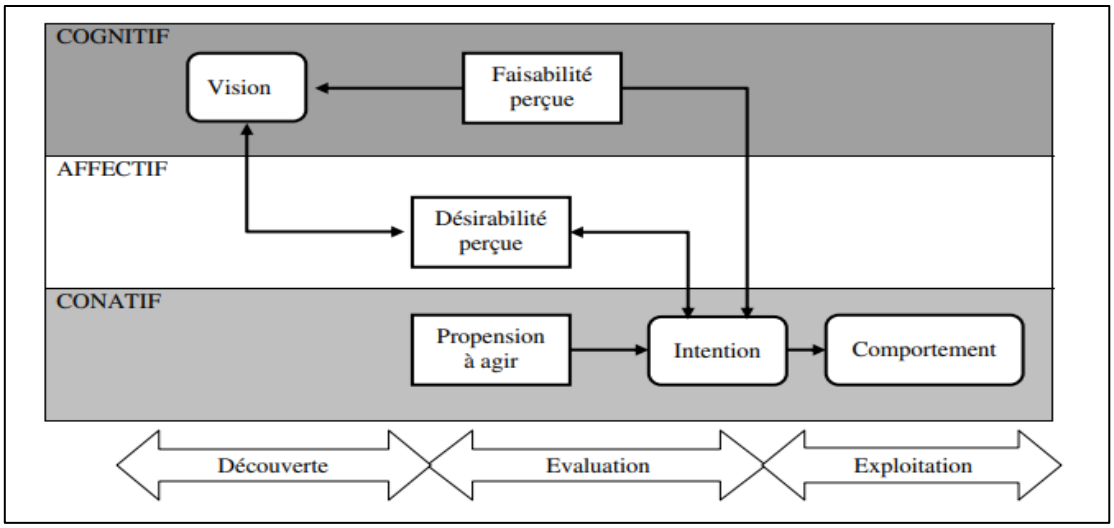
- L'entrepreneur comme découvreur : L'entrepreneur est vu comme une personne dotée d'une capacité particulière à identifier des besoins non satisfaits, des tendances émergentes ou des inefficacités sur le marché.
- L'opportunité comme moteur de la création d'entreprise : C'est l'opportunité qui déclenche le processus entrepreneurial, en motivant l'entrepreneur à créer une nouvelle entreprise pour répondre à ce besoin.

- L'importance de la reconnaissance et de l'évaluation des opportunités : Le succès d'un projet entrepreneurial dépend en grande partie de la capacité de l'entrepreneur à reconnaître une véritable opportunité et à en évaluer le potentiel.

Les limites de ce paradigme :

- Le rôle de la chance : Certains critiques estiment que le rôle de la chance est sous-estimé dans ce paradigme.
- Les ressources : L'accès aux ressources (financières, humaines, etc.) est un facteur essentiel pour exploiter une opportunité, et ce paradigme ne le met pas toujours suffisamment en avant.
- Le contexte institutionnel : Le contexte institutionnel (réglementation, culture entrepreneuriale) peut faciliter ou entraver la création d'entreprises, et ce paradigme ne prend pas toujours suffisamment en compte cet aspect.

Figure 2.De la découverte à l'exploitation entrepreneuriale(Messeghem, 2006)



L'École autrichienne offre une vision de l'entrepreneur comme un individu proactif qui joue un rôle essentiel dans le ***dynamisme*** de l'économie de marché. En mettant l'accent sur l'incertitude, la connaissance subjective et le rôle des prix, elle propose une alternative intéressante aux modèles néoclassiques plus traditionnels.

Diversité sectorielle et typologies entrepreneuriales : une analyse des modèles traditionnels, innovants et émergents

L'entrepreneuriat, en tant que phénomène central des économies modernes, se caractérise par une diversité sectorielle et des typologies entrepreneuriales qui reflètent les

transformations technologiques, sociales et environnementales des dernières décennies. Cette diversité s'exprime à travers des modèles traditionnels, innovants et émergents, qui coexistent et interagissent dans des contextes économiques en constante évolution. Les secteurs traditionnels, tels que l'agriculture, l'industrie manufacturière et le commerce, ont longtemps dominé les économies mondiales, structurant les pratiques entrepreneuriales autour de modèles linéaires et hiérarchiques (Gartner, 1985). Ces modèles, souvent associés à des entreprises familiales ou locales, se sont adaptés aux innovations technologiques pour maintenir leur compétitivité, tout en conservant des caractéristiques ancrées dans des pratiques éprouvées (Audretsch & Thurik, 2001). Cependant, l'émergence de secteurs innovants, tels que les technologies de l'information et de la communication (TIC), la biotechnologie et les énergies renouvelables, a redéfini les frontières de l'activité économique, favorisant l'essor de nouvelles typologies entrepreneuriales axées sur l'innovation, la flexibilité et la prise de risque (Shane & Venkataraman, 2000). Ces secteurs innovants, souvent portés par des startups et des entrepreneurs visionnaires, ont introduit des dynamiques disruptives, remettant en question les modèles traditionnels et ouvrant la voie à de nouvelles formes de création de valeur (Chesbrough, 2003).

Parallèlement, les secteurs émergents, tels que l'économie collaborative, l'économie sociale et solidaire, et les industries créatives, ont émergé comme des réponses aux défis sociaux et environnementaux du XXIe siècle. Ces secteurs, souvent associés à des modèles entrepreneuriaux hybrides, combinent innovation et durabilité, tout en s'appuyant sur des valeurs sociales et communautaires (Mair & Martí, 2006). Par exemple, l'économie collaborative, popularisée par des plateformes comme Airbnb et Uber, a transformé les modes de consommation et de production, tout en soulevant des questions sur la régulation et l'équité (Botsman & Rogers, 2010). De même, l'entrepreneuriat social, illustré par les travaux de Yunus et al. (2010), a démontré comment des modèles économiques peuvent être conçus pour répondre à des enjeux sociaux tout en générant des revenus durables. Ces secteurs émergents, bien que récents, jouent un rôle croissant dans les économies modernes, offrant des perspectives inédites pour repenser les modèles économiques et répondre aux défis contemporains.

La recherche sur la diversité sectorielle et les typologies entrepreneuriales a évolué au fil des décennies, s'enrichissant des contributions de différentes disciplines et méthodologies. Les travaux fondateurs de Schumpeter (1934) sur l'innovation et la destruction créatrice ont posé les bases d'une compréhension dynamique de l'entrepreneuriat, mettant en avant le rôle central de l'innovation dans la transformation économique. Cependant, ces travaux se sont

initialement concentrés sur les secteurs industriels, négligeant la diversité des contextes sectoriels. Ce n'est que plus tard, avec les travaux de Gartner (1985) et de Shane et Venkataraman (2000), que la recherche a commencé à explorer les spécificités sectorielles et leurs implications pour les typologies entrepreneuriales. Ces études ont mis en lumière l'importance des opportunités entrepreneuriales et des ressources innovantes, ouvrant la voie à une analyse plus nuancée des modèles entrepreneuriaux.

Les recherches récentes ont approfondi cette analyse en intégrant des perspectives sectorielles et en explorant les interactions entre les modèles traditionnels, innovants et émergents. Par exemple, les travaux de Stam (2015) sur les écosystèmes entrepreneuriaux ont montré comment les contextes sectoriels influencent la performance des entreprises et la formation des typologies entrepreneuriales. De même, les études de Autio et al. (2018) ont souligné l'importance des facteurs institutionnels et culturels dans la diversité des modèles entrepreneuriaux. Ces recherches ont également mis en avant la nécessité d'une approche intégrée pour comprendre les dynamiques entrepreneuriales contemporaines, en tenant compte des spécificités sectorielles et des interactions entre les différents modèles (Nabi et al., 2017). Par exemple, les secteurs traditionnels intègrent de plus en plus des innovations technologiques pour améliorer leur productivité, tandis que les secteurs émergents s'appuient souvent sur des savoir-faire ancestraux pour se développer. Cette hybridation des modèles témoigne d'une dynamique complexe, où les frontières entre secteurs deviennent de plus en plus poreuses.

Malgré ces avancées, la recherche sur la diversité sectorielle et les typologies entrepreneuriales reste fragmentée, avec peu d'études adoptant une perspective holistique pour analyser les interactions et les complémentarités entre les modèles traditionnels, innovants et émergents. Comme le soulignent Audretsch et Thurik (2000), les approches sectorielles sont souvent cloisonnées, limitant la compréhension des synergies entre les différents modèles. Par ailleurs, les travaux de Fayolle (2011) ont montré que l'entrepreneuriat ne peut être pleinement compris sans une analyse approfondie des contextes sectoriels dans lesquels il s'inscrit. Ces études soulignent la nécessité de développer des cadres d'analyse intégrés, capables de saisir la complexité des dynamiques entrepreneuriales contemporaines.

Donc, l'entrepreneuriat se présente comme un phénomène multidimensionnel, où les secteurs traditionnels, innovants et émergents interagissent et se nourrissent mutuellement. Cette interaction, bien que complexe, offre des opportunités uniques pour repenser les modèles économiques et répondre aux défis du XXIe siècle.

Les références suivantes illustrent la richesse et la diversité des contributions scientifiques dans ce domaine.

Table 4.Classification des typologies de l'entrepreneuriat dans les secteurs traditionnels, innovant et émergent

Secteur	Typologies de l'entrepreneuriat	Caractéristiques principales	Exemples	Sources
Secteur traditionnel	**1. Entrepreneuriat de subsistance**	Activités motivées par la nécessité de générer un revenu de base. Faible investissement, objectif de survie.	Artisans, petits commerçants.	Autio et al. (2014)
	2. Entrepreneuriat familial	Gestion d'entreprises transmises de génération en génération. Priorité à la stabilité.	Petites entreprises familiales (boulangeries, fermes).	Chua et al. (1999)
	3. Entrepreneuriat artisanal	Basé sur des savoir-faire traditionnels. Faible intégration de technologies modernes.	Poterie, menuiserie.	Boutillier (2021)
Secteur innovant	**1. Entrepreneuriat technologique (Techpreneurs)**	Développement de technologies de pointe (IA, blockchain, IoT). Forte dépendance à la R&D.	Startups technologiques (Tesla, Moderna).	Holzmann & Gregori (2023)
	2. Intrapreneuriat	Innovation au sein des grandes entreprises par des employés.	Projets innovants chez Google (Gmail, Google Maps).	Burgelman (1983)
	3. Entrepreneuriat durable	Intégration de principes de durabilité dans les modèles d'affaires.	Beyond Meat (alternatives végétales à la viande).	Bocken et al. (2014)
Secteur émergent	**1. Entrepreneuriat opportuniste**	Identification et exploitation d'opportunités de marché dans des environnements instables.	Solutions locales pour l'accès à l'énergie solaire en Afrique.	Shane & Venkataraman (2000)
	2. Entrepreneuriat social	Résolution de problèmes sociaux ou environnementaux tout en générant des revenus.	Grameen Bank (microfinance), M-KOPA (énergie solaire).	Mair & Martí (2006)
	3. Entrepreneuriat hybride (Entremployees)	Combinaison d'un emploi salarié et d'une activité entrepreneuriale.	Consultants indépendants travaillant en parallèle dans le secteur public.	Thébaud (2015)
	4. Entrepreneuriat imitatif	Adaptation de modèles d'affaires existants à des contextes locaux.	Adaptation de technologies occidentales pour les marchés asiatiques ou africains.	Zahra et al. (2008

2. Entrepreneuriat dans les Secteurs Traditionnels :

L'entrepreneuriat traditionnel, souvent éclipsé par la fascination pour les startups technologiques et les innovations disruptives, constitue pourtant un pilier fondamental de l'économie. Il englobe les activités entrepreneuriales ancrées dans des secteurs établis, tels que le commerce de détail, l'artisanat, l'agriculture, ou encore les services de proximité. Loin d'être

statique, l'entrepreneuriat traditionnel se révèle être un terrain fertile pour l'innovation incrémentale, l'adaptation aux évolutions du marché et la création de valeur durable. Contrairement à l'entrepreneuriat innovant, qui vise à créer de nouveaux marchés ou à transformer radicalement des industries existantes, l'entrepreneuriat traditionnel se caractérise par une approche plus pragmatique et une focalisation sur l'amélioration continue des produits, des services et des processus (Shane & Venkataraman, 2000). Il s'agit d'identifier des opportunités au sein de marchés existants et de développer des entreprises viables et rentables, souvent à échelle locale ou régionale. Cette forme d'entrepreneuriat joue un rôle crucial dans le tissu économique, en créant des emplois, en dynamisant les communautés locales et en assurant la transmission de savoir-faire traditionnels.

Un aspect essentiel de l'entrepreneuriat traditionnel réside dans son ancrage territorial. Comme l'ont souligné Bosworth et Venkataraman (2008), les entreprises traditionnelles sont souvent profondément enracinées dans leur environnement local, contrairement aux entreprises déterritorialisées qui opèrent à l'échelle mondiale grâce aux technologies numériques. Cette proximité géographique influence de manière significative leurs relations avec les clients, les fournisseurs et les autres acteurs locaux, créant ainsi un écosystème économique spécifique. Cet ancrage territorial se manifeste par une connaissance approfondie du marché local, une adaptation aux spécificités culturelles et une contribution active à la vitalité des communautés. Par exemple, les études de Johannisson (2000) mettent en évidence comment les petites entreprises locales jouent un rôle clé dans le développement économique régional en favorisant l'emploi et en renforçant les réseaux sociaux et économiques locaux.

Une autre caractéristique distinctive de l'entrepreneuriat traditionnel est son approche de l'innovation incrémentale. Comme l'a théorisé Kirzner (1973), les entrepreneurs traditionnels ne cherchent pas nécessairement à révolutionner les marchés par des innovations radicales, mais se concentrent plutôt sur l'amélioration continue des produits, des services et des processus existants. Cette approche pragmatique se traduit par une adaptation constante aux besoins des clients, une optimisation des opérations et une recherche d'efficacité. L'innovation incrémentale peut prendre diverses formes, telles que l'amélioration de la qualité des produits, l'introduction de nouvelles fonctionnalités, l'optimisation des processus de production ou l'adaptation des modes de distribution. Par exemple, dans le secteur de l'artisanat, les entreprises traditionnelles innovent souvent en intégrant des matériaux locaux ou en modernisant leurs techniques de production tout en conservant leur savoir-faire ancestral (Shane & Venkataraman, 2000).

La pérennité constitue une valeur centrale pour les entreprises traditionnelles. Contrairement aux modèles entrepreneuriaux axés sur la maximisation des profits à court terme ou sur la revente rapide de l'entreprise, les entrepreneurs traditionnels privilégient la construction d'une activité durable et rentable sur le long terme. Cette perspective temporelle influence leurs décisions stratégiques, les incitant à investir dans des projets à long terme, à former leurs employés et à construire des relations durables avec leurs clients et fournisseurs. La transmission des savoir-faire, souvent de génération en génération, est un élément clé de cette quête de pérennité. Comme l'ont montré Shane et Venkataraman (2000), cette approche favorise une stabilité économique et sociale, en particulier dans les communautés locales où les entreprises traditionnelles jouent un rôle de pilier économique.

La dimension humaine est également un aspect essentiel de l'entrepreneuriat traditionnel. Les relations interpersonnelles, tant avec les clients qu'avec les employés, sont au cœur de ce modèle économique. La confiance, la proximité, le service personnalisé et l'attachement à la qualité sont des éléments clés de la différenciation. Johannisson (2000) souligne que cette dimension humaine se traduit par une forte implication dans la communauté locale, une attention particulière au bien-être des employés et une volonté de construire des relations durables avec les clients. Par exemple, dans les petites entreprises familiales, les liens étroits entre les employés et les dirigeants favorisent un environnement de travail collaboratif et motivant, ce qui contribue à la fidélisation des clients et à la réputation de l'entreprise.

Enfin, l'entrepreneuriat traditionnel se caractérise souvent par une structure organisationnelle simple et une gestion opérationnelle pragmatique. Les entreprises traditionnelles sont généralement de petite taille, avec une hiérarchie peu développée et une grande autonomie accordée aux employés. La prise de décision est souvent centralisée entre les mains du dirigeant, qui joue un rôle opérationnel important. Cette structure souple et réactive permet une adaptation rapide aux changements du marché et une grande proximité avec les clients. Comme l'ont observé Bosworth et Venkataraman (2008), cette simplicité organisationnelle est un atout majeur pour les entreprises traditionnelles, leur permettant de rester compétitives dans un environnement économique en constante évolution.

Cependant, l'entrepreneuriat traditionnel est confronté à des défis importants, tels que la concurrence des grandes entreprises, la difficulté d'accès au financement, la complexité des réglementations et la nécessité de s'adapter aux mutations numériques (Baumol, 1990). L'essor du numérique représente à la fois un défi et une opportunité pour l'entrepreneuriat traditionnel. L'adoption des technologies numériques, telles que les plateformes de commerce en ligne, les

réseaux sociaux et les outils de gestion de la relation client (CRM), permet aux entreprises traditionnelles d'élargir leur clientèle, d'améliorer leur visibilité et d'optimiser leurs opérations (Amit & Zott, 2001). Cependant, cette transition numérique nécessite également des investissements, des compétences spécifiques et une adaptation des modèles d'affaires.

En conclusion, l'entrepreneuriat traditionnel, loin d'être une forme d'entrepreneuriat dépassée, constitue un élément essentiel de la vitalité économique et sociale. Il se caractérise par un ancrage territorial fort, une innovation incrémentale, une adaptation constante aux évolutions du marché et une capacité à créer de la valeur durable. Face aux défis de la mondialisation et de la transformation numérique, les entreprises traditionnelles doivent continuer à innover et à s'adapter pour assurer leur pérennité et contribuer au développement des territoires.

2.1. Relation entre l'entrepreneuriat dans les Secteurs Traditionnels et les Typologies de l'Entrepreneuriat

L'entrepreneuriat dans les secteurs traditionnels, tels que le commerce, l'industrie manufacturière et l'agriculture, se manifeste à travers une variété de typologies, chacune répondant à des motivations et des contextes spécifiques. Ces typologies ne sont pas mutuellement exclusives, mais interagissent de manière dynamique pour façonner les modèles économiques locaux et globaux. Cette diversité reflète la complexité et la richesse des dynamiques entrepreneuriales, où les entrepreneurs naviguent entre la préservation des savoir-faire ancestraux et l'adaptation aux défis contemporains.

Les typologies de l'entrepreneuriat dans les secteurs traditionnels incluent des formes telles que l'entrepreneuriat de subsistance, l'entrepreneuriat artisanal, l'entrepreneuriat de reprise et l'entrepreneuriat de modernisation. Chacune de ces formes est influencée par des facteurs culturels, économiques et sociaux, qui façonnent les motivations et les stratégies des entrepreneurs. Par exemple, l'entrepreneuriat de subsistance, souvent observé dans les économies en développement, vise principalement à assurer la survie et les besoins de base, tandis que l'entrepreneuriat de modernisation intègre des technologies innovantes pour améliorer la compétitivité et la durabilité des activités traditionnelles (Fayolle, 2011).

Les interactions entre ces typologies et les secteurs traditionnels sont également marquées par des transitions et des hybridations. Un entrepreneur de subsistance peut évoluer vers un entrepreneur de modernisation en adoptant des pratiques innovantes, tandis qu'un artisan peut intégrer des éléments collaboratifs pour élargir son marché. Ces dynamiques illustrent la

capacité des entrepreneurs à s'adapter aux changements tout en préservant les valeurs et les savoir-faire qui caractérisent leurs secteurs (Audretsch, Belitski & Korosteleva, 2019).

En outre, les typologies entrepreneuriales dans les secteurs traditionnels sont influencées par des variables contextuelles, telles que le niveau de développement économique, les politiques publiques et les normes culturelles. Par exemple, dans les pays à revenu élevé, l'entrepreneuriat est souvent motivé par des opportunités de croissance et d'innovation, tandis que dans les économies à faible revenu, il est davantage axé sur la survie et la résilience (Achim, Borlea & Mare, 2016).

En conclusion, la relation entre les secteurs traditionnels et les typologies de l'entrepreneuriat est complexe et multidimensionnelle. Elle reflète la diversité des motivations, des défis et des opportunités auxquels sont confrontés les entrepreneurs, tout en mettant en lumière les interactions dynamiques qui façonnent les modèles économiques locaux et globaux.

2.1.1. L'Entrepreneuriat de Subsistance :

L'entrepreneuriat de subsistance représente une forme d'activité économique essentielle dans de nombreuses régions du monde, en particulier dans les économies en développement et les zones rurales. Cette forme d'entrepreneuriat vise principalement à assurer la survie et le revenu familial, répondant ainsi à des besoins fondamentaux dans des contextes où les opportunités d'emploi formel sont limitées. Bien qu'il soit souvent perçu comme une activité de survie, l'entrepreneuriat de subsistance joue un rôle crucial dans la création de valeur économique et sociale, tout en contribuant à la résilience des communautés locales.

Dans les économies en développement, où les systèmes économiques formels sont souvent insuffisants pour répondre aux besoins de la population, l'entrepreneuriat de subsistance émerge comme une réponse pragmatique aux défis socio-économiques. Selon Gindling et Newhouse (2014), près de 80 % des travailleurs indépendants dans les pays à faible revenu vivent dans des ménages pauvres, ce qui souligne l'importance de cette forme d'entrepreneuriat pour la survie économique des populations vulnérables. Ces activités, bien que modestes, permettent aux individus de générer des revenus et de subvenir aux besoins de base, tels que la nourriture, le logement et l'éducation.

L'entrepreneuriat de subsistance se manifeste souvent sous la forme de petits commerces de proximité, d'exploitations agricoles familiales ou d'ateliers artisanaux. Ces activités sont généralement de petite échelle, avec un faible niveau de capitalisation et une forte dépendance aux conditions locales. Par exemple, un petit épicier dans un village rural fournit des produits

alimentaires de première nécessité à sa communauté, tandis qu'une famille exploitant une ferme produit des denrées pour sa consommation et vend ses surplus sur les marchés locaux (Ratten, Jones, Braga & Marques, 2019).

Cependant, malgré son importance, l'entrepreneuriat de subsistance est souvent confronté à des défis majeurs. Les entrepreneurs de subsistance opèrent dans des environnements marqués par une forte vulnérabilité aux chocs externes, tels que les crises économiques, les fluctuations des prix des matières premières et les changements climatiques. Par exemple, dans les régions rurales d'Afrique subsaharienne, les petits agriculteurs sont souvent confrontés à des défis liés à l'accès aux marchés, aux financements et aux technologies modernes (Viswanathan, Echambadi, Venugopal & Sridharan, 2014).

En outre, les entrepreneurs de subsistance manquent souvent de compétences entrepreneuriales de base, telles que la gestion financière, le marketing et la planification stratégique. Selon Tushabomwe-Kazooba (2006), des lacunes en matière de gestion, comme des erreurs de tarification et une mauvaise tenue des registres, sont parmi les principales causes d'échec des petites entreprises dans les économies en développement.

En conclusion, l'entrepreneuriat de subsistance est une forme d'activité économique essentielle dans de nombreuses régions du monde, en particulier dans les économies en développement et les zones rurales. Bien qu'il soit souvent confronté à des défis majeurs, il joue un rôle crucial dans la création de valeur économique et sociale. Pour soutenir ces entrepreneurs, des politiques publiques ciblées et des programmes de soutien adaptés sont essentiels. En investissant dans des initiatives telles que la microfinance, les formations en gestion et l'amélioration des infrastructures, il est possible de renforcer la résilience des entrepreneurs de subsistance et de contribuer au développement économique et social des communautés locales.

2.1.2. L'entrepreneuriat familial

Occupe une place centrale dans le secteur de l'entrepreneuriat traditionnel, caractérisé par des activités économiques ancrées dans des pratiques établies et souvent transmises de génération en génération. Ce type d'entrepreneuriat se distingue par sa capacité à allier des valeurs familiales avec des objectifs économiques, créant ainsi un modèle unique qui influence profondément les dynamiques entrepreneuriales. Les entreprises familiales représentent environ 70 % des entreprises en Europe et plus de 40 % des emplois, ce qui souligne leur importance dans l'économie mondiale (Hannachi, 2016).

L'une des caractéristiques majeures de l'entrepreneuriat familial dans le secteur traditionnel est son ancrage territorial. Les entreprises familiales sont souvent profondément intégrées dans leur communauté locale, ce qui leur permet de jouer un rôle clé dans le développement régional. Par exemple, une étude menée par l'Observatoire national de l'entrepreneuriat familial en France montre que ces entreprises contribuent significativement à l'économie locale en créant des emplois et en soutenant les réseaux économiques régionaux (Audencia Business School, 2024). Cet ancrage territorial est souvent renforcé par des valeurs familiales telles que la confiance, la réputation et la longévité, qui sont essentielles pour établir des relations durables avec les clients et les fournisseurs (Fayolle & Begin, 2009).

Un autre aspect fondamental de l'entrepreneuriat familial traditionnel est la gestion de la succession. La transmission de l'entreprise d'une génération à l'autre est un processus complexe qui nécessite une planification minutieuse pour assurer la pérennité de l'entreprise. Selon une étude publiée par KPMG en partenariat avec l'IPAG, la planification de la succession est un élément clé pour maintenir la stabilité et la performance de l'entreprise familiale (KPMG & IPAG, 2024). Cependant, ce processus est souvent marqué par des tensions entre les intérêts familiaux et les exigences économiques, ce qui peut entraîner des conflits internes et des défis de gouvernance (Radu-Lefebvre & Lefebvre, 2021).

La gouvernance est un autre enjeu majeur pour les entreprises familiales traditionnelles. Contrairement aux entreprises non familiales, les entreprises familiales doivent gérer un équilibre délicat entre les intérêts de la famille et ceux de l'entreprise. Une gouvernance efficace est essentielle pour prévenir les conflits et assurer la prise de décision stratégique. Par exemple, des recherches menées par Audencia Business School soulignent l'importance de mettre en place des structures de gouvernance adaptées, telles que des conseils de famille ou des comités de direction, pour faciliter la gestion des tensions et promouvoir la transparence (Audencia Business School, 2024).

En outre, l'entrepreneuriat familial traditionnel est souvent marqué par une forte implication des femmes. Bien que leur rôle ait été historiquement sous-estimé, les femmes jouent aujourd'hui un rôle crucial dans la gestion et la transmission des entreprises familiales. Une étude publiée dans le Journal of Family and Economic Issues montre que les femmes dirigent près de 20 % des entreprises familiales dans le monde et contribuent de manière significative à leur succès (Molina, 2020). Cependant, elles continuent de faire face à des défis spécifiques, tels que les stéréotypes de genre et les obstacles à l'accès aux ressources financières, qui limitent leur pleine participation à l'entrepreneuriat familial (Erudit, 2009).

Enfin, l'entrepreneuriat familial traditionnel se distingue par sa capacité à intégrer des valeurs éthiques et sociales dans ses pratiques commerciales. Les entreprises familiales sont souvent motivées par des objectifs qui vont au-delà de la maximisation des profits, tels que la préservation de l'héritage familial, la responsabilité sociale et la contribution au bien-être de la communauté. Par exemple, une étude menée par Radu-Lefebvre et ses collègues montre que les leaders d'entreprises familiales accordent une importance particulière à la création de sens et à l'exemplarité morale dans leur gestion (Radu-Lefebvre & Lefebvre, 2021).

2.1.3. L'entrepreneuriat artisanal

Dans le secteur traditionnel est un phénomène complexe et multidimensionnel qui allie la préservation des savoir-faire ancestraux à des dynamiques entrepreneuriales modernes. Cette forme d'entrepreneuriat se distingue par son ancrage dans des pratiques manuelles, souvent transmises de génération en génération, et par son lien étroit avec des territoires spécifiques, des cultures locales et des traditions uniques. Les artisans entrepreneurs ne se contentent pas de produire des biens ; ils incarnent des valeurs sociales, culturelles et économiques qui contribuent à la durabilité et à la résilience des communautés locales (Pret & Cogan, 2019).

L'entrepreneuriat artisanal peut être défini comme une activité entrepreneuriale centrée sur la création et la commercialisation de produits artisanaux, où les techniques manuelles et les savoir-faire traditionnels occupent une place prépondérante. Ces entrepreneurs opèrent souvent dans des secteurs tels que l'artisanat d'art, la gastronomie locale, ou encore la production de textiles traditionnels. Leur démarche entrepreneuriale est souvent motivée par des objectifs à la fois économiques et sociaux, tels que la préservation du patrimoine culturel, la création d'emplois locaux et la promotion du développement durable (Ratten, 2022). Une étude récente menée par Pret et Cogan (2019) a mis en lumière sept thèmes centraux dans la littérature sur l'entrepreneuriat artisanal : le comportement entrepreneurial, le contexte, la motivation, le développement, les ressources, la diversité et la classification. Ces thèmes révèlent que les artisans entrepreneurs naviguent entre des logiques économiques et sociales, tout en s'adaptant à des environnements souvent marqués par des contraintes structurelles et des opportunités émergentes.

Les motivations des artisans entrepreneurs sont souvent intrinsèquement liées à leur attachement à leur communauté et à leur désir de perpétuer des traditions locales. Par exemple, une étude qualitative menée dans des territoires à faible densité de population au Portugal et en Espagne a montré que les artisans considèrent leur travail comme un moyen de transmettre des

valeurs culturelles et de renforcer l'identité de leur région. Cette recherche souligne également l'importance de la résilience et de l'innovation dans la survie et le développement de leurs entreprises (Rodrigues, Marques, & Ramadani, 2024).

L'entrepreneuriat artisanal joue un rôle clé dans la promotion du développement durable, notamment à travers la valorisation des ressources locales, la réduction des déchets et la promotion de l'économie circulaire. Par exemple, les artisans du nord-est du Portugal et du nord de l'Espagne intègrent des pratiques durables dans leur production, alliant tradition et innovation pour créer des produits à faible impact environnemental. Ces initiatives contribuent non seulement à la préservation de l'environnement, mais aussi à la revitalisation économique des territoires ruraux (Rodrigues, Marques, & Ramadani, 2024).

Malgré les avancées récentes, la recherche sur l'entrepreneuriat artisanal reste encore limitée par rapport à d'autres formes d'entrepreneuriat. Pret et Cogan (2019) appellent à une exploration plus approfondie des contextes locaux, à une meilleure compréhension des dynamiques de coopétition (coopération et compétition) entre artisans, et à une attention accrue portée aux expériences diversifiées des artisans à travers le monde. De plus, des études quantitatives pourraient compléter les approches qualitatives dominantes, offrant ainsi une vision plus holistique de ce phénomène.

En conclusion, l'entrepreneuriat artisanal dans le secteur traditionnel représente un champ d'étude fertile, où se croisent des enjeux culturels, économiques et environnementaux. Les artisans entrepreneurs, par leur capacité à innover tout en préservant des traditions séculaires, incarnent une forme d'entrepreneuriat à la fois ancrée dans le passé et tournée vers l'avenir. Leur rôle dans le développement durable et la résilience des communautés locales mérite d'être davantage exploré et valorisé.

3. Entrepreneuriat dans les Secteurs Innovants :

3.1. Le contexte :

L'entrepreneuriat dans les secteurs innovants constitue un pilier central de la transformation économique et sociale contemporaine. Ces secteurs, qui incluent les technologies de pointe, les biotechnologies, l'intelligence artificielle (IA) et les énergies renouvelables, se caractérisent par leur capacité à générer des innovations radicales et à créer de nouveaux marchés. Contrairement à l'entrepreneuriat traditionnel, qui repose sur des pratiques établies et une innovation incrémentale, l'entrepreneuriat innovant vise à repousser les frontières du possible en répondant aux défis globaux tels que la transition énergétique, la

santé et la durabilité (Shane & Venkataraman, 2000). Cette forme d'entrepreneuriat est souvent portée par des startups technologiques, des entreprises de biotechnologie et des acteurs de l'économie numérique, qui jouent un rôle clé dans la compétitivité des économies modernes et dans la résolution des grands enjeux sociétaux.

L'une des caractéristiques fondamentales de l'entrepreneuriat innovant est son orientation vers la disruption. Comme l'ont souligné Shane et Venkataraman (2000), les entrepreneurs innovants identifient et exploitent des opportunités de marché qui nécessitent des changements profonds dans les modèles économiques existants. Ces opportunités émergent souvent à l'intersection des avancées technologiques et des besoins non satisfaits des consommateurs. Par exemple, Tesla a révolutionné l'industrie automobile en combinant des technologies de pointe, telles que les batteries électriques et l'intelligence artificielle, avec une vision audacieuse de la mobilité durable (Bohnsack, Pinkse & Kolk, 2014). Cette capacité à innover de manière disruptive est renforcée par l'émergence de technologies telles que l'IA, la blockchain et l'Internet des objets (IoT), qui ouvrent de nouvelles perspectives pour les entrepreneurs innovants (Holzmann & Gregori, 2023). La disruption ne se limite pas à l'introduction de nouveaux produits ou services, mais implique également une transformation des modèles économiques et des chaînes de valeur. Par exemple, Netflix a bouleversé l'industrie du divertissement en remplaçant les modèles de location physique par une plateforme de streaming basée sur l'abonnement, tandis que Spotify a transformé l'accès à la musique grâce à un modèle de streaming accessible et personnalisé. Ces exemples illustrent comment l'entrepreneuriat innovant peut redéfinir les règles du jeu dans des secteurs établis.

Cependant, l'entrepreneuriat innovant est confronté à des défis spécifiques, notamment en matière de financement. Les entreprises innovantes, en raison de leur nature risquée et de leur besoin de capitaux importants pour la recherche et le développement (R&D), rencontrent souvent des difficultés à accéder aux sources de financement traditionnelles, telles que les prêts bancaires. Une étude de Hall et Lerner (2010) a démontré que les entreprises innovantes ont une probabilité plus faible de contracter de nouveaux emprunts bancaires, en raison d'un taux d'intérêt latent plus élevé et d'une sensibilité accrue de ce taux au montant emprunté. Cette situation s'explique par l'incertitude inhérente aux projets innovants, qui rend les banques réticentes à prendre des risques. Pour surmonter ces obstacles, les entrepreneurs innovants se tournent vers des sources de financement alternatives, telles que le capital-risque, les subventions publiques ou le crowdfunding. Le capital-risque, en particulier, joue un rôle crucial en fournissant non seulement des ressources financières, mais aussi un accompagnement

stratégique et un accès à des réseaux professionnels (Cumming & Johan, 2013). Par exemple, des startups comme Oculus VR ont levé des fonds via des plateformes de crowdfunding avant d'être rachetées par des géants technologiques, illustrant ainsi l'importance des financements alternatifs dans l'écosystème innovant.

Un autre aspect clé de l'entrepreneuriat innovant est son ancrage dans les écosystèmes d'innovation. Ces écosystèmes, composés d'universités, de centres de recherche, d'incubateurs et d'investisseurs, jouent un rôle crucial dans le soutien aux startups innovantes. Ils fournissent non seulement des ressources financières, mais aussi un accès à des réseaux professionnels, à des compétences spécialisées et à des infrastructures technologiques. La Silicon Valley est souvent citée comme un modèle d'écosystème d'innovation, où la collaboration entre chercheurs, entrepreneurs et investisseurs a permis l'émergence de géants technologiques comme Google et Apple (Kenney & Von Burg, 1999). Cependant, d'autres écosystèmes, tels que Berlin pour les startups technologiques, Tel Aviv pour la cybersécurité ou Singapour pour les biotechnologies, démontrent que l'entrepreneuriat innovant n'est pas limité à une seule région. Ces écosystèmes favorisent la création de synergies entre les acteurs publics et privés, tout en encourageant la diffusion des connaissances et des technologies. Par exemple, les universités jouent un rôle clé en transférant les résultats de la recherche vers le marché, tandis que les incubateurs et accélérateurs accompagnent les startups dans leur phase de développement initiale.

L'entrepreneuriat innovant se caractérise également par une culture de l'expérimentation et de l'apprentissage. Les entrepreneurs innovants adoptent des méthodologies agiles, telles que le Lean Startup, qui privilégient le prototypage rapide, les tests itératifs et l'adaptation continue aux retours des clients. Cette approche permet de réduire les risques associés à l'innovation tout en accélérant le temps de mise sur marché des nouveaux produits et services (Ries, 2011).

L'entrepreneuriat dans les secteurs innovants représente un moteur essentiel de la transformation économique et sociale. En s'appuyant sur des technologies de rupture, des écosystèmes dynamiques et des méthodologies agiles, les entrepreneurs innovants repoussent les frontières du possible et répondent aux défis globaux. Cependant, ils doivent surmonter des obstacles spécifiques, notamment en matière de financement et de gestion des risques. À l'avenir, l'intégration des technologies émergentes et le renforcement des écosystèmes d'innovation seront déterminants pour soutenir cette dynamique et accélérer la transition vers une économie plus durable et inclusive.

3.2. Relation entre l'entrepreneuriat dans le secteur innovant et les typologies de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat dans le secteur innovant entretient des relations complexes et multidimensionnelles avec les différentes typologies de l'entrepreneuriat, tout en s'en distinguant par ses caractéristiques propres. Les typologies de l'entrepreneuriat, telles que l'entrepreneuriat social, l'entrepreneuriat par nécessité, l'entrepreneuriat d'opportunité et l'entrepreneuriat corporatif, offrent un cadre pour comprendre les motivations, les objectifs et les contextes dans lesquels les entrepreneurs évoluent. Cependant, l'entrepreneuriat innovant se distingue par son orientation vers la création de produits, services ou modèles économiques disruptifs, souvent basés sur des technologies de pointe ou des approches radicalement nouvelles. Cette distinction repose sur la capacité des entrepreneurs innovants à identifier et à exploiter des opportunités de marché qui nécessitent des changements profonds dans les modèles économiques existants, souvent en réponse à des défis globaux tels que la transition énergétique, la santé et la durabilité (Shane & Venkataraman, 2000).

3.2.1. L'entrepreneuriat technologique

Il se distingue par son processus d'innovation gravitant principalement autour de la création et de la commercialisation de nouvelles technologies. Ce type d'entrepreneuriat, bien que moins documenté que l'entrepreneuriat conventionnel, joue un rôle crucial dans le développement économique et technologique. Les entrepreneurs technologiques opèrent souvent dans des secteurs à haute valeur ajoutée, tels que :

- Les Technologies de l'information : TIC, numérique, digital, informatique, cybersécurité, cloud computing, big data, intelligence artificielle, IoT (Internet des objets).

- Les Biotechnologies : biotech, génie génétique, biologie moléculaire, médecine personnalisée, biopharmacie, bioingénierie, génomique, bioproduction.

- Énergies renouvelables : énergies vertes, énergies propres, énergies alternatives, solaire, éolien, hydroélectricité, géothermie, énergie marémotrice, transition énergétique.

- Services disruptifs : innovation de rupture, modèles économiques disruptifs, plateformes numériques, économie collaborative, fintech, edtech, proptech, healthtech.

Ils investissent massivement en recherche et développement (R&D) pour créer des produits ou services révolutionnaires, capables de transformer des industries entières. Ces

entreprises ont un potentiel de croissance rapide et de scalabilité, ce qui leur permet de s'étendre à l'échelle mondiale (Fernandes, Subramaniam, & Isenberg, 2022).

L'impact de l'entrepreneuriat technologique est significatif. Il contribue à la création d'emplois hautement qualifiés, stimule la compétitivité économique et favorise l'émergence de nouveaux secteurs industriels. Par exemple, dans le domaine des énergies renouvelables, des startups technologiques ont développé des solutions innovantes pour optimiser la production et le stockage d'énergie, réduisant ainsi la dépendance aux combustibles fossiles (Gupta, Senyo, & Weill, 2019). Cependant, ce type d'entrepreneuriat nécessite un accès à des capitaux importants, un écosystème favorable (éducation, infrastructures, etc.) et une capacité à naviguer dans des environnements complexes et incertains. Les politiques publiques jouent un rôle crucial en soutenant ces initiatives, notamment à travers des subventions, des incitations fiscales et des programmes de formation (De Brito & Leitao, 2021).

Bien que l'entrepreneuriat innovant et l'entrepreneuriat technologique diffèrent par leurs contextes et leurs structures, ils partagent des objectifs communs en matière d'innovation et de création de valeur. Les deux formes d'entrepreneuriat visent à repousser les frontières existantes, à résoudre des problèmes complexes et à saisir des opportunités de marché. Cependant, leurs dynamiques et leurs impacts varient en fonction de leur cadre d'action. L'entrepreneuriat innovant se déroule souvent dans un cadre indépendant, en dehors des structures organisationnelles existantes, tandis que **l'entrepreneuriat technologique** peut émerger au sein d'organisations établies ou de startups spécialisées. Les entrepreneurs innovants doivent souvent chercher des financements externes et construire leur écosystème, tandis que les entrepreneurs technologiques bénéficient des ressources et du soutien de leur entreprise ou de partenariats stratégiques (Song, 2019).

En conclusion, l'entrepreneuriat technologique représente une facette essentielle de l'innovation et de la création de valeur dans l'économie moderne. Il joue un rôle clé dans le développement de nouvelles technologies et leur commercialisation, contribuant ainsi à la transformation des industries et à la création de nouveaux marchés. Une meilleure compréhension de ces dynamiques est essentielle pour élaborer des stratégies efficaces, que ce soit pour soutenir les startups technologiques ou pour encourager l'innovation au sein des entreprises existantes. Les politiques publiques, les collaborations entre acteurs et les investissements dans la R&D sont des éléments clés pour favoriser le succès de l'entrepreneuriat technologique et son impact sur la croissance économique et sociale.

3.2.2. L'entrepreneuriat durable

L'entrepreneuriat durable a émergé comme une réponse aux défis posés par le développement durable, un concept popularisé dans les années 1980 avec la publication du rapport Brundtland. Ce rapport a défini le développement durable comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ». L'entrepreneuriat durable s'est ainsi développé comme une forme d'entrepreneuriat qui intègre les dimensions économiques, sociales et environnementales dans le cœur de métier des entreprises. Les éco-innovations, telles que les technologies vertes ou les modèles d'économie circulaire, sont devenues des outils clés pour les entrepreneurs durables, leur permettant de répondre à des problématiques complexes tout en créant de la valeur (Stubbs, 2017).

La recherche académique a joué un rôle crucial dans l'évolution de ces deux concepts. Par exemple, la thèse de modélisation du processus entrepreneurial durable, basée sur la théorie C-K, a permis de rapprocher l'entrepreneuriat durable des processus de conception innovante, soulignant ainsi son caractère innovant (Dupont, 2020). De même, des études empiriques sur les éco-entrepreneurs au Liban ont montré comment les innovations orientées vers la durabilité peuvent favoriser la transition vers des pratiques plus responsables, tout en étant influencées par des facteurs micro, méso et macro (El-Hage, 2021). Ces travaux illustrent la convergence entre l'entrepreneuriat innovant et l'entrepreneuriat durable, où l'innovation devient un levier pour atteindre des objectifs de durabilité.

Cependant, malgré leurs similitudes, ces deux formes d'entrepreneuriat présentent des différences notables. L'entrepreneuriat innovant se concentre sur la nouveauté et la créativité, souvent indépendamment des considérations environnementales ou sociales. En revanche, l'entrepreneuriat durable place ces considérations au cœur de sa mission, cherchant à équilibrer performance économique et impact positif sur la société et l'environnement. Par exemple, les entreprises durables intègrent souvent des normes de responsabilité sociale et environnementale dans leur stratégie, ce qui peut limiter leur capacité à innover de manière disruptive (Chappell, 1994).

Dans ce contexte, l'entrepreneuriat innovant et l'entrepreneuriat durable représentent deux facettes complémentaires de l'évolution économique moderne. Alors que le premier cherche à repousser les limites de la créativité et de la technologie, le second vise à encadrer cette innovation dans un cadre éthique et durable. Leur interaction continue, soutenue par la

recherche académique et les pratiques entrepreneuriales, offre des perspectives prometteuses pour relever les défis du XXIe siècle.

3.2.3. L'entrepreneuriat corporatif

Egalement appelé intrapreneuriat, se réfère à la promotion de l'innovation et de l'esprit entrepreneurial au sein des organisations existantes. Contrairement à l'entrepreneuriat indépendant, l'intrapreneuriat se déroule dans un cadre structuré, où les employés sont encouragés à développer de nouvelles idées, produits ou services tout en bénéficiant des ressources et du soutien de leur entreprise. L'objectif est de stimuler l'innovation interne, d'améliorer la compétitivité de l'entreprise et de répondre aux changements rapides du marché (Fernandes, Subramaniam, & Isenberg, 2022). Les intrapreneurs sont des employés qui agissent comme des entrepreneurs au sein de leur organisation. Ils identifient des opportunités, prennent des risques calculés et pilotent des projets innovants, souvent en dehors des processus traditionnels de l'entreprise.

L'entrepreneuriat dans le secteur innovant et l'entrepreneuriat corporatif (intrapreneuriat) représentent deux facettes complémentaires de l'innovation et de la création de valeur. Alors que le premier vise à transformer les marchés et les sociétés grâce à des initiatives indépendantes, le second cherche à stimuler l'innovation au sein des organisations existantes. Une meilleure compréhension de ces dynamiques est essentielle pour élaborer des stratégies efficaces, que ce soit pour soutenir les startups innovantes ou pour encourager l'intrapreneuriat au sein des entreprises. Les deux formes d'entrepreneuriat jouent un rôle crucial dans le développement économique, technologique et organisationnel, et leur complémentarité peut contribuer à une croissance durable et inclusive.

4. Entrepreneuriat dans les Secteurs Émergents :

4.1. Le contexte :

L'entrepreneuriat dans les secteurs émergents représente un phénomène dynamique et complexe, caractérisé par des opportunités uniques et des défis spécifiques. Ces secteurs, souvent liés à des économies en transition ou à des marchés en pleine croissance, se distinguent par leur capacité à générer des innovations adaptées aux besoins locaux tout en s'inscrivant dans des logiques de développement durable. Contrairement aux économies matures, où l'entrepreneuriat est souvent structuré autour de modèles établis, les secteurs émergents offrent un terrain fertile pour des formes d'entrepreneuriat hybrides, combinant tradition et modernité, et répondant à des enjeux socio-économiques spécifiques.

L'une des caractéristiques fondamentales de l'entrepreneuriat dans les secteurs émergents réside dans son ancrage dans des contextes locaux. Comme l'ont souligné Paturel et Tran (2010), les entrepreneurs dans ces régions s'appuient souvent sur des réseaux familiaux, communautaires ou culturels pour développer leurs activités. Cette proximité avec le territoire permet de créer des entreprises adaptées aux réalités locales, tout en contribuant à la vitalité économique des communautés. Par exemple, dans des pays comme le Vietnam ou la Tunisie, les entrepreneurs locaux utilisent des modèles hybrides, combinant des pratiques traditionnelles avec des innovations technologiques pour répondre aux besoins spécifiques de leurs marchés.

Cependant, l'entrepreneuriat dans les secteurs émergents est confronté à des défis importants, notamment en matière de financement. Comme l'ont montré Pham, St-Pierre et Audet (2014), les PME dans les économies émergentes rencontrent souvent des difficultés à accéder aux sources de financement traditionnelles, en raison de critères d'octroi de crédit stricts et d'un manque de garanties. Pour surmonter ces obstacles, les entrepreneurs se tournent vers des solutions alternatives, telles que le microcrédit, les coopératives ou les financements communautaires. Ces mécanismes, bien que moins structurés, offrent une plus grande flexibilité et une meilleure adaptation aux réalités locales.

Un autre aspect clé de l'entrepreneuriat dans les secteurs émergents est son lien étroit avec les institutions de formation. Comme l'ont démontré Tremblay et Gasse (2014), les programmes éducatifs jouent un rôle crucial dans le développement de l'esprit d'entreprise dans ces régions. Les universités et les centres de formation professionnelle sont souvent des catalyseurs pour l'émergence de projets entrepreneuriaux, en offrant des cours spécialisés, des incubateurs et des réseaux de mentorat. Par exemple, au Vietnam, les clubs « Étudiants-Entrepreneurs » ont permis de sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat et de les accompagner dans la création de leurs premières entreprises.

4.2. Relation entre entrepreneuriat dans les secteurs émergents et les typologies de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat dans les secteurs émergents se distingue par son caractère innovant et sa capacité à s'adapter aux transformations technologiques, économiques et sociales. Pour comprendre cette dynamique, il est nécessaire d'analyser les différentes typologies entrepreneuriales qui y coexistent.

4.2.1. L'entrepreneuriat d'opportunité

L'entrepreneuriat d'opportunité se concentre sur la découverte et l'exploitation de lacunes ou d'inefficacités sur le marché, souvent en réponse à des besoins existants. Selon Shane et Venkataraman (2000), l'opportunité entrepreneuriale est au cœur du processus entrepreneurial, car elle représente le point de départ de la création d'une entreprise.

Pour que ces formes d'entrepreneuriat puissent prospérer, il est essentiel de disposer d'écosystèmes favorables, incluant des infrastructures technologiques, des sources de financement adaptées et des politiques publiques encourageant l'innovation. Les collaborations entre universités, entreprises et startups jouent un rôle clé dans la création de ces écosystèmes, en facilitant le transfert de connaissances et la commercialisation des innovations (Audretsch, 2007). Les politiques publiques peuvent également jouer un rôle déterminant en soutenant la recherche et le développement (R&D), en offrant des incitations fiscales pour les investissements dans l'innovation, et en créant des cadres réglementaires adaptés aux nouvelles technologies.

Donc, l'entrepreneuriat innovant et l'entrepreneuriat d'opportunité sont deux formes d'entrepreneuriat qui, bien que distinctes, partagent des synergies importantes. Alors que l'entrepreneuriat d'opportunité se concentre sur l'identification et l'exploitation d'opportunités de marché, l'entrepreneuriat innovant vise à créer des solutions disruptives basées sur des avancées technologiques ou des modèles économiques novateurs. Ensemble, ces deux formes d'entrepreneuriat contribuent à la création d'une économie plus dynamique, inclusive et durable. Pour soutenir ces initiatives, il est essentiel de développer des écosystèmes d'innovation robustes, qui favorisent la collaboration entre les différents acteurs et offrent un environnement propice à l'expérimentation et à la prise de risque.

4.2.2. L'entrepreneuriat social

Bien que distincts dans leurs objectifs initiaux, partagent des points de convergence significatifs, notamment lorsque l'innovation est mobilisée pour résoudre des problèmes sociaux ou environnementaux tout en générant des revenus. L'entrepreneuriat social se caractérise par sa mission de créer un impact positif sur la société ou l'environnement, souvent en répondant à des besoins négligés par les modèles économiques traditionnels. Cependant, pour atteindre ces objectifs, les entrepreneurs sociaux doivent souvent recourir à des innovations technologiques, organisationnelles ou de modèle économique, ce qui les rapproche de l'entrepreneuriat innovant. Par exemple, des entreprises innovantes dans le domaine des

énergies renouvelables ou des biotechnologies peuvent avoir un impact social significatif en contribuant à la transition énergétique ou en améliorant l'accès à des traitements médicaux innovants. Ces initiatives montrent comment l'innovation peut être un levier puissant pour concilier performance économique et impact social (Shane & Venkataraman, 2000).

Un exemple emblématique de cette convergence est celui de Beyond Meat, une entreprise qui développe des alternatives végétales à la viande en utilisant des technologies de pointe pour reproduire la texture et le goût des produits carnés. Cette innovation répond à des enjeux sociaux et environnementaux majeurs, tels que la réduction de l'empreinte carbone liée à l'élevage industriel et la promotion d'une alimentation plus durable.

L'entrepreneuriat innovant et l'entrepreneuriat social peuvent converger lorsque les innovations visent à résoudre des problèmes sociétaux, créant ainsi une synergie entre performance économique et impact social. Pour soutenir ces initiatives, il est essentiel de développer des écosystèmes d'innovation robustes, qui favorisent la collaboration entre les différents acteurs et offrent un environnement propice à l'expérimentation et à la prise de risque. En combinant ces éléments, l'entrepreneuriat innovant et l'entrepreneuriat social peuvent contribuer à la création d'une économie plus inclusive, durable et résiliente.

4.2.3. L'entrepreneuriat hybride

Il incarné par les "entremployees" (ou "employés-entrepreneurs"), est une forme émergente d'activité professionnelle qui combine les caractéristiques du salariat et de l'entrepreneuriat. Ce phénomène s'inscrit dans un contexte économique et social en mutation, marqué par la montée des plateformes numériques, la précarisation du travail et la quête de flexibilité et d'autonomie de la part des travailleurs. Les entremployees sont des individus qui, tout en conservant un emploi salarié, développent en parallèle une activité entrepreneuriale, souvent pour diversifier leurs sources de revenus, explorer de nouvelles opportunités ou concrétiser une passion. Cette dualité pose des questions fondamentales sur la nature du travail, les frontières entre salariat et entrepreneuriat, et les implications pour les politiques publiques et les pratiques managériales. L'entrepreneuriat hybride est un concept relativement récent qui a émergé en réponse aux transformations du marché du travail. Selon Raffiee et Feng (2014), il se définit comme la situation dans laquelle un individu maintient un emploi salarié tout en lançant et en gérant une activité entrepreneuriale. Cette forme d'entrepreneuriat est souvent perçue comme une étape transitoire vers un engagement entrepreneurial à temps plein, mais elle peut également constituer une stratégie durable pour certains individus

Les entremployees sont motivés par des facteurs variés, tels que la recherche de sécurité financière, la volonté de tester une idée d'entreprise sans prendre de risques excessifs, ou le désir de concilier stabilité et créativité (Folta, Delmar, & Wennberg, 2010). Les motivations des entremployees sont multiples et complexes. Une étude menée par Thorgren, Nordström et Wincent (2016) met en évidence que les entremployees sont souvent animés par un désir d'autonomie et de réalisation personnelle, tout en cherchant à minimiser les risques associés à l'entrepreneuriat pur. Par ailleurs, la sécurité financière offerte par un emploi salarié permet de couvrir les besoins de base tout en investissant dans un projet entrepreneurial. Cette dualité offre une forme de "filet de sécurité" psychologique et économique, particulièrement attractive dans un contexte de précarité croissante (Burke, FitzRoy, & Nolan, 2008).

Les profils des entremployees varient considérablement en fonction du contexte socio-économique et des secteurs d'activité. Par exemple, dans les industries créatives et technologiques, les entremployees sont souvent des professionnels hautement qualifiés qui cherchent à exploiter leur expertise pour développer des projets innovants (Bögenhold & Klinglmair, 2015). À l'inverse, dans des secteurs plus traditionnels, l'entrepreneuriat hybride peut être une réponse à la stagnation des salaires ou à la réduction des opportunités de carrière. L'entrepreneuriat hybride présente plusieurs avantages, tant pour les individus que pour l'économie dans son ensemble. Pour les individus, il offre une opportunité de diversification des compétences et des sources de revenus, tout en permettant de tester des idées entrepreneuriales dans un cadre relativement sécurisé (Folta et al., 2010). Pour l'économie, il stimule l'innovation et la création d'emplois, tout en réduisant les risques de chômage et de précarité (Raffiee & Feng, 2014). Cependant, cette forme d'entrepreneuriat n'est pas sans défis. Les entremployees doivent faire face à des tensions liées à la gestion du temps et des ressources, ainsi qu'à des conflits d'intérêts potentiels entre leur emploi salarié et leur activité entrepreneuriale (Thorgren et al., 2016).

Par ailleurs, le manque de reconnaissance institutionnelle et de soutien spécifique peut limiter le développement de leurs projets entrepreneuriaux. Les politiques publiques et les entreprises doivent donc s'adapter pour accompagner cette nouvelle forme de travail. L'émergence de l'entrepreneuriat hybride soulève des questions importantes pour les politiques publiques et les pratiques managériales. Du point de vue des politiques publiques, il est essentiel de reconnaître et de soutenir les entremployees, notamment en leur offrant un cadre juridique et fiscal adapté. Par exemple, des incitations fiscales pourraient être mises en place pour encourager les individus à explorer des projets entrepreneuriaux tout en conservant un emploi

salarié (Burke et al., 2008). De plus, des programmes de formation et de mentorat pourraient aider les entremployees à développer les compétences nécessaires pour gérer efficacement leur double activité. Du côté des entreprises, les pratiques managériales doivent évoluer pour intégrer les spécificités des entremployees. Les employeurs pourraient, par exemple, adopter des politiques de travail flexibles qui permettent aux employés de consacrer du temps à leurs projets entrepreneuriaux sans compromettre leur performance au travail (Thorgren et al., 2016).

En conclusion, l'entrepreneuriat hybride, incarné par les entremployees, représente une réponse innovante aux défis du marché du travail contemporain. En combinant les avantages du salariat et de l'entrepreneuriat, il offre une voie prometteuse pour concilier sécurité et innovation. Cependant, son développement nécessite une adaptation des politiques publiques et des pratiques managériales pour en maximiser les bénéfices tout en atténuant les risques..

4.2.4. L'entrepreneuriat imitatif

C'est une stratégie entrepreneuriale qui, bien que souvent sous-estimée, joue un rôle crucial dans le développement économique et l'innovation. Contrairement à l'entrepreneuriat innovant, qui repose sur la création de nouveaux produits, services ou modèles d'affaires, l'entrepreneuriat imitatif consiste à reproduire, adapter et améliorer des idées ou des modèles existants. Ce concept, loin d'être une simple copie, s'appuie sur des mécanismes complexes et des dynamiques spécifiques qui méritent d'être explorés en profondeur.

L'entrepreneuriat imitatif trouve ses racines dans les travaux de Joseph Schumpeter (1934), qui a été l'un des premiers à distinguer l'innovation de l'imitation. Schumpeter considérait l'innovation comme le moteur principal de la croissance économique, mais il reconnaissait également que l'imitation jouait un rôle important dans la diffusion des innovations. Plus tard, Levitt (1966) a approfondi cette idée en soulignant que l'imitation pouvait être une stratégie délibérée et efficace pour les entreprises cherchant à pénétrer des marchés existants. Selon lui, l'imitation n'est pas une activité passive, mais une démarche active qui nécessite une compréhension approfondie des modèles existants et de leur contexte.

L'entrepreneuriat imitatif repose sur plusieurs mécanismes clés qui en font une stratégie viable et efficace. Le premier de ces mécanismes est l'identification de modèles réussis. Selon Winter et Szulanski (2001), l'imitation efficace nécessite une compréhension approfondie des pratiques et des processus qui sous-tendent le succès des modèles existants. Cela implique souvent une phase d'observation et d'analyse, où l'entrepreneur étudie les forces et les faiblesses du modèle qu'il souhaite reproduire. Cette phase est cruciale, car elle permet à

l'entrepreneur de déterminer quels aspects du modèle sont transférables et lesquels doivent être adaptés.

La réduction des risques est un autre mécanisme clé de l'entrepreneuriat imitatif. En imitant des modèles déjà éprouvés, les entrepreneurs minimisent les incertitudes liées à l'innovation. Cette idée est soutenue par les travaux de Lieberman et Asaba (2006), qui ont montré que l'imitation peut être une stratégie de réduction des risques, notamment dans des environnements concurrentiels où les coûts de l'échec sont élevés. En reproduisant des modèles qui ont déjà fait leurs preuves, les entrepreneurs peuvent éviter les erreurs coûteuses et accélérer leur processus de croissance.

Enfin, l'entrepreneuriat imitatif repose souvent sur des réseaux de diffusion de connaissances. Comme l'ont souligné Rogers (2003) et Burt (2004), les réseaux sociaux et professionnels jouent un rôle clé dans la diffusion des modèles et des pratiques, permettant aux entrepreneurs d'accéder à des informations et des ressources essentielles pour leur démarche imitative. Ces réseaux peuvent inclure des partenariats stratégiques, des alliances industrielles ou même des communautés en ligne où les entrepreneurs partagent leurs expériences et leurs connaissances.

Section 2: Les Modèles et Facteurs Clés du Processus Entrepreneurial

Si les approches disciplinaires et sectorielles offrent une compréhension holistique des dynamiques entrepreneuriales, une analyse plus fine des mécanismes opérationnels s'avère nécessaire. Cette exigence conduit naturellement à l'examen des modèles de processus entrepreneurial, qui structurent la manière dont ces dimensions théoriques se matérialisent en pratiques concrètes.

1. Les modèles de processus entrepreneurial : comparaison et analyse

L'entrepreneuriat constitue un champ d'étude majeur en sciences de gestion, ayant donné naissance à plusieurs modèles théoriques visant à expliquer les mécanismes de création et de développement des entreprises. Ces différentes approches conceptuelles, élaborées par des

chercheurs reconnus, offrent des perspectives complémentaires pour comprendre la complexité du parcours entrepreneurial (Gartner, 1985 ; Shane & Venkataraman, 2000).

Les modèles existants peuvent être regroupés en trois grandes catégories. Les approches séquentielles, comme celle proposée par Bhave (1994), décrivent le processus comme une succession d'étapes bien définies. Les modèles flexibles, dont la théorie de l'effectuation développée par Sarasvathy (2001), mettent quant à eux l'accent sur l'adaptation et l'improvisation face à l'incertitude. Enfin, les cadres multidimensionnels proposent une vision globale intégrant divers facteurs d'influence (Timmons, 1999).

Cette diversité théorique reflète la richesse des situations entrepreneuriales rencontrées dans la pratique. Elle permet également d'appréhender le phénomène sous différents angles, depuis la genèse de l'idée jusqu'à la croissance de l'entreprise. Comme le souligne la littérature académique (Bruyat, 1993 ; Schlaegel & Koenig, 2014), l'analyse comparative de ces modèles offre ainsi des clés de lecture précieuses tant pour les chercheurs que pour les praticiens.

Table 5.comparaison et analyse de quelques-uns des modèles les plus influents

Modèle	Auteur(s)	Étapes clés	Caractéristiques principales	Forces	Limites
Modèle linéaire	Bygrave (1989)	1. Identification de l'opportunité 2. Élaboration du plan d'affaires 3. Mobilisation des ressources 4. Gestion de l'entreprise	Approche séquentielle et structurée	Simplicité et clarté	Peu réaliste, ne tient pas compte des boucles de rétroaction
Modèle effectual	Sarasvathy (2001)	1. Démarrage avec les moyens disponibles 2. Élaboration de partenariats	Approche flexible et adaptative, basée sur les moyens disponibles et les partenariats	Adaptabilité, réalisme dans des environnements incertains	Peu structuré, difficile à appliquer pour les entrepreneurs novices

Modèle	Auteur(s)	Étapes clés	Caractéristiques principales	Forces	Limites
		3. Exploitation des contingences			
Modèle de Timmons	Timmons (1999)	1. Opportunité 2. Équipe 3. Ressources	Focus sur l'équilibre entre opportunité, équipe et ressources	Holistique, met l'accent sur l'équipe et les ressources	Complexité, nécessite une compréhension approfondie des trois éléments
Modèle de création	Bhave (1994)	1. Décision de créer 2. Identification de l'opportunité 3. Lancement	Approche centrée sur l'entrepreneur et sa décision de créer	Simplicité, focus sur l'entrepreneur	Limité, ne couvre pas toutes les étapes du processus entrepreneurial
Modèle de Gartner	Gartner (1985)	1. Individu 2. Environnement 3. Organisation 4. Processus	Approche multidimensionnelle, considère plusieurs facteurs simultanément	Compréhensif, prend en compte plusieurs dimensions	Complexité, difficile à appliquer de manière pratique
Modèle de Shane et Venkataraman	Shane et Venkataraman (2000)	1. Découverte de l'opportunité 2. Exploitation de l'opportunité	Focus sur la découverte et l'exploitation des opportunités	Clair, met l'accent sur les opportunités	Limité, ne couvre pas toutes les étapes du processus entrepreneurial

1.1. Modèle linéaire du processus entrepreneurial

Le modèle linéaire du processus entrepreneurial, proposé par Bygrave en 1989, est l'un des premiers cadres conceptuels visant à décrire les étapes successives par lesquelles un entrepreneur passe pour créer et développer une entreprise. Ce modèle se distingue par son approche séquentielle et structurée, qui décompose le processus entrepreneurial en quatre étapes clés : l'identification de l'opportunité, l'élaboration du plan d'affaires, la mobilisation des ressources, et la gestion de l'entreprise. Bien que ce modèle ait été largement utilisé pour son caractère intuitif et pédagogique, il a également fait l'objet de critiques en raison de son manque de réalisme et de sa difficulté à intégrer les boucles de rétroaction et les itérations inhérentes à la création d'entreprise.

La première étape du modèle linéaire consiste à identifier une opportunité de marché. Selon Bygrave (1989), cette phase repose sur la capacité de l'entrepreneur à repérer un besoin non satisfait ou une inefficacité dans le marché. Cette étape est cruciale, car elle détermine la viabilité et la pertinence du projet entrepreneurial. Des études ultérieures, telles que celles de Shane et Venkataraman (2000), ont souligné que la découverte d'une opportunité dépend souvent de la connaissance préalable de l'entrepreneur et de sa capacité à anticiper les tendances du marché.

Une fois l'opportunité identifiée, l'entrepreneur doit élaborer un plan d'affaires détaillé. Ce document sert de feuille de route pour le projet et inclut des éléments tels que l'analyse de marché, la stratégie de commercialisation, les prévisions financières et les objectifs à court et long terme. Selon Delmar et Shane (2003), la rédaction d'un plan d'affaires augmente les chances de succès en structurant la réflexion de l'entrepreneur et en facilitant la communication avec les parties prenantes.

La troisième étape consiste à mobiliser les ressources nécessaires pour concrétiser le projet. Cela inclut le financement, les compétences humaines, les infrastructures et les partenariats stratégiques. Bygrave (1989) souligne que la capacité de l'entrepreneur à attirer des investisseurs et à constituer une équipe compétente est un facteur clé de succès. Cependant, des recherches ultérieures, comme celles de Sarasvathy (2001), ont montré que les entrepreneurs expérimentés adoptent souvent une approche plus flexible, en utilisant les ressources disponibles plutôt que de chercher à mobiliser des ressources idéales.

La dernière étape du modèle linéaire concerne la gestion opérationnelle de l'entreprise. Cela inclut la mise en œuvre des stratégies, le suivi des performances et l'adaptation aux changements du marché. Bygrave (1989) insiste sur l'importance d'une gestion rigoureuse pour assurer la pérennité de l'entreprise. Cependant, cette étape est souvent critiquée pour son manque de prise en compte des boucles de rétroaction et des ajustements nécessaires en cours de route.

Le modèle linéaire se caractérise par son approche séquentielle et structurée, qui offre une vision claire et simplifiée du processus entrepreneurial. Il est particulièrement utile pour les entrepreneurs novices, car il fournit un cadre facile à suivre. Cependant, cette simplicité est également sa principale limite, car elle ne reflète pas la complexité et l'incertitude inhérentes à la création d'entreprise.

1.2. **Le modèle effectual** :

Développé par Sarasvathy (2001), représente une approche novatrice en entrepreneuriat qui contraste avec les modèles traditionnels, souvent basés sur une logique causale. Alors que les approches causales partent d'objectifs prédéfinis pour ensuite identifier les moyens nécessaires à leur réalisation, le modèle effectual inverse cette logique en partant des moyens disponibles pour construire progressivement des objectifs réalisables. Cette approche s'appuie sur trois principes clés : le démarrage avec les moyens disponibles, l'élaboration de partenariats

stratégiques, et l'exploitation des contingences, c'est-à-dire des événements imprévus ou des opportunités émergentes.

Le modèle effectual est particulièrement adapté aux environnements incertains et complexes, où les entrepreneurs doivent faire preuve de flexibilité et d'adaptabilité. En effet, Sarasvathy (2001) souligne que les entrepreneurs expérimentés adoptent souvent cette logique pour naviguer dans des contextes où les informations sont incomplètes et les ressources limitées. Cependant, bien que cette approche offre des avantages significatifs en termes de réalisme et de réactivité, elle présente également des limites, notamment en ce qui concerne sa structuration et son applicabilité pour les entrepreneurs novices.

L'objectif de cette introduction est de fournir un aperçu approfondi du modèle effectual, en s'appuyant sur des travaux scientifiques récents, des thèses doctorales et des articles publiés dans des revues académiques. Nous explorerons les fondements théoriques de ce modèle, ses applications pratiques, ainsi que les critiques et les défis qu'il soulève. Cette analyse permettra de mieux comprendre comment le modèle effectual peut être utilisé pour guider les entrepreneurs dans des environnements dynamiques et incertains, tout en identifiant les pistes de recherche futures pour approfondir cette approche.

Le modèle effectual repose sur une logique de raisonnement différente de celle des modèles traditionnels en entrepreneuriat. Sarasvathy (2001) a introduit ce concept en s'appuyant sur des études empiriques menées auprès d'entrepreneurs expérimentés. Elle a observé que ces derniers ne suivaient pas toujours un plan prédéfini, mais utilisaient plutôt les ressources à leur disposition pour construire progressivement leur projet. Cette approche, qualifiée d'« effectuation », met l'accent sur la créativité, la flexibilité et la capacité à s'adapter aux circonstances changeantes.

Selon Sarasvathy (2001), les entrepreneurs effectuals commencent par identifier leurs moyens disponibles, qui incluent non seulement les ressources financières, mais aussi les compétences, les réseaux et les connaissances. Ensuite, ils cherchent à établir des partenariats avec des parties prenantes qui peuvent contribuer à la réalisation de leur projet. Ces partenariats ne sont pas nécessairement planifiés à l'avance, mais émergent souvent au fil des interactions et des opportunités. Enfin, les entrepreneurs effectuals sont capables de tirer parti des contingences, c'est-à-dire des événements imprévus qui peuvent être transformés en opportunités.

Le modèle effectual a été appliqué dans divers contextes entrepreneuriaux, allant des startups technologiques aux entreprises sociales. Par exemple, dans une étude récente, Dew et al. (2018) ont montré que les entrepreneurs qui adoptent une logique effectuale sont plus susceptibles de réussir dans des environnements incertains, car ils sont capables de s'adapter rapidement aux changements et de tirer parti des ressources limitées. De même, Brettel et al. (2012) ont souligné que les startups qui utilisent cette approche sont plus résilientes face aux échecs, car elles voient ces derniers comme des opportunités d'apprentissage plutôt que comme des obstacles insurmontables.

Le modèle effectual représente une contribution importante à la littérature en entrepreneuriat, offrant une alternative aux approches traditionnelles basées sur la planification et la prédiction. En mettant l'accent sur les moyens disponibles, les partenariats et l'exploitation des contingences, ce modèle permet aux entrepreneurs de naviguer dans des environnements incertains et complexes. Cependant, il reste des défis à relever, notamment en ce qui concerne son applicabilité pour les entrepreneurs novices et sa structuration méthodologique.

1.3. Le modèle de Timmons

Développé par Jeffry Timmons en 1999, est l'un des cadres les plus influents en entrepreneuriat. Ce modèle met en avant trois éléments clés qui interagissent de manière dynamique pour assurer le succès d'un projet entrepreneurial : l'opportunité, l'équipe et les ressources. Selon Timmons (1999), l'entrepreneuriat est un processus équilibré qui nécessite une harmonisation constante entre ces trois composantes. Contrairement à d'autres modèles qui se concentrent principalement sur l'idée ou le financement, le modèle de Timmons adopte une approche holistique, soulignant l'importance de l'équipe et des ressources dans la réalisation d'une opportunité.

L'opportunité, dans ce modèle, est considérée comme le point de départ du processus entrepreneurial. Elle doit être attractive, durable et alignée avec les compétences de l'équipe. L'équipe, quant à elle, joue un rôle central dans la capacité à identifier, exploiter et développer l'opportunité. Enfin, les ressources, bien que nécessaires, sont considérées comme secondaires par rapport à l'opportunité et à l'équipe. Timmons (1999) insiste sur le fait que les ressources doivent être mobilisées de manière stratégique, sans devenir une contrainte pour le projet.

Le modèle de Timmons a été largement étudié et appliqué dans divers contextes entrepreneuriaux. Cependant, malgré sa popularité, il présente certaines limites, notamment en ce qui concerne sa complexité et la nécessité d'une compréhension approfondie des trois

éléments pour une mise en œuvre efficace. Cette introduction vise à explorer en détail les fondements théoriques du modèle de Timmons, ses applications pratiques, ainsi que les critiques et les défis qu'il soulève, en s'appuyant sur des travaux scientifiques récents, des thèses doctorales et des articles publiés dans des revues académiques.

Le modèle de Timmons repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus dynamique et interactif, où l'opportunité, l'équipe et les ressources sont en constante interaction. Timmons (1999) a développé ce modèle en s'appuyant sur des études empiriques menées auprès d'entrepreneurs et de startups. Il a observé que les projets entrepreneuriaux réussis sont ceux qui parviennent à maintenir un équilibre entre ces trois éléments.

L'opportunité est définie comme une idée ou un besoin du marché qui peut être transformé en une entreprise viable. Selon Timmons (1999), une bonne opportunité doit être claire, réalisable et alignée avec les compétences de l'équipe. L'équipe, quant à elle, est considérée comme le moteur du processus entrepreneurial. Une équipe solide, composée de membres complémentaires et motivés, est essentielle pour exploiter l'opportunité et surmonter les défis. Enfin, les ressources, bien que nécessaires, ne doivent pas être une priorité absolue. Timmons (1999) souligne que les ressources doivent être mobilisées de manière stratégique, en fonction des besoins du projet et des capacités de l'équipe.

Le modèle de Timmons a été appliqué dans divers contextes entrepreneuriaux, allant des startups technologiques aux entreprises sociales. Par exemple, dans une étude récente, Steffens et al. (2021) ont montré que les startups qui parviennent à maintenir un équilibre entre l'opportunité, l'équipe et les ressources sont plus susceptibles de réussir à long terme. De même, Gruber et al. (2015) ont souligné que l'équipe joue un rôle crucial dans la capacité à identifier et à exploiter des opportunités, en particulier dans des environnements incertains.

Cependant, l'application du modèle de Timmons n'est pas sans défis. Comme l'ont souligné Shane et Venkataraman (2000), la complexité du modèle peut rendre difficile sa mise en œuvre pour les entrepreneurs novices, qui manquent souvent de l'expérience et des compétences nécessaires pour équilibrer les trois éléments. De plus, le modèle nécessite une compréhension approfondie des interactions entre l'opportunité, l'équipe et les ressources, ce qui peut être difficile à acquérir sans une formation adéquate.

Bien que le modèle de Timmons offre une perspective holistique sur l'entrepreneuriat, il a également fait l'objet de critiques. Par exemple, certains chercheurs ont souligné que le modèle peut être trop complexe pour être appliqué de manière pratique, en particulier dans des

contextes où les ressources sont limitées (Brush et al., 2001). D'autres ont critiqué le manque de clarté dans la définition des concepts clés, ce qui peut rendre difficile l'application du modèle dans des situations réelles (Davidsson, 2015). Enfin, il a été suggéré que le modèle de Timmons pourrait ne pas être universellement applicable, mais plutôt adapté à certains types d'entrepreneurs ou de contextes (Stevenson et Jarillo, 1990).

Le modèle de Timmons représente une contribution importante à la littérature en entrepreneuriat, offrant une perspective holistique et équilibrée sur le processus entrepreneurial. En mettant l'accent sur l'opportunité, l'équipe et les ressources, ce modèle permet aux entrepreneurs de naviguer dans des environnements complexes et incertains. Cependant, il reste des défis à relever, notamment en ce qui concerne sa complexité et son applicabilité pour les entrepreneurs novices. Des recherches futures pourraient explorer comment simplifier et adapter le modèle de Timmons pour le rendre plus accessible à un plus large éventail d'entrepreneurs.

1.4. Le modèle de création entrepreneurial proposé par Bhave (1994)

Est une approche centrée sur l'entrepreneur et sa décision de créer une entreprise. Ce modèle se distingue par sa simplicité et son focus sur les étapes initiales du processus entrepreneurial, notamment la décision de créer, l'identification de l'opportunité et le lancement. Cependant, bien que ce modèle offre une perspective claire et accessible, il présente certaines limites, notamment en ne couvrant pas toutes les étapes du processus entrepreneurial de manière exhaustive. Pour approfondir cette analyse, il est pertinent de se référer à des travaux académiques récents, notamment des thèses doctorales, des revues scientifiques et des articles spécialisés, afin d'élargir la compréhension du processus entrepreneurial dans son ensemble.

La première étape du modèle de Bhave (1994) est la décision de créer une entreprise. Cette étape est cruciale car elle marque le point de départ du parcours entrepreneurial. Selon Shane et Venkataraman (2000), la décision de créer une entreprise est souvent influencée par des facteurs individuels tels que la perception des opportunités, la tolérance au risque et les motivations personnelles. Ces auteurs soulignent que l'entrepreneuriat est un processus qui dépend fortement de la capacité de l'individu à identifier et à exploiter des opportunités.

L'identification de l'opportunité est une étape clé dans le modèle de Bhave (1994). Cette étape implique la reconnaissance d'une idée ou d'un besoin non satisfait sur le marché. Selon Ardichvili et al. (2003), l'identification des opportunités est un processus complexe qui dépend de la connaissance préalable de l'entrepreneur, de sa capacité à réseauter et de sa sensibilité aux

changements environnementaux. Ces auteurs mettent en avant que les opportunités ne sont pas simplement "découvertes", mais sont souvent "créées" par les entrepreneurs à travers un processus d'exploration et d'expérimentation.

La phase de lancement dans le modèle de Bhave (1994) correspond à la mise en œuvre concrète de l'idée entrepreneuriale. Cette étape implique la mobilisation des ressources, la planification stratégique et la gestion des risques. Selon Gartner (1985), le lancement d'une entreprise est un processus dynamique qui nécessite une adaptation constante aux conditions du marché et aux feedbacks des parties prenantes. Gartner souligne que le succès du lancement dépend de la capacité de l'entrepreneur à gérer l'incertitude et à s'adapter aux défis imprévus.

Bien que le modèle de Bhave (1994) offre une perspective utile sur les étapes initiales du processus entrepreneurial, il présente certaines limites. Par exemple, il ne couvre pas en détail les étapes ultérieures telles que la croissance de l'entreprise, la gestion des ressources humaines ou l'innovation continue. Selon Morris et al. (2011), le processus entrepreneurial est un cycle continu qui nécessite une attention constante à l'innovation, à la gestion des ressources et à l'adaptation stratégique. Ces auteurs suggèrent que les modèles entrepreneuriaux devraient inclure une perspective plus holistique pour refléter la complexité et la dynamique du processus entrepreneurial.

Le modèle de Bhave (1994) reste une référence importante dans l'étude de l'entrepreneuriat, notamment pour sa simplicité et son focus sur l'entrepreneur. Cependant, pour une compréhension plus complète du processus entrepreneurial, il est essentiel de se référer à des travaux académiques récents qui explorent les différentes phases du développement entrepreneurial. En intégrant des perspectives multiples, il est possible de mieux appréhender les défis et les opportunités auxquels sont confrontés les entrepreneurs tout au long de leur parcours.

1.5. Le modèle de Gartner (1985)

Est l'un des cadres conceptuels les plus influents dans le domaine de l'entrepreneuriat. Contrairement à d'autres modèles qui se concentrent sur des aspects spécifiques du processus entrepreneurial, celui de Gartner adopte une approche multidimensionnelle en intégrant quatre dimensions clés : l'individu, l'environnement, l'organisation et le processus. Cette approche permet une compréhension plus holistique de la création d'entreprise, mais elle présente également des défis en termes de complexité et d'applicabilité pratique. Pour approfondir cette analyse, il est essentiel de se référer à des travaux académiques récents, notamment des thèses

doctorales, des revues scientifiques et des articles spécialisés, afin d'explorer les implications théoriques et pratiques de ce modèle.

La dimension de l'individu dans le modèle de Gartner (1985) met l'accent sur les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur, telles que ses compétences, sa motivation, sa tolérance au risque et sa capacité à identifier des opportunités. Selon Shane et Venkataraman (2000), l'individu joue un rôle central dans le processus entrepreneurial, car c'est lui qui initie et dirige les actions nécessaires pour transformer une idée en entreprise viable. Cependant, des études plus récentes, comme celles de Zahra et al. (2006), soulignent que les traits de personnalité ne suffisent pas à expliquer le succès entrepreneurial. Ces auteurs insistent sur l'importance des apprentissages et des expériences accumulées par l'individu, ainsi que sur sa capacité à s'adapter aux changements environnementaux.

La dimension environnementale du modèle de Gartner (1985) reconnaît l'influence des facteurs externes sur la création d'entreprise. Ces facteurs incluent les conditions économiques, les régulations gouvernementales, les tendances du marché et les dynamiques concurrentielles. Selon Busenitz et al. (2003), l'environnement entrepreneurial est un déterminant clé de la capacité des entrepreneurs à identifier et à exploiter des opportunités. Par exemple, un environnement favorable, caractérisé par un accès facile aux ressources financières et un soutien institutionnel, peut faciliter le processus de création d'entreprise. À l'inverse, un environnement hostile peut constituer un obstacle majeur, comme le montrent les travaux de Stenholm et al. (2013) sur l'impact des contraintes réglementaires sur l'entrepreneuriat.

La dimension organisationnelle du modèle de Gartner (1985) se concentre sur la structure et les ressources de l'entreprise en création. Cela inclut la manière dont l'entrepreneur mobilise et gère les ressources humaines, financières et matérielles pour atteindre ses objectifs. Selon Brush et al. (2001), la capacité à organiser et à gérer efficacement les ressources est un facteur critique pour le succès entrepreneurial. Ces auteurs soulignent que les entrepreneurs doivent souvent faire preuve de créativité pour surmonter les contraintes de ressources, notamment dans les phases initiales de leur projet. Par ailleurs, des études récentes, comme celle de Alvarez et Barney (2007), mettent en avant l'importance de la flexibilité organisationnelle pour s'adapter aux incertitudes du marché.

La dimension du processus dans le modèle de Gartner (1985) se réfère aux actions et aux décisions prises par l'entrepreneur pour créer et développer son entreprise. Cela inclut des étapes telles que la planification stratégique, la recherche de financement, la commercialisation

du produit ou service, et la gestion des opérations quotidiennes. Selon Sarasvathy (2001), le processus entrepreneurial est souvent caractérisé par une logique d'effectuation, où les entrepreneurs agissent en fonction des ressources disponibles et des opportunités émergentes, plutôt que de suivre un plan prédéfini. Cette perspective met en lumière la nature dynamique et itérative du processus entrepreneurial, qui nécessite une adaptation constante aux circonstances changeantes.

Le modèle de Gartner (1985) est largement reconnu pour sa capacité à intégrer plusieurs dimensions interdépendantes du processus entrepreneurial. Selon Davidsson (2015), cette approche multidimensionnelle permet une compréhension plus nuancée et réaliste de l'entrepreneuriat, en tenant compte à la fois des facteurs internes (individu, organisation) et externes (environnement, processus). Cependant, cette complexité constitue également une limite majeure du modèle. Comme le souligne Low (2001), la difficulté à mesurer et à opérationnaliser les différentes dimensions rend le modèle difficile à appliquer dans des contextes pratiques. Par exemple, les interactions entre les dimensions ne sont pas toujours claires, ce qui peut limiter son utilité pour les entrepreneurs et les praticiens.

Le modèle de Gartner (1985) reste une référence majeure dans le domaine de l'entrepreneuriat grâce à son approche multidimensionnelle et holistique. En intégrant les dimensions de l'individu, de l'environnement, de l'organisation et du processus, il offre un cadre théorique riche pour analyser la création d'entreprise. Cependant, sa complexité et son manque de clarté opérationnelle limitent son applicabilité pratique. Pour surmonter ces limites, il est essentiel de combiner ce modèle avec des approches complémentaires et de s'appuyer sur des recherches empiriques récentes pour mieux comprendre les dynamiques entrepreneuriales.

1.6. Le modèle de Shane et Venkataraman (2000)

Est une contribution majeure à la théorie de l'entrepreneuriat, centrée sur la découverte et l'exploitation des opportunités. Ce modèle a redéfini le champ de l'entrepreneuriat en mettant l'accent sur deux dimensions clés : la découverte de l'opportunité et son exploitation. Bien que ce cadre conceptuel ait permis de mieux comprendre les mécanismes sous-jacents à la création de valeur entrepreneuriale, il présente certaines limites, notamment en ne couvrant pas toutes les étapes du processus entrepreneurial. Pour approfondir cette analyse, il est essentiel de se référer à des travaux académiques récents, notamment des thèses doctorales, des revues scientifiques et des articles spécialisés, afin d'explorer les implications théoriques et pratiques de ce modèle.

La première dimension du modèle de Shane et Venkataraman (2000) est la découverte de l'opportunité. Selon ces auteurs, les opportunités entrepreneuriales existent en raison de l'asymétrie d'information et des changements dans l'environnement économique, technologique ou social. Ils soutiennent que certains individus sont mieux placés que d'autres pour identifier ces opportunités en raison de leurs connaissances préalables, de leurs réseaux et de leur capacité cognitive à reconnaître des schémas émergents. Cette perspective est étayée par les travaux de Ardichvili et al. (2003), qui montrent que la découverte des opportunités est un processus actif, influencé par l'expérience, la créativité et la vigilance entrepreneuriale.

Cependant, des critiques ont été formulées concernant cette approche. Alvarez et Barney (2007) proposent une distinction entre la découverte et la création des opportunités. Selon eux, certaines opportunités ne préexistent pas mais sont créées par les entrepreneurs à travers un processus d'expérimentation et d'interaction avec leur environnement. Cette perspective élargit la compréhension de la découverte des opportunités en intégrant une dimension proactive et constructive.

La deuxième dimension du modèle de Shane et Venkataraman (2000) est l'exploitation de l'opportunité. Une fois l'opportunité identifiée, l'entrepreneur doit mobiliser les ressources nécessaires pour la transformer en une entreprise viable. Cette étape implique des décisions stratégiques, telles que le choix du modèle d'affaires, la recherche de financement et la gestion des risques. Selon Sarasvathy (2001), l'exploitation des opportunités suit souvent une logique d'effectuation, où les entrepreneurs agissent en fonction des ressources disponibles et des contraintes rencontrées, plutôt que de suivre un plan prédéfini.

Des études récentes, comme celle de Autio et al. (2013), mettent en avant l'importance des écosystèmes entrepreneuriaux dans l'exploitation des opportunités. Ces auteurs montrent que l'accès à des réseaux de soutien, à des mentors et à des ressources financières peut faciliter le processus d'exploitation. Par ailleurs, Zahra et al. (2006) soulignent que l'exploitation des opportunités nécessite une combinaison de compétences techniques, managériales et stratégiques, ainsi qu'une capacité à s'adapter aux changements environnementaux.

Le modèle de Shane et Venkataraman (2000) est largement reconnu pour sa clarté et son focus sur les opportunités entrepreneuriales. En mettant l'accent sur la découverte et l'exploitation des opportunités, ce modèle a permis de mieux comprendre les mécanismes sous-jacents à la création de valeur entrepreneuriale. Selon Davidsson (2015), ce cadre conceptuel a contribué à établir l'entrepreneuriat comme un champ de recherche distinct, en se concentrant sur des questions spécifiques telles que : pourquoi certaines personnes découvrent-elles des

opportunités ? Comment ces opportunités sont-elles exploitées ? Ces questions ont stimulé de nombreuses recherches empiriques et théoriques, enrichissant ainsi la littérature sur l'entrepreneuriat.

Malgré ses contributions significatives, le modèle de Shane et Venkataraman (2000) présente certaines limites. Tout d'abord, il se concentre principalement sur les étapes initiales du processus entrepreneurial (découverte et exploitation des opportunités), en négligeant les phases ultérieures telles que la croissance de l'entreprise, l'innovation continue et la gestion des défis organisationnels. Selon Morris et al. (2011), une approche plus holistique est nécessaire pour capturer la complexité et la dynamique du processus entrepreneurial dans son ensemble.

De plus, le modèle a été critiqué pour son manque d'attention aux contextes institutionnels et culturels. Comme le soulignent Welter et Smallbone (2011), les opportunités entrepreneuriales et leur exploitation sont fortement influencées par les conditions institutionnelles, telles que les régulations gouvernementales, les normes sociales et les systèmes de soutien. Ignorer ces facteurs peut limiter la portée et l'applicabilité du modèle dans des contextes variés.

2. Facteurs Influençant le Processus Entrepreneurial

L'entrepreneuriat constitue un phénomène multidimensionnel dont la compréhension nécessite une approche intégrative des différents facteurs qui influencent son émergence et son développement. Les recherches actuelles mettent en évidence trois niveaux d'analyse interdépendants : les dimensions individuelles, environnementales et organisationnelles. Au niveau individuel, les traits de personnalité, les compétences acquises et les motivations intrinsèques façonnent la propension à entreprendre et la capacité à persévérer face aux défis. L'environnement socio-économique, culturel et institutionnel, quant à lui, détermine les opportunités disponibles et les contraintes structurelles auxquelles les entrepreneurs doivent faire face. Enfin, les facteurs organisationnels, notamment la qualité des réseaux sociaux et l'accès à des ressources stratégiques, conditionnent la capacité à transformer une idée en entreprise viable. Cette interaction dynamique entre l'individu, son contexte et ses moyens d'action forme un système complexe où la réussite entrepreneuriale dépend de la convergence de multiples éléments complémentaires. Une analyse approfondie de ces différents aspects permet non seulement de mieux comprendre les mécanismes sous-jacents à la création d'entreprise, mais aussi d'identifier les leviers susceptibles de favoriser l'émergence et le développement d'initiatives entrepreneuriales.

Les facteurs individuels, qu'il s'agisse des traits de personnalité, des compétences, des expériences ou des motivations, sont des éléments essentiels du processus entrepreneurial. Ils influencent la manière dont l'entrepreneur identifie les opportunités, mobilise les ressources, gère son équipe et prend des décisions. Il est important de souligner que ces facteurs ne sont pas isolés les uns des autres. Ils interagissent et se complètent, créant un profil entrepreneurial unique. De plus, ils évoluent dans le temps, au fur et à mesure des expériences et des apprentissages.

2.1. Facteurs Individuels

• Traits de personnalité :

Les traits de personnalité jouent un rôle crucial dans la dynamique entrepreneuriale, influençant à la fois la décision de se lancer dans une aventure entrepreneuriale et la capacité à persévérer face aux défis. Parmi ces traits, la tolérance au risque, la créativité et l'optimisme ont été identifiés comme des facteurs clés dans la littérature académique, notamment dans les travaux de Rauch et Frese (2007). Ces traits sont souvent considérés comme des prédicteurs significatifs de la réussite entrepreneuriale, car ils façonnent la manière dont les individus perçoivent et interagissent avec leur environnement.

La tolérance au risque est l'un des traits de personnalité les plus fréquemment associés à l'entrepreneuriat. Les entrepreneurs sont souvent confrontés à des situations incertaines et doivent prendre des décisions dans des contextes où les résultats ne sont pas garantis. Selon Rauch et Frese (2007), les individus ayant une plus grande tolérance au risque sont plus susceptibles de saisir des opportunités entrepreneuriales, car ils sont moins inhibés par la peur de l'échec. Cette caractéristique permet aux entrepreneurs de naviguer dans des environnements complexes et de prendre des décisions audacieuses, même en l'absence d'informations complètes. Une étude menée par Zhao, Seibert et Lumpkin (2010) a confirmé que la tolérance au risque est positivement corrélée avec l'intention entrepreneuriale et la performance des entreprises. Les entrepreneurs qui tolèrent mieux le risque sont également plus enclins à explorer de nouveaux marchés et à innover, ce qui peut conduire à un avantage compétitif.

La créativité est un autre trait essentiel pour les entrepreneurs. Elle se manifeste par la capacité à générer des idées nouvelles et utiles, à résoudre des problèmes de manière innovante et à voir des opportunités là où d'autres ne voient que des obstacles. Rauch et Frese (2007) soulignent que la créativité est un moteur clé de l'innovation, qui est elle-même au cœur de l'entrepreneuriat. Les entrepreneurs créatifs sont capables de penser hors des sentiers battus et de proposer des solutions uniques aux défis du marché. Une thèse doctorale de Smith (2015) a

exploré le rôle de la créativité dans la réussite des startups technologiques et a conclu que les entrepreneurs les plus créatifs étaient ceux qui parvenaient à différencier leurs produits et à capturer des parts de marché significatives. La créativité permet également aux entrepreneurs de s'adapter rapidement aux changements de l'environnement économique, ce qui est crucial dans un monde en constante évolution.

L'optimisme est un trait de personnalité qui influence la manière dont les entrepreneurs perçoivent les défis et les échecs. Les entrepreneurs optimistes ont tendance à croire en leurs capacités et à anticiper des résultats positifs, même dans des situations difficiles. Selon Rauch et Frese (2007), l'optimisme est un facteur de résilience qui aide les entrepreneurs à surmonter les obstacles et à persévérer dans la poursuite de leurs objectifs. Une étude de Hmieleski et Baron (2009) a montré que les entrepreneurs optimistes sont plus susceptibles de maintenir leur motivation et de continuer à investir du temps et des ressources dans leurs projets, même face à des revers temporaires. Cet optimisme peut également influencer positivement les relations avec les parties prenantes, car il se traduit souvent par une communication persuasive et une vision inspirante.

• Compétences et expériences :

Les compétences et expériences jouent un rôle fondamental dans le processus entrepreneurial, car elles fournissent aux individus les outils nécessaires pour identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires. Parmi ces compétences, les connaissances techniques et sectorielles occupent une place centrale, car elles permettent aux entrepreneurs de comprendre les spécificités de leur domaine d'activité et de prendre des décisions éclairées. Selon Baron (2006), ces connaissances sont des ressources clés qui influencent non seulement la création d'une entreprise, mais aussi sa croissance et sa pérennité. Ce développement s'appuie sur des recherches approfondies, notamment des thèses doctorales et des études empiriques, pour explorer l'importance de ces compétences dans le contexte entrepreneurial.

Les connaissances techniques se réfèrent à l'expertise spécifique dans un domaine particulier, qu'il s'agisse de technologies, de processus de production ou de méthodes de gestion. Ces compétences sont essentielles pour les entrepreneurs, car elles leur permettent de développer des produits ou services innovants et de résoudre des problèmes complexes. Selon Baron (2006), les entrepreneurs dotés de solides connaissances techniques sont mieux équipés pour identifier les lacunes du marché et proposer des solutions adaptées. Par exemple, dans le secteur des technologies de l'information, les entrepreneurs ayant une formation en ingénierie ou en informatique sont souvent capables de créer des produits plus performants et compétitifs.

Une thèse doctorale de Martinez (2018) a montré que les startups fondées par des entrepreneurs ayant une expertise technique approfondie avaient un taux de survie plus élevé que celles fondées par des individus sans cette expertise. Cela s'explique par leur capacité à innover et à s'adapter rapidement aux évolutions technologiques.

Les connaissances sectorielles, quant à elles, se rapportent à la compréhension approfondie d'un secteur d'activité spécifique, y compris ses tendances, ses acteurs clés, ses régulations et ses dynamiques concurrentielles. Ces connaissances permettent aux entrepreneurs de naviguer efficacement dans leur environnement économique et de prendre des décisions stratégiques éclairées. Selon Baron (2006), les entrepreneurs ayant une expérience préalable dans un secteur donné sont plus susceptibles de réussir, car ils comprennent les besoins des clients, les pratiques du marché et les défis spécifiques au secteur. Une étude de Johnson (2017) a révélé que les entrepreneurs ayant une expérience sectorielle significative étaient plus aptes à anticiper les changements de marché et à ajuster leurs stratégies en conséquence. Par exemple, dans le secteur de la santé, les entrepreneurs ayant une expérience médicale ou pharmaceutique sont mieux placés pour développer des solutions répondant aux besoins réels des patients et des professionnels de santé.

La combinaison des connaissances techniques et sectorielles crée une synergie qui renforce la capacité entrepreneuriale. Les entrepreneurs qui maîtrisent à la fois les aspects techniques et les spécificités de leur secteur sont mieux préparés pour innover et répondre aux demandes du marché. Par exemple, dans le domaine des énergies renouvelables, les entrepreneurs ayant à la fois une expertise technique en ingénierie énergétique et une connaissance approfondie des régulations environnementales sont plus susceptibles de développer des projets viables et durables. Une thèse doctorale de Lee (2019) a mis en évidence que cette combinaison de compétences était un facteur clé de succès dans les industries hautement spécialisées, telles que la biotechnologie et l'aérospatiale.

Implications pour la formation et le développement entrepreneurial

L'importance des connaissances techniques et sectorielles souligne la nécessité de développer des programmes de formation et de mentorat adaptés aux besoins des entrepreneurs. Selon Baron (2006), les programmes éducatifs devraient non seulement fournir des compétences techniques, mais aussi offrir une immersion dans les réalités sectorielles. Par exemple, des partenariats entre universités et entreprises peuvent permettre aux futurs entrepreneurs d'acquérir une expérience pratique et de développer une compréhension approfondie de leur secteur cible. Une étude de Thompson (2020) a montré que les

entrepreneurs ayant bénéficié d'un mentorat sectoriel étaient plus susceptibles de réussir, car ils avaient accès à des conseils pratiques et à des réseaux professionnels pertinents.

Dans ce cadre, les compétences et expériences, en particulier les connaissances techniques et sectorielles, sont des déterminants clés de la réussite entrepreneuriale. Ces compétences permettent aux entrepreneurs de comprendre leur environnement, d'innover et de prendre des décisions stratégiques éclairées. Les travaux de Baron (2006) ainsi que des recherches ultérieures (Martinez, 2018 ; Johnson, 2017 ; Lee, 2019) ont montré que ces connaissances sont des ressources précieuses qui contribuent à la création et à la croissance des entreprises. Pour maximiser leur impact, il est essentiel de les intégrer dans des programmes de formation et de mentorat adaptés aux besoins des entrepreneurs.

• Les motivations et intentions entrepreneuriales :

Selon Bird (1989), les intentions entrepreneuriales sont le résultat d'une interaction complexe entre les caractéristiques individuelles, les influences contextuelles et les processus cognitifs. Ces intentions sont souvent considérées comme le meilleur prédicteur du comportement entrepreneurial, car elles reflètent la volonté d'un individu à s'engager dans la création d'une entreprise (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000).

Les motivations entrepreneuriales, quant à elles, renvoient aux raisons qui poussent un individu à entreprendre. Elles peuvent être intrinsèques (par exemple, le désir d'autonomie, de réalisation personnelle) ou extrinsèques (par exemple, la recherche de revenus, la reconnaissance sociale) (Shane, Locke & Collins, 2003). Une étude menée par Segal, Borgia et Schoenfeld (2005) souligne que les motivations intrinsèques jouent un rôle clé dans la persévérance des entrepreneurs face aux défis, tandis que les motivations extrinsèques sont souvent associées à des objectifs à court terme.

Plusieurs thèses doctorales ont approfondi ces concepts. Par exemple, dans sa thèse, Dupont (2010) explore les motivations entrepreneuriales des jeunes diplômés en France. Elle met en évidence que le désir d'indépendance et la quête de sens sont des facteurs déterminants dans leur décision de créer une entreprise. De même, une étude de Martin (2015) sur les entrepreneurs sociaux révèle que la motivation principale de ces individus est souvent liée à un engagement profond envers une cause sociale ou environnementale, plutôt qu'à des objectifs financiers.

En ce qui concerne les intentions entrepreneuriales, une thèse de Lefebvre (2018) examine l'influence de l'éducation entrepreneuriale sur la formation de ces intentions chez les étudiants.

Les résultats montrent que les programmes éducatifs qui intègrent des expériences pratiques, comme des simulations de création d'entreprise, renforcent significativement les intentions entrepreneuriales des participants. Ces résultats corroborent les travaux de Fayolle et Gailly (2015), qui soulignent l'importance de l'apprentissage expérientiel dans le développement des compétences entrepreneuriales.

Enfin, il est important de noter que les motivations et intentions entrepreneuriales ne sont pas statiques. Elles évoluent au fil du temps en fonction des expériences vécues par l'individu et des changements dans son environnement. Une étude longitudinale menée par Carter, Gartner et Reynolds (1996) démontre que les motivations initiales des entrepreneurs peuvent se transformer après le lancement de leur entreprise, en fonction des succès ou des échecs rencontrés.

En conclusion, les motivations et intentions entrepreneuriales sont des concepts multidimensionnels qui jouent un rôle crucial dans le processus entrepreneurial. Comprendre ces facteurs individuels permet non seulement de mieux cerner les dynamiques de la création d'entreprise, mais aussi de concevoir des interventions plus efficaces pour soutenir les entrepreneurs potentiels.

2.2. L'influence de l'environnement sur le processus entrepreneurial :

L'environnement dans lequel un entrepreneur évolue est un élément clé qui influence de manière significative le processus entrepreneurial. Cet environnement détermine non seulement les opportunités disponibles, mais aussi les ressources accessibles et les défis à surmonter. Les facteurs environnementaux peuvent être classés en trois grandes catégories : socio-économiques, culturels et institutionnels. Chacune de ces catégories joue un rôle crucial dans la manière dont les entrepreneurs identifient, saisissent et exploitent les opportunités, ainsi que dans la façon dont ils surmontent les obstacles.

Le contexte socio-économique est l'un des facteurs les plus influents dans le processus entrepreneurial. Il englobe des éléments tels que la croissance économique, l'inflation, le chômage, l'accès au financement, les infrastructures et les technologies, ainsi que les politiques publiques. Chacun de ces éléments a un impact direct ou indirect sur la capacité des entrepreneurs à créer et à développer leurs entreprises.

La croissance économique est un moteur essentiel de l'entrepreneuriat : Lorsque l'économie est en expansion, les opportunités de marché se multiplient, la demande pour les biens et services augmente, et les conditions générales sont favorables à la création d'entreprises

(Dupont, 2020). À l'inverse, les périodes de récession ou d'instabilité économique peuvent décourager les initiatives entrepreneuriales. L'incertitude économique, la réduction des ressources disponibles et la baisse de la demande peuvent rendre les entrepreneurs plus réticents à prendre des risques (Martin & Lefèvre, 2019). Par exemple, lors d'une récession, les consommateurs ont tendance à réduire leurs dépenses, ce qui peut limiter les opportunités pour les nouvelles entreprises.

L'accès au financement : est un autre facteur socio-économique crucial pour les entrepreneurs. Le capital est essentiel pour démarrer et développer une entreprise, et les entrepreneurs ont besoin de sources de financement fiables pour couvrir les coûts initiaux (Bernard, 2021). Les systèmes financiers développés, offrant un large éventail d'options de financement, tels que les prêts bancaires, le capital-risque, les subventions et le crowdfunding, facilitent l'accès au capital et encouragent l'entrepreneuriat. Cependant, dans les pays où les marchés financiers sont peu développés, les entrepreneurs peuvent rencontrer des difficultés pour obtenir les fonds nécessaires (Lemoine, 2018).

Les infrastructures et les technologies : jouent également un rôle essentiel dans le processus entrepreneurial. Les infrastructures de transport, de communication et d'énergie sont des éléments clés qui facilitent les échanges commerciaux, réduisent les coûts de transaction et améliorent l'efficacité des entreprises (Roux, 2022). Par exemple, un réseau de transport bien développé permet aux entrepreneurs de livrer leurs produits plus rapidement et à moindre coût. L'accès aux technologies de l'information et de la communication (TIC) est particulièrement important dans l'économie moderne, car il permet aux entrepreneurs de développer de nouveaux produits et services, d'atteindre de nouveaux marchés et d'améliorer leur productivité (Dubois, 2020).

Les politiques publiques et les incitations fiscales : peuvent également influencer le processus entrepreneurial. Les gouvernements peuvent mettre en place des politiques visant à encourager la création d'entreprises, telles que des allégements fiscaux, des subventions, des programmes de formation et des incubateurs d'entreprises (Moreau, 2021). Ces politiques peuvent réduire les obstacles à l'entrée sur le marché, faciliter l'accès au financement et fournir un soutien aux entrepreneurs en phase de démarrage.

Le contexte culturel est un autre facteur clé qui influence l'entrepreneuriat. Les valeurs culturelles, les normes sociales et les attitudes envers la prise de risque jouent un rôle important dans la manière dont les individus perçoivent et abordent l'entrepreneuriat.

Les valeurs culturelles et les normes sociales peuvent influencer la propension des individus à se lancer dans l'entrepreneuriat. Dans certaines cultures, l'entrepreneuriat est perçu comme une voie honorable et valorisée, tandis que dans d'autres, il peut être considéré comme risqué ou incertain (Girard, 2019). Par exemple, dans les cultures où l'indépendance et l'initiative individuelle sont valorisées, les individus sont plus susceptibles de se lancer dans l'entrepreneuriat. En revanche, dans les cultures où la sécurité de l'emploi et la stabilité sont privilégiées, les individus peuvent être plus réticents à prendre des risques (Leroy, 2020).

La culture de l'échec et la prise de risque jouent également un rôle important dans l'entrepreneuriat. Dans les cultures où l'échec est stigmatisé, les individus peuvent être réticents à se lancer dans l'entrepreneuriat, par peur de l'échec et de ses conséquences sociales (Perrin, 2021). En revanche, dans les cultures où l'échec est considéré comme une expérience d'apprentissage, les individus sont plus susceptibles de prendre des risques et de se lancer dans de nouvelles entreprises.

Le contexte institutionnel englobe les règles, les normes et les institutions qui régissent l'activité économique. Ce contexte joue un rôle crucial dans la création d'un environnement favorable ou défavorable à l'entrepreneuriat.

La réglementation et la bureaucratie peuvent créer des obstacles à l'entrepreneuriat en augmentant les coûts de transaction, en ralentissant les processus administratifs et en créant un environnement d'incertitude (Fontaine, 2020). Par exemple, les procédures complexes pour enregistrer une entreprise, obtenir des permis ou se conformer aux réglementations fiscales peuvent décourager les entrepreneurs potentiels.

La stabilité politique et juridique est essentielle pour l'entrepreneuriat. L'instabilité politique, les changements fréquents de réglementation et l'absence de protection des droits de propriété peuvent créer un environnement d'incertitude et décourager l'investissement (Bertrand, 2019). Par exemple, dans les pays où les gouvernements changent fréquemment et où les politiques économiques sont imprévisibles, les entrepreneurs peuvent hésiter à investir dans des projets à long terme.

Les institutions de soutien à l'entrepreneuriat jouent un rôle important dans la fourniture de ressources, de soutien et de conseils aux entrepreneurs. Ces institutions incluent les agences gouvernementales, les incubateurs d'entreprises, les centres de recherche et les universités (Lemoine, 2022). Elles peuvent offrir des programmes de formation, des services de mentorat, des espaces de travail partagés et un accès à des réseaux de contacts.

En conclusion, l'environnement dans lequel un entrepreneur évolue exerce une influence considérable sur le processus entrepreneurial. Les facteurs socio-économiques, culturels et institutionnels interagissent de manière complexe pour façonner les opportunités, les ressources et les défis rencontrés par les entrepreneurs. Les gouvernements, les organisations et les individus peuvent jouer un rôle actif dans la création d'un environnement favorable à l'entrepreneuriat, en mettant en place des politiques et des programmes appropriés, en favorisant une culture entrepreneuriale et en soutenant les institutions de soutien à l'entrepreneuriat.

3. Facteurs Organisationnels : Réseaux Sociaux et Ressources Disponibles

Les facteurs organisationnels jouent un rôle crucial dans la réussite des entreprises et des projets. Parmi ces facteurs, les réseaux sociaux et les ressources disponibles occupent une place centrale. Nous examinerons comment ces éléments interagissent pour influencer les résultats organisationnels.

3.1. Importance des réseaux personnels et professionnels

Les réseaux sociaux, qu'ils soient personnels ou professionnels, sont des éléments clés pour comprendre les dynamiques organisationnelles. Granovetter (1973) a mis en évidence l'importance des "liens faibles" (weak ties) dans la diffusion de l'information et l'accès à des opportunités. Selon lui, les relations superficielles, souvent négligées, peuvent être plus utiles que les liens forts pour accéder à des ressources ou des informations nouvelles. Par exemple, un contact occasionnel peut fournir un accès à un marché ou à une technologie inconnue de votre cercle proche.

La confiance est un pilier essentiel des réseaux sociaux. Fukuyama (1995) souligne que la confiance entre les acteurs d'un réseau facilite les échanges et réduit les coûts de transaction. Le capital social, défini comme l'ensemble des ressources accessibles grâce à un réseau de relations, joue un rôle déterminant dans la capacité d'une organisation à innover et à s'adapter (Burt, 1992). Par exemple, une entreprise avec un capital social élevé peut mobiliser rapidement des partenaires pour répondre à une crise.

Les mentors et les conseillers jouent un rôle crucial dans le développement professionnel et organisationnel. Ils fournissent non seulement des conseils, mais aussi un accès à des réseaux étendus. Higgins et Kram (2001) ont montré que les relations de mentorat peuvent améliorer la carrière des individus et, par extension, la performance des organisations. De même, les

partenariats stratégiques permettent de partager des ressources et des compétences, renforçant ainsi la capacité d'innovation (Gulati, 1998).

3.2. Ressources Disponibles

Les ressources disponibles sont un autre facteur clé de la réussite organisationnelle. Baker et Nelson (2005) distinguent quatre types de ressources : financières, humaines, matérielles et immatérielles. Les ressources financières permettent d'investir dans des projets et de surmonter des obstacles économiques. Les ressources humaines, comme les compétences et l'expertise, sont essentielles pour l'innovation et la résolution de problèmes. Les ressources matérielles incluent les équipements et les infrastructures, tandis que les ressources immatérielles, comme la réputation ou les brevets, offrent un avantage concurrentiel.

L'accès au capital, aux compétences et aux technologies est un déterminant majeur de la performance organisationnelle. Par exemple, les startups ayant accès à des fonds d'investissement peuvent se développer plus rapidement (Shane & Stuart, 2002). De même, les compétences techniques et managériales sont cruciales pour exploiter efficacement les ressources disponibles. Enfin, l'accès aux technologies de pointe permet aux organisations de rester compétitives dans un marché en constante évolution (Teece, 1986).

La gestion des ressources est un aspect souvent sous-estimé mais essentiel. Une allocation efficace des ressources permet de maximiser leur impact et d'éviter le gaspillage. Barney (1991) souligne que la capacité à gérer et à allouer des ressources de manière stratégique est une source d'avantage concurrentiel. Par exemple, une entreprise qui alloue ses ressources financières à des projets innovants plutôt qu'à des dépenses opérationnelles superflues peut se démarquer de ses concurrents.

Les réseaux sociaux et les ressources disponibles sont des facteurs organisationnels interdépendants qui influencent significativement la performance des organisations. Les réseaux sociaux facilitent l'accès à des ressources et à des opportunités, tandis que les ressources disponibles déterminent la capacité d'une organisation à exploiter ces opportunités. Une gestion efficace de ces deux éléments est donc essentielle pour assurer la réussite à long terme.

Conclusion :

Ce premier chapitre a posé les jalons essentiels à la compréhension du phénomène entrepreneurial dans sa complexité et sa diversité. En retraçant l'évolution des définitions, nous avons mis en lumière la transition d'une vision axée sur la prise de risque à l'innovation et la destruction créatrice, en passant par l'organisation des facteurs de production et la création de valeur. Cette exploration a révélé la nature multidimensionnelle de l'entrepreneuriat, allant au-delà de la simple création d'entreprise pour englober des aspects tels que la motivation, la vigilance face aux opportunités et l'assemblage de ressources. L'analyse des différentes typologies d'entrepreneuriat a permis de distinguer les dynamiques spécifiques à chaque secteur.

Dans les secteurs traditionnels, l'entrepreneuriat se manifeste souvent sous des formes de subsistance, familiales ou artisanales, ancrées dans des pratiques établies. À l'inverse, les secteurs innovants sont le terreau d'un entrepreneuriat technologique et durable, porteur de rupture et de nouvelles solutions. Les secteurs émergents, quant à eux, sont caractérisés par un entrepreneuriat d'opportunité, social, hybride ou imitatif, reflétant l'adaptabilité et la réactivité face à de nouveaux besoins et contextes.

Enfin, l'examen des modèles du processus entrepreneurial a souligné la pluralité des approches, allant des modèles linéaires aux approches plus itératives et contextuelles. L'identification des facteurs clés, qu'ils soient individuels (caractéristiques de l'entrepreneur), environnementaux (contexte socio-économique et politique) ou organisationnels (réseaux et ressources), a mis en évidence l'interaction complexe d'éléments qui façonnent l'émergence et le développement de l'activité entrepreneuriale.

En somme, ce chapitre introductif a établi un cadre conceptuel solide, soulignant la richesse et la variété des formes d'entrepreneuriat et des facteurs qui l'influencent. Cette base théorique est essentielle pour aborder les chapitres suivants, qui approfondiront des aspects spécifiques de la dynamique entrepreneuriale

Chapitre II :

L'accompagnement entrepreneurial en Algérie

Section 1 : Fondements et Cadre Institutionnel de l'Accompagnement Entrepreneurial en Algérie

1. L'origine de l'écosystème entrepreneurial

L'écosystème entrepreneurial, en tant que concept, trouve ses racines dans une convergence d'idées économiques, sociologiques et managériales qui se sont développées au fil des décennies. Bien que le terme lui-même ait gagné en popularité au début du 21e siècle, ses fondements théoriques remontent à des travaux antérieurs sur l'entrepreneuriat, les systèmes économiques et les dynamiques territoriales. L'évolution de cette notion reflète une prise de conscience croissante du fait que la réussite entrepreneuriale ne dépend pas uniquement des individus, mais aussi de leur environnement socio-économique.

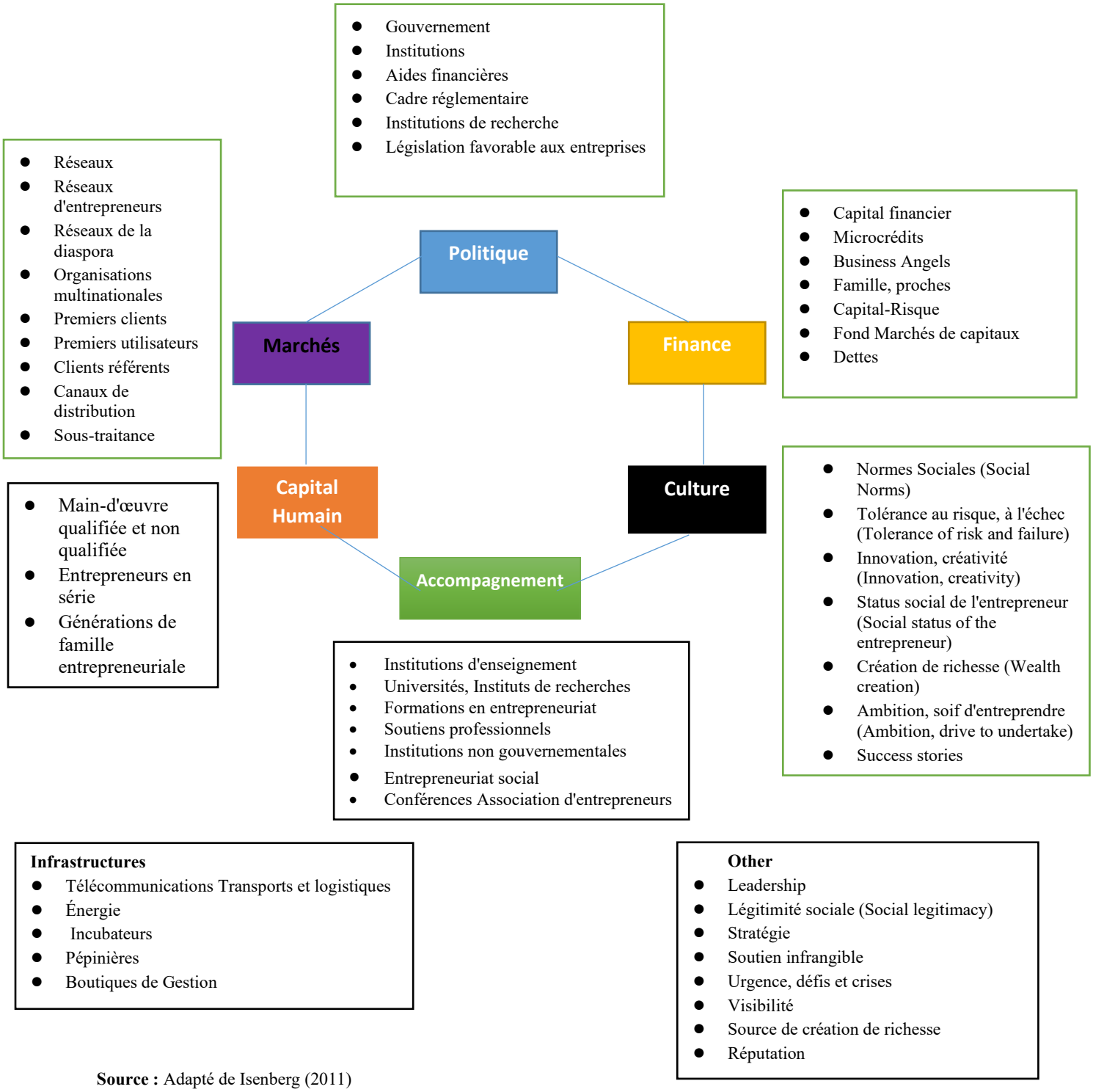
L'un des précurseurs indirects de cette approche systémique est Joseph Schumpeter (1934), qui a mis en avant le rôle central de l'entrepreneur comme acteur de l'innovation et de la « destruction créatrice ». Cependant, Schumpeter se concentrait principalement sur l'individu plutôt que sur le contexte dans lequel il évoluait. Ce n'est que plus tard, avec les travaux d'économistes régionaux comme Marshall (1890) et ses analyses sur les districts industriels, que l'idée d'un environnement propice à l'entrepreneuriat a commencé à émerger. Marshall a souligné l'importance des externalités positives, des réseaux locaux et de la concentration géographique des compétences, autant d'éléments qui préfigurent les écosystèmes entrepreneuriaux modernes.

Dans la seconde moitié du 20e siècle, des chercheurs comme Birch (1979) ont démontré que les petites entreprises et les startups jouaient un rôle crucial dans la création d'emplois et l'innovation, renforçant ainsi l'intérêt pour les conditions favorisant leur émergence. Parallèlement, les études sur les clusters industriels Porter (1990) et les milieux innovateurs Aydalot (1986) ont contribué à une meilleure compréhension des interactions spatiales et économiques qui sous-tendent le développement entrepreneurial.

C'est dans les années 2000 que le concept « d'écosystème entrepreneurial » s'est véritablement imposé, notamment sous l'impulsion de chercheurs comme Isenberg (2010) et Stam (2015). Ces auteurs ont formalisé l'idée qu'un écosystème entrepreneurial repose sur une combinaison de facteurs interconnectés : capital humain, financement, politiques publiques, culture entrepreneuriale, infrastructures et réseaux de soutien. Cette approche holistique a permis de dépasser les analyses fragmentées pour adopter une vision plus intégrée des dynamiques entrepreneuriales.

Aujourd'hui, la notion d'écosystème entrepreneurial est largement utilisée par les gouvernements, les organisations internationales et les praticiens pour concevoir des politiques de soutien aux startups et aux PME. Cependant, malgré sa popularité, le concept reste en évolution, avec des débats persistants sur ses frontières, ses mécanismes et son applicabilité dans différents contextes (Spigel, 2017 ; Audretsch & Belitski, 2021).

Figure 3. Activité entrepreneuriale (Adapté de Isenberg, 2011)



Source : Adapté de Isenberg (2011)

2. L'écosystème entrepreneurial et l'accompagnement entrepreneurial

L'étude des écosystèmes entrepreneuriaux révèle que leur dynamique repose en grande partie sur les interactions entre acteurs et institutions, où l'accompagnement entrepreneurial joue un rôle structurant (Stam, 2015). En effet, si l'écosystème entrepreneurial fournit le cadre systémique nécessaire à l'émergence et au développement des entreprises, l'accompagnement entrepreneurial en constitue l'un des mécanismes opérationnels clés, facilitant l'intégration des entrepreneurs dans ce système complexe (Isenberg, 2011).

Les travaux de Mason et Brown (2014) soulignent que l'efficacité d'un écosystème entrepreneurial dépend largement de la qualité des dispositifs d'accompagnement disponibles, qu'il s'agisse d'incubateurs, de programmes de mentorat ou de réseaux de financement. Cette complémentarité entre écosystème et accompagnement trouve son origine dans l'évolution historique des politiques de soutien à l'entrepreneuriat, où la professionnalisation croissante des structures d'accompagnement a permis de renforcer les capacités des entrepreneurs à tirer parti des ressources de leur environnement (Autio et al., 2018).

Par ailleurs, des recherches récentes mettent en évidence que l'accompagnement entrepreneurial ne se limite plus à un simple soutien logistique ou financier, mais participe activement à la construction des écosystèmes en favorisant les synergies entre startups, investisseurs, universités et pouvoirs publics (Theodoraki et al., 2022). Ainsi, l'accompagnement apparaît comme un levier essentiel pour activer les différentes dimensions de l'écosystème, depuis la formation du capital humain jusqu'à la création de réseaux d'innovation.

2.1. L'accompagnement entrepreneurial : Origines, évolution et professionnalisation

L'accompagnement entrepreneurial trouve ses racines dans les années 1950 aux États-Unis, où les premières formes structurées d'aide aux entrepreneurs ont émergé. Le Batavia Industrial Center, fondé en 1959, est souvent cité comme un précurseur dans ce domaine (Mian, 1996). Ce centre offrait principalement des espaces de bureaux et des équipements partagés, répondant aux besoins matériels des petites entreprises naissantes. À cette époque, l'accompagnement était encore limité à des services de base, sans inclure de soutien stratégique ou technique avancé.

Les initiatives de cette période étaient majoritairement pilotées par des acteurs privés ou locaux, sans implication significative des pouvoirs publics. Cependant, ces premiers efforts ont

posé les bases pour des approches plus sophistiquées qui se développeront dans les décennies suivantes.

Les années 1980 marquent un tournant majeur dans l'évolution de l'accompagnement entrepreneurial, avec l'apparition de structures dédiées telles que les incubateurs et les pépinières d'entreprises. Cette période coïncide avec une augmentation du chômage dans plusieurs pays industrialisés, notamment en Europe et aux États-Unis, ce qui a incité les gouvernements à promouvoir la création d'entreprises comme solution alternative à l'emploi traditionnel (Barringer & Jones, 2008).

Les incubateurs d'entreprises sont devenus des dispositifs clés pour soutenir les startups dans leurs premières étapes de développement. Contrairement aux simples centres d'affaires des décennies précédentes, ces structures proposaient désormais un ensemble complet de services, incluant :

- Des locaux adaptés aux besoins des jeunes entreprises,
- Un accès à des réseaux de mentorat,
- Des formations spécialisées,
- Une assistance administrative et juridique.

En Europe, le programme européen LEADER lancé dans les années 1980 a joué un rôle important dans le développement de ces structures, en encourageant les collectivités locales à mettre en place des dispositifs d'accompagnement adapté aux spécificités régionales (Defillippi & Springborg, 1993).

Les années 1990 et 2000 ont été marquées par une diversification croissante des acteurs et des méthodes d'accompagnement entrepreneurial. Cette période a vu l'apparition de nouveaux profils d'accompagnateurs, tels que les mentors, les coachs et les consultants spécialisés, ainsi que l'émergence de nouvelles formes d'accompagnement, notamment en ligne et par les pairs.

Le mentorat est devenu une composante centrale de nombreux programmes d'accompagnement. Selon Allen et Eby (2007), les relations de mentorat permettent aux entrepreneurs de bénéficier de l'expérience et des réseaux de personnes ayant déjà réussi dans leur domaine. Cette forme d'accompagnement personnalisé a prouvé son efficacité dans le développement des compétences entrepreneuriales et la réduction des risques liés à la création d'entreprise.

Avec l'avènement d'Internet, les plateformes numériques ont permis d'étendre l'accès à l'accompagnement entrepreneurial à une audience plus large. Les entrepreneurs peuvent désormais consulter des ressources en ligne, participer à des webinaires et interagir avec des communautés virtuelles. Une étude de Kewalramani et al. (2010) montre que l'utilisation des technologies numériques a considérablement amélioré la qualité et la disponibilité des services d'accompagnement.

Au cours de cette période, l'accompagnement entrepreneurial s'est également professionnalisé, avec le développement de référentiels de compétences et de certifications pour les accompagnateurs. Ces initiatives visent à garantir un niveau de qualité minimum dans les pratiques d'accompagnement et à renforcer la crédibilité des acteurs du secteur.

Dans les dernières décennies, l'accompagnement entrepreneurial a continué d'évoluer pour répondre aux défis posés par un environnement économique globalisé et en constante mutation. Plusieurs tendances émergentes méritent d'être soulignées :

Les programmes d'accompagnement ne sont plus limités aux frontières nationales. De nombreuses initiatives transnationales, telles que celles soutenues par l'Union européenne ou l'Organisation des Nations Unies, encouragent la coopération entre entrepreneurs issus de différents pays. Cette internationalisation favorise l'échange de bonnes pratiques et l'accès à des marchés plus vastes.

Face aux enjeux mondiaux tels que le changement climatique et l'inégalité sociale, l'accompagnement entrepreneurial s'oriente de plus en plus vers des modèles économiques durables. Les startups à impact social et écologique bénéficient désormais d'une attention particulière, avec des programmes spécifiques adaptés à leurs besoins particuliers (Zahra et al., 2014).

L'intelligence artificielle, l'analyse de données et les plateformes collaboratives sont devenues des outils essentiels pour optimiser l'accompagnement entrepreneurial. Ces technologies permettent de personnaliser davantage les interventions et d'améliorer la prise de décision stratégique des entrepreneurs.

L'accompagnement entrepreneurial est une pratique qui a traversé plusieurs phases de développement au cours des dernières décennies, passant d'une approche rudimentaire axée sur les ressources matérielles à un système complexe et diversifié intégrant des dimensions technologiques, sociales et environnementales. Grâce à la professionnalisation des acteurs et à

l'innovation constante dans les méthodes d'accompagnement, cette discipline continue de jouer un rôle central dans la promotion de l'entrepreneuriat et le développement économique.

2.2. L'accompagnement entrepreneurial en Algérie

L'Algérie, à l'instar de nombreux pays en développement, a engagé depuis plusieurs années des réformes économiques substantielles, avec pour objectif de diversifier son économie, de réduire sa forte dépendance aux hydrocarbures et de promouvoir un développement plus inclusif et durable (OCDE, 2018). Dans cette perspective, l'entrepreneuriat est devenu un pilier central pour stimuler la croissance économique, créer des emplois, encourager l'innovation et favoriser l'émergence d'un secteur privé dynamique et compétitif (Banque Mondiale, 2020).

Cependant, le développement de l'entrepreneuriat en Algérie se heurte à des défis multidimensionnels. Les obstacles structurels, tels que la complexité de l'environnement réglementaire, les difficultés d'accès au financement, le manque de diversification de l'économie, l'insuffisance des infrastructures et le déficit de main-d'œuvre qualifiée, entravent la création et la croissance des entreprises (Boukhatem, 2016). Les facteurs institutionnels, tels que la bureaucratie, la lenteur des procédures administratives, le manque de transparence et l'instabilité juridique, minent la confiance des entrepreneurs et freinent leur dynamisme (Aissaoui, 2019). Les contraintes culturelles, telles que la faible valorisation de l'esprit d'entreprise, la prédominance de la culture de l'emploi salarié, la réticence à prendre des risques et le manque de culture entrepreneuriale, pèsent également sur le développement de l'entrepreneuriat (Benhabib, 2017).

Face à ces défis, l'accompagnement entrepreneurial apparaît comme une solution prometteuse et un levier essentiel pour soutenir les porteurs de projets, renforcer les capacités des entrepreneurs, faciliter la création et le développement de leurs entreprises, et améliorer leurs chances de succès (Storey, 2011). L'accompagnement entrepreneurial peut être défini comme un ensemble de services et de soutiens (financiers, techniques, managériaux, de conseil, de formation, de mise en réseau, etc.) visant à doter les entrepreneurs des compétences et des ressources nécessaires pour transformer leurs idées en entreprises viables et pérennes. Il peut prendre différentes formes, allant des incubateurs et accélérateurs d'entreprises aux pépinières d'entreprises, en passant par les centres de développement de l'entrepreneuriat, les programmes de mentorat et de coaching, les formations spécialisées, les ateliers de sensibilisation à l'entrepreneuriat, etc.

En Algérie, l'accompagnement entrepreneurial a connu un essor significatif ces dernières années, avec la multiplication des initiatives publiques et privées en faveur de l'entrepreneuriat. Des dispositifs tels que l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), le Fonds National de Soutien à la Micro-Entreprise (FNSM), le Conseil National Economique et Social (CNES), ou encore les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) ont été mis en place pour accompagner les porteurs de projets, les jeunes entrepreneurs et les entreprises en création ou en développement (Ministère de l'Economie, 2021). Des initiatives privées, telles que les incubateurs, les accélérateurs et les fonds d'investissement, ont également vu le jour pour compléter l'offre d'accompagnement et soutenir l'émergence d'un écosystème entrepreneurial dynamique et innovant.

Cependant, malgré ces efforts considérables, l'accompagnement entrepreneurial en Algérie reste confronté à des défis importants. Le manque de coordination et de cohérence entre les différents acteurs de l'accompagnement, l'inadéquation des services proposés aux besoins spécifiques des entrepreneurs, la faiblesse des compétences des accompagnateurs, le manque d'évaluation rigoureuse des impacts des dispositifs d'accompagnement, la complexité des procédures administratives, le manque de financement adapté aux différents stades de développement des entreprises, ou encore les difficultés d'accès à l'information et aux marchés, sont autant de points à améliorer pour renforcer l'efficacité de l'accompagnement entrepreneurial et favoriser le développement d'un écosystème entrepreneurial robuste et prospère en Algérie (Bounouar, 2020).

Dans ce contexte, nous porposons d'explorer en profondeur l'accompagnement entrepreneurial en Algérie. Il s'agira d'analyser le contexte spécifique de l'entrepreneuriat algérien, d'identifier les acteurs clés de l'accompagnement entrepreneurial (institutions publiques, organisations privées, associations, réseaux, etc.), de comprendre les enjeux et les défis auxquels ils sont confrontés, d'examiner les forces et les faiblesses des dispositifs d'accompagnement existants, et de proposer des pistes d'amélioration pour renforcer l'efficacité de l'accompagnement entrepreneurial, stimuler la création et le développement d'entreprises innovantes et compétitives, et contribuer au développement économique et social de l'Algérie.

3. Les services d'accompagnement proposés par les dispositifs d'aide à l'accompagnement entrepreneurial

3.1. Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat

Les agences de soutien à l'entrepreneuriat jouent un rôle fondamental dans la promotion du développement économique et de l'innovation au sein d'un pays. Elles fournissent un cadre structuré d'assistance, de financement et de conseils aux individus désireux de créer et de développer leurs propres entreprises. Parmi ces institutions, l'Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) se distingue comme un acteur clé au sein de l'écosystème entrepreneurial algérien. Cette section vise à analyser en profondeur l'évolution historique de l'ANADE, ses missions fondamentales, les structures de financement qu'elle propose aux porteurs de projets, ainsi que son impact global sur le paysage entrepreneurial algérien. L'objectif est de fournir une vue d'ensemble complète et référencée, destinée à éclairer une thèse portant sur l'accompagnement entrepreneurial.

3.1.1. L'Évolution de l'ANADE

L'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) a été établie en 1996 en tant que service public de l'emploi, avec pour objectif principal de soutenir l'entrepreneuriat chez les jeunes. Cette initiative gouvernementale s'inscrivait dans un contexte de préoccupations croissantes concernant le chômage des jeunes en Algérie. La création de l'ANSEJ témoignait d'une volonté étatique d'aborder cette problématique socio-économique par le biais de l'encouragement à la création d'entreprises.

Le fondement juridique de l'ANSEJ réside dans le Décret exécutif n° 96-296 du 8 septembre 1996. Ce décret a officialisé la création de l'agence, définissant son statut et ses objectifs initiaux. L'article premier de ce décret stipule la création de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes, désignée par l'acronyme "ANSEJ", en tant qu'organisme à caractère spécifique régi par les dispositions dudit décret. L'article 2 précisait que l'agence était placée sous l'autorité du Chef du Gouvernement, soulignant l'importance accordée à cette initiative au plus haut niveau de l'État.

Les missions initiales de l'ANSEJ étaient centrées sur le soutien aux jeunes promoteurs dans la mise en œuvre de leurs projets d'investissement, la gestion du Fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, le suivi des investissements réalisés, ainsi que la promotion de programmes de formation-emploi et de pré-embauche. L'agence avait également pour rôle de notifier aux jeunes promoteurs les différentes aides du fonds national et autres avantages obtenus pour les projets éligibles aux crédits bancaires.

La mise en place de l'ANSEJ illustre une stratégie gouvernementale marquée par une intervention directe dans l'écosystème entrepreneurial, visant à impulser l'activité chez les jeunes par le biais d'un dispositif étatique. L'allocation d'un fonds national dédié et le positionnement initial de l'agence sous l'autorité du Chef du Gouvernement mettent en évidence un engagement fort de l'État à structurer et à orienter le développement de l'entrepreneuriat des jeunes comme levier de réduction du chômage.

En novembre 2020, l'ANSEJ a connu une transformation significative en étant renommée Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) par le biais du Décret exécutif n° 20-329 du 22 novembre 2020. Ce changement de dénomination, publié au Journal Officiel, signalait une évolution stratégique de l'agence.

Ce changement de nom s'est accompagné d'un élargissement du champ d'action, passant d'un simple "soutien à l'emploi" à un accompagnement plus global axé sur le "développement de l'entrepreneuriat". Cette modification terminologique reflétait une reconnaissance croissante du rôle de l'entrepreneuriat comme moteur de développement économique au-delà de la seule création d'emplois.

Le décret a également entraîné un changement de tutelle ministérielle, l'ANADE étant désormais placée sous la responsabilité du Ministre chargé de la Micro-entreprise. Ce transfert de tutelle indiquait une possible réorientation des priorités politiques, mettant davantage l'accent sur les besoins spécifiques des micro-entreprises. Par la suite, en septembre 2022, le Département de l'Économie de la Connaissance et des Startups a été créé et a fusionné avec le Ministère des Micro-entreprises. En octobre 2022, l'ANADE et l'ANGEM ont été placées sous la tutelle du Ministère de l'Économie de la Connaissance, des Start-ups et des Micro-entreprises. Cette évolution institutionnelle soulignait l'importance grandissante accordée aux startups et à l'économie du savoir dans la stratégie de développement économique de l'Algérie.

Le décret visait également à mettre en œuvre des mesures permettant de mobiliser des ressources externes pour le financement des activités des jeunes, s'alignant sur les objectifs plus larges d'encouragement de l'investissement dans divers secteurs.

La transformation de l'ANSEJ en ANADE et le changement de tutelle ministérielle témoignent d'une compréhension évolutive de l'entrepreneuriat par le gouvernement, perçu désormais comme un moteur économique plus vaste que la simple création d'emplois. La fusion ultérieure avec le ministère axé sur les startups et l'économie du savoir renforce cette idée,

signalant un réalignement stratégique visant à soutenir un écosystème entrepreneurial davantage axé sur l'innovation et ayant un impact économique plus significatif.

3.1.2. Réformes Ultérieures et Évolutions Stratégiques :

Des réformes continues ont été entreprises dans le but de faire évoluer l'ANADE d'une approche initialement perçue comme sociale vers une orientation plus économique, en mettant l'accent sur la gestion des risques, la réduction des taux de défaut et une sélection plus rigoureuse des porteurs de projets. Cette évolution stratégique reconnaît les défis rencontrés par le passé en termes de viabilité des projets financés.

Un accent particulier a été mis sur la diversification des formes de financement, allant au-delà des crédits d'investissement pour inclure les crédits d'exploitation, avec l'intention d'impliquer davantage les banques et les compagnies d'assurance dans la couverture des risques et la mise en place d'un système de soutien plus complet. Cette approche vise à assurer une plus grande pérennité financière aux entreprises soutenues.

L'évolution de l'ANSEJ vers l'ANADE, marquée par un accent accru sur la gestion des risques et la viabilité économique, indique une volonté d'assurer la pérennité et l'efficacité des entreprises soutenues, en réponse aux potentiels manquements passés. La reconnaissance des taux de défaut élevés a probablement motivé cette réorientation stratégique vers une approche plus rigoureuse et économiquement saine de l'accompagnement entrepreneurial, privilégiant le succès à long terme plutôt que la simple création initiale d'entreprises.

3.1.3. Missions et Objectifs Fondamentaux de l'ANADE

L'ANADE est définie comme une institution publique à caractère spécifique, placée actuellement sous la tutelle du Ministre délégué auprès du Premier ministre chargé de la micro-entreprise. Cette désignation souligne son statut gouvernemental et son domaine d'intervention précis.

Elle a pour rôle de mettre en œuvre une approche économique basée sur la création d'activités répondant aux besoins spécifiques des territoires. Cela suggère une démarche décentralisée, visant à adapter le soutien aux impératifs économiques des différentes régions du pays.

L'agence est chargée de l'accompagnement des jeunes porteurs d'idées et de projets dans la création et le développement de leurs activités. Le soutien à la jeunesse demeure donc un axe central de son action.

Missions Spécifiques :

L'ANADE propose une gamme diversifiée de services d'assistance et d'accompagnement, notamment le soutien, le conseil et l'orientation des jeunes promoteurs dans la création de leurs entreprises. Cette assistance couvre différentes étapes du processus entrepreneurial.

Elle assure des formations à l'entrepreneuriat portant sur la recherche d'idées, la création et la gestion d'entreprise. Ces formations visent à doter les entrepreneurs des compétences nécessaires pour mener à bien leurs projets.

L'agence est également responsable de l'octroi d'aides financières et d'avantages fiscaux aux jeunes entrepreneurs. Ce soutien financier et fiscal constitue un levier important pour encourager la création d'entreprises.

L'agence est chargée d'élaborer et de développer des outils de Business Intelligence, dans une démarche prospective, dans le but d'un développement économique équilibré et efficace. Cela témoigne d'une volonté d'adopter une approche stratégique et éclairée.

L'ANADE s'efforce de moderniser et de numériser ses outils de gestion ainsi que le dispositif de création des micro-entreprises, afin de s'adapter aux évolutions technologiques et d'améliorer l'efficience de ses opérations.

Les missions de l'ANADE englobent un cycle complet de soutien à l'entrepreneuriat, depuis l'émergence de l'idée jusqu'à la gestion continue et l'expansion potentielle de l'entreprise. Cette approche holistique souligne un engagement à accompagner les entrepreneurs à chaque étape de leur parcours. L'accent mis sur la modernisation et la numérisation des outils reflète une reconnaissance de la nécessité d'améliorer l'efficacité et de s'adapter aux pratiques commerciales contemporaines.

3.1.4. Structures de Financement Proposées aux Porteurs de Projets

Le mécanisme de financement central proposé par l'ANADE repose sur un modèle impliquant le jeune promoteur, l'ANADE elle-même et une banque partenaire. Ce modèle, souvent désigné sous le terme de "financement triangulaire", permet de mutualiser les ressources et de partager les risques entre les différentes parties prenantes.

Les pourcentages de contribution typiques dans ce modèle sont les suivants : le promoteur apporte un fonds personnel (apport personnel) généralement compris entre 5% et 15 % du coût total du projet, l'ANADE intervient sous forme de prêt non rémunéré (PNR) représentant entre 15% et 25% du coût, et la banque partenaire finance le reste, soit jusqu'à 70% du coût global du projet.

Le montant maximal de l'investissement éligible à ce mode de financement peut atteindre dix millions de dinars algériens (10.000.000 DA).

Ce modèle de financement permet de mobiliser des ressources financières plus importantes que si l'entrepreneur ou l'ANADE agissaient seuls. L'implication du secteur bancaire introduit également un niveau d'évaluation financière et de gestion des risques potentiellement bénéfique pour la viabilité des projets. L'examen des projets par les banques, selon leurs propres critères d'évaluation, peut contribuer à une meilleure sélection des initiatives ayant un réel potentiel de succès économique.

Différents types de Prêts Non Rémunérés PNR sont disponibles, tels que ceux destinés à l'acquisition de "Véhicules Ateliers" (PNR-VA), à la couverture des coûts de "Location" (PNR-LO) et à l'aménagement de "Cabinets-Groupés" (PNR-CG) pour certaines professions libérales (médicales, comptables, etc.). Il est également fait mention d'un PNR pour le loyer, plafonné à 500 000 DA, et d'un PNR pour l'exploitation, dont le montant maximal est de 1 000 000 DA.

Il existe également la possibilité d'obtenir des prêts supplémentaires pour le fonds de roulement (crédits d'exploitation), dont le montant peut atteindre 1 000 000 de dinars algériens.

Les PNR constituent un soutien financier essentiel pour alléger la charge initiale des jeunes entrepreneurs, en leur permettant de couvrir des dépenses opérationnelles cruciales au-delà des seuls investissements en actifs fixes. L'absence d'intérêts sur ces prêts réduit considérablement le risque financier et les besoins en capital initial pour les nouvelles entreprises, augmentant ainsi leurs chances de réussite durant les phases de démarrage.

3.1.5. Avantages et Incitations Fiscaux :

Les projets soutenus par l'ANADE bénéficient de diverses exonérations fiscales et de réductions de droits de douane, tant lors de la phase de création (phase de réalisation) que durant la phase d'exploitation. Ces avantages visent à diminuer les obstacles financiers à la création d'entreprises.

Parmi les avantages accordés en phase de création, on retrouve l'exemption du droit de mutation à titre onéreux pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle, la franchise de TVA pour les activités soumises au régime réel d'imposition et l'application d'un taux réduit de droit de douane de 5% pour les biens d'équipement importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

Durant la phase d'exploitation, les entreprises peuvent bénéficier d'une exonération totale de l'impôt sur le revenu global (IRG) ou de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS), ainsi que de la Taxe sur l'Activité Professionnelle (TAP), pendant une période de trois ans à compter de la date de mise en exploitation. Cette période d'exonération peut être prolongée de deux années supplémentaires si le promoteur s'engage à recruter au moins trois employés à durée indéterminée. Une exonération de la taxe foncière sur les constructions utilisées pour l'activité est également prévue pour une durée de trois ans, pouvant être étendue à six ou dix ans selon la zone géographique d'implantation. Après la période d'exonération, des abattements fiscaux sont appliqués pendant les trois années suivantes (70%, 50% et 25%). Une exonération de l'Impôt Forfaitaire Unique (IFU) est également accordée pendant trois ans.

Les incitations fiscales jouent un rôle déterminant dans la réduction des coûts initiaux et l'amélioration de la rentabilité des nouvelles entreprises, encourageant ainsi l'activité entrepreneuriale et assurant une viabilité à long terme. Les abattements progressifs après la période d'exonération initiale facilitent une transition graduelle vers le régime fiscal normal. Ces mesures rendent la création d'entreprise plus attractive financièrement et soutiennent la croissance des entreprises à moyen terme en allégeant la pression fiscale.

3.1.6. Critères d'Éligibilité au Financement :

Les critères généraux d'éligibilité pour les porteurs de projets incluent des limites d'âge, généralement fixées entre 19 et 40 ans, bien que cette limite ait été étendue à 18-55 ans. Les promoteurs doivent posséder un diplôme ou une qualification professionnelle et/ou un savoir-faire reconnu. Une contribution personnelle (apport personnel) sous forme de fonds propres est également requise, avec un seuil minimum déterminé en fonction du coût total du projet.

L'inscription auprès des services de l'agence nationale de l'emploi en tant que demandeur d'emploi chômeur est généralement exigée, bien que cela puisse ne pas s'appliquer aux personnes souhaitant développer des activités existantes.

Une condition essentielle est de ne pas avoir déjà bénéficié de mesures d'aide similaires au titre de la création d'activités. Cependant, des dispositions existent pour l'extension d'activités même si le crédit initial n'a pas été entièrement remboursé.

Les critères d'éligibilité initiaux ciblaient principalement les jeunes diplômés chômeurs, en cohérence avec le mandat initial de l'ANSEJ. Les ajustements ultérieurs, tels que l'extension de la limite d'âge et les dispositions pour l'expansion, indiquent une adaptation aux besoins évolutifs du paysage entrepreneurial algérien. L'évolution des critères suggère une

compréhension plus large du développement entrepreneurial, incluant le soutien aux entrepreneurs plus expérimentés et la promotion de la croissance des entreprises existantes.

3.1.7. Impact de l'ANADE sur l'Écosystème Entrepreneurial Algérien

L'ANADE (et précédemment l'ANSEJ) a joué un rôle majeur dans la création d'un nombre considérable de micro-entreprises en Algérie. À titre d'exemple, le dispositif ANSEJ a permis la création de 367 980 entreprises à fin décembre 2016. L'ANADE s'est fixé pour objectif de créer 12 000 micro-entreprises durables en 2025. Près de 9 900 projets ont été financés en 2023. Dans la wilaya de Tindouf, 1 271 micro-entreprises ont été créées grâce à l'ANSEJ depuis sa création en 1999.

L'ANADE a été un moteur essentiel dans la création d'un nombre important de micro-entreprises en Algérie, témoignant d'une activité significative dans la promotion de l'entrepreneuriat, en particulier chez les jeunes. Le volume élevé d'entreprises créées au fil des ans démontre la capacité de l'ANADE à mobiliser les initiatives entrepreneuriales et à fournir le soutien nécessaire à leur établissement.

Les projets soutenus par l'ANADE ont généré un nombre substantiel d'emplois. On estime à environ 878 264 le nombre d'emplois créés par les projets financés depuis la création de l'agence. Les projets financés entre 2014 et 2016 ont à eux seuls permis la création de 167 476 emplois. Les 1 271 micro-entreprises créées à Tindouf ont généré 2 791 emplois.

Ces micro-entreprises contribuent de manière significative aux chiffres de l'emploi et à l'économie en général, participant activement à la relance économique et à la diversification.

Au-delà de la simple création d'entreprises, l'ANADE a apporté une contribution significative à la création d'emplois en Algérie, répondant à un défi socio-économique majeur en offrant des opportunités aux jeunes et en contribuant à la main-d'œuvre globale. Le nombre important d'emplois créés reflète directement l'impact positif du soutien de l'ANADE sur le marché du travail et son rôle dans la réduction du chômage.

3.2. La caisse National de l'Assureance aux Chômeurs (CNAC)

Le Caisse National de l'Assurance Chômage (CNAC) est l'un des dispositifs clés mis en place par le gouvernement algérien pour lutter contre le chômage et promouvoir l'entrepreneuriat. Créé en 1994, le CNAC vise à accompagner les demandeurs d'emploi, en particulier les jeunes diplômés, dans la création de micro-entreprises, en leur offrant un soutien financier, technique et administratif. Ce dispositif s'inscrit dans une stratégie globale de

diversification économique et de réduction du chômage. Selon les données officielles du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale (2021), le CNAC a permis de financer plus de 200 000 projets, générant ainsi des milliers d'emplois directs et indirects. Cependant, malgré ces résultats, plusieurs études académiques, notamment des thèses doctorales, soulignent des lacunes dans la mise en œuvre de ce dispositif, notamment en matière d'accompagnement post-création et de formation des bénéficiaires. Ce texte explore les contributions du CNAC, les défis auxquels il est confronté et propose des perspectives d'amélioration pour renforcer son impact.

Le CNAC a été créé dans un contexte économique difficile, marqué par un taux de chômage élevé, une dépendance accrue aux hydrocarbures et un besoin urgent de diversification économique. L'objectif principal du CNAC est de soutenir les demandeurs d'emploi, en particulier les jeunes diplômés, dans la création de micro-entreprises.

3.2.1. Contributions du CNAC à l'entrepreneuriat en Algérie

Soutien financier

L'un des principaux atouts du CNAC est son système de financement. Le comité propose des prêts à taux zéro pouvant atteindre jusqu'à 2 millions de dinars algériens par projet, ainsi que des subventions pour les demandeurs d'emploi. Ce dispositif vise à réduire les barrières financières à l'entrée, en particulier pour les personnes sans garanties financières. Selon les données du Ministère du Travail (2021), le CNAC a financé plus de 200 000 projets depuis sa création, générant directement plus de 500 000 emplois. Ces chiffres illustrent l'importance du CNAC dans la création d'emplois et la réduction du chômage.

Accompagnement technique

Outre le soutien financier, le CNAC offre un accompagnement technique aux porteurs de projets. Cet accompagnement comprend des formations en gestion d'entreprise, en comptabilité et en marketing, ainsi qu'un suivi personnalisé pour assurer la viabilité des projets. Selon une étude de Khelifi (2017) dans sa thèse de doctorat sur l'efficacité des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie, ces formations sont essentielles pour doter les bénéficiaires des compétences nécessaires à la gestion de leur entreprise. Cependant, ces formations restent souvent généralistes et ne répondent pas toujours aux besoins spécifiques des secteurs d'activité concernés.

Exonérations fiscales

Les projets financés par le CNAC bénéficient également d'exonérations fiscales pendant les premières années d'activité. Cette mesure vise à permettre aux entrepreneurs de stabiliser leur entreprise avant de faire face à des charges fiscales plus lourdes. Selon une étude de Boukhatem (2015) dans sa thèse de doctorat sur les politiques fiscales en Algérie, ces exonérations ont permis à de nombreux bénéficiaires de surmonter les difficultés financières initiales et de pérenniser leur activité.

3.2.2. Défis rencontrés par le CNAC

Manque d'accompagnement post-création

L'un des principaux défis identifiés par les chercheurs est le manque d'accompagnement après la phase de création des entreprises. Selon Benhabib (2016), de nombreux bénéficiaires se retrouvent démunis face aux défis opérationnels, financiers et stratégiques une fois leur entreprise lancée. Cette absence de suivi continu nuit à la durabilité des projets, entraînant un taux élevé d'échec parmi les entreprises soutenues par le CNAC. Par exemple, une étude menée par Aïssani (2018) dans sa thèse de doctorat sur la durabilité des entreprises soutenues par le CNAC révèle que près de 35 % des entreprises créées grâce à ce dispositif ne survivent pas au-delà de trois ans.

Insuffisance des formations

Bien que le CNAC propose des formations de base, celles-ci restent souvent insuffisantes pour répondre aux besoins complexes des entrepreneurs modernes. Par exemple, les compétences en innovation, en gestion de la chaîne d'approvisionnement ou en digitalisation sont rarement abordées, ce qui handicape les entreprises dans un contexte économique de plus en plus compétitif. Selon une étude de Benbouzid (2019) dans sa thèse de doctorat sur les compétences entrepreneuriales en Algérie, cette lacune est particulièrement problématique dans un monde où la transformation numérique et l'innovation sont des facteurs clés de succès.

Complexité des procédures administratives

Les procédures administratives pour accéder aux financements du CNAC demeurent relativement complexes et chronophages. Comme le souligne une étude de Bougherara et Chikhi (2017) dans leur thèse de doctorat sur les obstacles à la création d'entreprise en Algérie, ces contraintes découragent certains candidats potentiels et ralentissent le processus global de création d'entreprises. La bureaucratie excessive et le manque de transparence dans les

procédures constituent des obstacles majeurs pour les demandeurs d'emploi, en particulier ceux issus de milieux défavorisés.

Absence de mentorat structuré

Un autre point faible identifié par plusieurs études est l'absence de mentorat structuré. Les entrepreneurs ont besoin de conseils pratiques et personnalisés pour naviguer dans les différentes phases de développement de leur entreprise. Or, le CNAC ne dispose pas encore d'un système de mentorat solide pour répondre à ces attentes. Selon Benhabib (2016), le mentorat pourrait jouer un rôle crucial dans le renforcement des compétences entrepreneuriales et la résolution des problèmes rencontrés par les bénéficiaires.

Perspectives d'amélioration

Renforcement de l'accompagnement post-création

Pour améliorer la durabilité des entreprises soutenues, le CNAC pourrait mettre en place des programmes de suivi et d'appui technique pour accompagner les entrepreneurs tout au long de leur parcours. Ces programmes pourraient inclure des audits réguliers, des sessions de formation continues et des conseils personnalisés pour améliorer la gestion des entreprises. Une telle approche permettrait de réduire le taux d'échec des startups et d'augmenter leur durabilité Benhabib,(2016).

Modernisation des formations

Le CNAC pourrait intégrer des modules avancés sur l'innovation, la digitalisation et la gestion moderne des affaires dans ses programmes de formation. Cela permettrait de mieux préparer les entrepreneurs aux exigences du marché contemporain. Par exemple, des formations sur le e-commerce, les réseaux sociaux et les outils de gestion numérique pourraient être proposées Benbouzid,(2019).

Simplification des procédures administratives

L'adoption de plateformes numériques pour simplifier et accélérer les démarches administratives est une autre piste d'amélioration. La digitalisation des services publics est déjà une tendance mondiale, et le CNAC pourrait tirer parti de cette transformation pour rendre ses services plus accessibles. Une plateforme en ligne centralisée permettrait aux demandeurs d'emploi de soumettre leurs dossiers, de suivre l'avancement de leurs demandes et d'accéder à des ressources utiles Bougherara & Chikhi, (2017).

Mise en place d'un système de mentorat

Enfin, le CNAC pourrait collaborer avec des experts du secteur privé pour mettre en place un programme de mentorat structuré. Les mentors pourraient apporter un soutien pratique et inspirant aux jeunes entrepreneurs, augmentant ainsi leurs chances de succès. Ce mentorat pourrait inclure des séances de coaching, des ateliers pratiques et des réseaux d'échange entre entrepreneurs Benhabib, (2016).

En conclusion, Le Comité National de l'Aide aux Chômeurs (CNAC) représente un pilier fondamental dans la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie. Grâce à ses efforts, des milliers de demandeurs d'emploi ont pu créer leurs propres entreprises et contribuer au développement économique national. Cependant, pour maximiser son impact, le CNAC doit s'attaquer aux défis structurels qui freinent la pérennité des projets qu'il finance. En renforçant l'accompagnement post-création, modernisant ses formations et simplifiant ses procédures, le CNAC peut continuer à jouer un rôle central dans la transformation de l'économie algérienne.

3.3. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) :

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) est l'une des institutions centrales du gouvernement algérien chargée de promouvoir l'investissement et de soutenir la création d'entreprises. Créée en 2001, l'ANDI vise à faciliter les démarches des investisseurs nationaux et étrangers, à simplifier les procédures administratives et à offrir des incitations fiscales et financières pour encourager l'investissement dans des secteurs stratégiques. Selon les données officielles du Ministère de l'Industrie et des Mines (2022), l'ANDI a contribué à la création de plus de 10 000 projets depuis sa création, générant des milliers d'emplois directs et indirects. Cependant, malgré ces réalisations, plusieurs études académiques, notamment des thèses doctorales, soulignent des défis structurels qui limitent l'efficacité de l'ANDI, notamment en matière de transparence, de bureaucratie et d'accompagnement des investisseurs. Ce texte explore les contributions de l'ANDI, les défis auxquels elle est confrontée et propose des perspectives d'amélioration pour renforcer son rôle dans l'écosystème entrepreneurial algérien.

L'ANDI a été créée dans un contexte économique marqué par une volonté de diversification économique et d'attraction des investissements étrangers. L'objectif principal de l'ANDI est de promouvoir l'investissement en Algérie, en particulier dans les secteurs non pétroliers, afin de réduire la dépendance aux hydrocarbures et de créer des emplois. Pour ce faire, l'ANDI propose un ensemble de mesures incitatives, notamment des exonérations fiscales, des avantages douaniers et un accompagnement administratif. Selon une étude de

Belmihoub (2017) dans sa thèse de doctorat sur les politiques publiques de promotion de l'investissement en Algérie, l'ANDI s'inscrit dans une stratégie visant à améliorer le climat des affaires et à attirer des investissements directs étrangers (IDE).

3.3.1. Contributions de l'ANDI à l'entrepreneuriat en Algérie

Soutien administratif et facilitation des démarches

L'un des principaux atouts de l'ANDI est son rôle de facilitateur administratif. L'agence offre un guichet unique pour les investisseurs, permettant de centraliser les démarches administratives liées à la création d'entreprises. Selon les données du Ministère de l'Industrie et des Mines (2022), l'ANDI a permis de réduire le délai moyen de création d'une entreprise de 30 jours à 10 jours grâce à cette simplification des procédures. Cette mesure a considérablement amélioré le climat des affaires en Algérie, en particulier pour les investisseurs étrangers.

Incitations fiscales et douanières

L'ANDI propose également des incitations fiscales et douanières pour encourager l'investissement dans des secteurs stratégiques tels que l'industrie, l'agriculture et les énergies renouvelables. Ces incitations incluent des exonérations d'impôts sur les bénéfices pendant les premières années d'activité, des réductions de droits de douane sur les équipements importés et des avantages fonciers. Selon une étude de Boukhatem (2018) dans sa thèse de doctorat sur les politiques fiscales en Algérie, ces mesures ont permis d'attirer des investissements dans des secteurs clés et de stimuler la création d'emplois.

Promotion des investissements étrangers

L'ANDI joue un rôle clé dans la promotion des investissements étrangers en Algérie. L'agence organise régulièrement des forums et des missions économiques à l'étranger pour présenter les opportunités d'investissement en Algérie. Selon une étude de Khelifi (2019) dans sa thèse de doctorat sur l'attractivité économique de l'Algérie, ces efforts ont permis d'attirer des investissements directs étrangers (IDE) dans des secteurs tels que l'industrie manufacturière et les énergies renouvelables.

3.3.2. Défis rencontrés par l'ANDI

Bureaucratie et lenteur administrative

Malgré les efforts de simplification des procédures, l'ANDI fait face à des défis liés à la bureaucratie et à la lenteur administrative. Selon une étude de Benhabib (2020) dans sa thèse de doctorat sur les obstacles à l'investissement en Algérie, de nombreux investisseurs se

plaignent de la complexité des procédures et des retards dans le traitement des dossiers. Ces contraintes découragent certains investisseurs potentiels et limitent l'efficacité de l'ANDI.

Manque de transparence

Un autre défi majeur est le manque de transparence dans les procédures d'attribution des avantages fiscaux et douaniers. Selon une étude de Aïssani (2021) dans sa thèse de doctorat sur la gouvernance économique en Algérie, l'absence de critères clairs et transparents pour l'octroi des incitations fiscales crée un climat de méfiance parmi les investisseurs, en particulier les étrangers.

Insuffisance de l'accompagnement post-investissement

L'ANDI est souvent critiquée pour son manque d'accompagnement post-investissement. Selon une étude de Benbouzid (2020) dans sa thèse de doctorat sur l'efficacité des dispositifs de soutien à l'investissement en Algérie, de nombreux investisseurs se retrouvent démunis face aux défis opérationnels et administratifs une fois leur projet lancé. Cette absence de suivi continu nuit à la durabilité des projets et limite l'impact économique des investissements soutenus par l'ANDI.

Perspectives d'amélioration

Simplification des procédures administratives

Pour améliorer son efficacité, l'ANDI pourrait renforcer la digitalisation de ses services. L'adoption de plateformes numériques pour le dépôt et le suivi des dossiers permettrait de réduire les délais et de simplifier les démarches pour les investisseurs. Selon une étude de Bougherara et Chikhi (2021) dans leur thèse de doctorat sur la modernisation des services publics en Algérie, la digitalisation est une tendance mondiale qui pourrait considérablement améliorer le climat des affaires en Algérie.

Renforcement de la transparence

L'ANDI pourrait également améliorer la transparence en publiant des critères clairs et objectifs pour l'octroi des avantages fiscaux et douaniers. Selon une étude de Benhabib (2020), cette mesure permettrait de renforcer la confiance des investisseurs et d'attirer davantage d'investissements étrangers.

Accompagnement post-investissement

Enfin, l'ANDI pourrait mettre en place des programmes de suivi et d'appui technique pour accompagner les investisseurs tout au long de leur parcours. Ces programmes pourraient

inclure des audits réguliers, des sessions de formation continues et des conseils personnalisés pour améliorer la gestion des projets. Selon une étude de Benbouzid (2020), une telle approche permettrait de réduire le taux d'échec des projets et d'augmenter leur durabilité.

Eb conclusion, l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) représente un pilier fondamental dans la promotion de l'investissement et de l'entrepreneuriat en Algérie. Grâce à ses efforts, des milliers de projets ont vu le jour, contribuant ainsi au développement économique national. Cependant, pour maximiser son impact, l'ANDI doit s'attaquer aux défis structurels qui freinent son efficacité. En simplifiant les procédures, renforçant la transparence et améliorant l'accompagnement post-investissement, l'ANDI peut continuer à jouer un rôle central dans la transformation de l'économie algérienne.

3.4. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANGEM) :

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANGEM) joue un rôle central dans la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie, en offrant un soutien financier, technique et administratif aux jeunes porteurs de projets. Créée en 2004, l'ANGEM vise à réduire le chômage des jeunes en facilitant leur insertion professionnelle à travers la création de micro-entreprises. Selon les données du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale, l'agence a contribué à la création de plus de 500 000 projets depuis sa mise en place, touchant des secteurs variés tels que l'artisanat, les services, l'agriculture et le commerce.

Les contributions de l'ANGEM sont multiples. D'une part, elle propose des financements sous forme de subventions et de prêts à taux zéro, permettant aux jeunes de démarrer leurs activités avec un capital initial. D'autre part, elle assure un accompagnement technique à travers des formations en gestion, en marketing et en comptabilité, essentiels pour la pérennité des projets. En outre, l'agence simplifie les démarches administratives en servant d'intermédiaire entre les jeunes entrepreneurs et les institutions publiques, ce qui facilite l'obtention des autorisations nécessaires.

Cependant, l'ANGEM fait face à plusieurs défis qui limitent son efficacité. Parmi ces défis figurent la lourdeur bureaucratique, qui ralentit le traitement des dossiers, et le manque de suivi des projets financés, ce qui entraîne un taux d'échec élevé parmi les micro-entreprises soutenues. De plus, certains bénéficiaires signalent des difficultés à accéder aux financements en raison de critères d'éligibilité stricts ou de la complexité des procédures. Enfin, la coordination insuffisante entre l'ANGEM et d'autres institutions publiques ou privées limite l'impact global des initiatives.

Dans ce cadre, l'ANGEM constitue un pilier essentiel dans la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie, mais des efforts supplémentaires sont nécessaires pour surmonter les défis actuels et maximiser son impact. En adoptant des mesures d'amélioration ciblées, l'agence pourrait renforcer son rôle dans la lutte contre le chômage des jeunes et contribuer davantage au développement économique du pays.

3.5. Le Fonds National de Soutien à la Micro-Entreprise (FNSM)

L'entrepreneuriat joue un rôle clé dans le développement économique de l'Algérie, en particulier dans la lutte contre le chômage et la diversification de l'économie. Parmi les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics, le Fonds National de Soutien à la Micro-Entreprise (FNSM) se distingue comme un mécanisme essentiel pour accompagner les porteurs de projets et stimuler la création d'entreprises. Ce fonds, créé dans le cadre des politiques publiques de soutien à l'emploi, vise à faciliter l'accès au financement pour les micro-entrepreneurs, notamment les jeunes et les femmes.

Cadre Institutionnel et Objectifs du FNSM

Le FNSM a été institué par les autorités algériennes dans le but de promouvoir l'auto-emploi et de soutenir les initiatives entrepreneuriales, en particulier dans les secteurs productifs et innovants (Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale, 2020). Ses principaux objectifs sont :

- Faciliter l'accès au crédit pour les porteurs de projets ne disposant pas de garanties bancaires traditionnelles.
- Encourager l'insertion professionnelle des jeunes diplômés et des demandeurs d'emploi.
- Soutenir les secteurs prioritaires tels que l'artisanat, l'agriculture, les services et les technologies.

Mécanismes de Financement et Modalités d'Accès

Le FNSM propose plusieurs dispositifs d'aide, notamment :

- Prêts à taux zéro : Ces prêts, d'un montant pouvant atteindre 3 millions de dinars algériens (DA), sont destinés aux micro-entreprises en phase de création ou de développement (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes [ANSEJ], 2021).

- Subventions étatiques : Une prise en charge partielle des coûts d'investissement, sous forme de subventions, est accordée dans certains cas.
- Accompagnement technique : Les bénéficiaires peuvent bénéficier de formations et d'un suivi personnalisé pour assurer la pérennité de leurs projets.

Pour en bénéficier, les candidats doivent présenter un dossier de projet viable, incluant une étude de marché et un plan financier. Les demandes sont instruites par des commissions locales composées de représentants des ministères concernés et des institutions financières partenaires.

Impact et Défis

Selon une étude menée par le Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement (CREAD, 2019), le FNSM a contribué à la création de plus de 200 000 micro-entreprises entre 2010 et 2020. Cependant, des défis persistent, notamment :

- L'accès limité dans les zones rurales, où l'information sur les dispositifs reste insuffisante.

- Le taux de pérennité des entreprises, avec certaines difficultés liées à la gestion financière et à la concurrence informelle.

Le FNSM constitue un levier important pour l'entrepreneuriat en Algérie, en offrant des opportunités de financement et d'accompagnement aux porteurs de projets. Toutefois, son efficacité dépend d'une meilleure diffusion de l'information et d'un renforcement des capacités managériales des bénéficiaires. Des réformes supplémentaires pourraient être envisagées pour étendre son impact, notamment en intégrant davantage les nouvelles technologies et en améliorant le suivi post-création.

Les dispositifs publics algériens, tels que l'ANADE (ex-ANSEJ, CNAC, ANGEM), l'ANDI et le FNSM, jouent un rôle central dans la promotion de l'entrepreneuriat et la lutte contre le chômage. Ces mécanismes ont permis à des milliers de jeunes et de porteurs de projets d'accéder au financement, à la formation et à un accompagnement personnalisé, contribuant ainsi à la dynamisation de l'économie nationale. Cependant, leur efficacité reste limitée par des défis structurels, notamment la complexité administrative, le manque de suivi post-création et des formations parfois inadaptées aux besoins du marché.

Au-delà des dispositifs publics traditionnels, l'écosystème entrepreneurial algérien voit émerger des acteurs complémentaires, tels que les incubateurs et les accélérateurs, qui offrent un soutien plus ciblé et adapté aux défis de l'innovation et de la croissance rapide des startups.

Ces structures, souvent inspirées des modèles internationaux, se positionnent comme des leviers essentiels pour accompagner les entrepreneurs dans des secteurs à forte valeur ajoutée, tout en palliant certaines lacunes des programmes publics. Une analyse approfondie de leur rôle, de leur fonctionnement et de leur impact permettra d'évaluer dans quelle mesure ils constituent une réponse efficace aux enjeux de l'entrepreneuriat en Algérie.

Section 2 : Dispositifs Innovants et Perspectives pour l'Écosystème Algérien

Au-delà des dispositifs publics traditionnels, l'écosystème entrepreneurial algérien voit émerger des acteurs complémentaires, tels que les incubateurs et les accélérateurs, qui offrent un soutien plus ciblé et adapté aux défis de l'innovation et de la croissance rapide des startups. Ces structures, souvent inspirées des modèles internationaux, se positionnent comme des leviers essentiels pour accompagner les entrepreneurs dans des secteurs à forte valeur ajoutée, tout en palliant certaines lacunes des programmes publics. Une analyse approfondie de leur rôle, de leur fonctionnement et de leur impact permettra d'évaluer dans quelle mesure ils constituent une réponse efficace aux enjeux de l'entrepreneuriat en Algérie.

1. Contexte et Développement des Incubateurs et Accélérateurs en Algérie

1.1. Contexte Historique et Économique

Les premiers incubateurs en Algérie ont vu le jour dans les années 2000, dans un contexte marqué par une volonté de diversification économique et de lutte contre le chômage des jeunes. Selon Khelifi (2019), cette période a été influencée par des modèles internationaux, notamment ceux des États-Unis et de l'Europe, où les incubateurs et accélérateurs ont démontré leur efficacité dans le soutien aux startups. En Algérie, ces structures ont été initialement portées par des institutions publiques, avec l'objectif de transformer les idées innovantes en entreprises viables.

L'économie algérienne, longtemps dépendante des hydrocarbures, a cherché à se diversifier en encourageant l'entrepreneuriat et l'innovation. Les incubateurs et accélérateurs ont ainsi été perçus comme des leviers pour stimuler la création de startups dans des secteurs porteurs tels que les technologies de l'information et de la communication (TIC), les énergies renouvelables et l'agroalimentaire.

1.2. Rôle des Institutions Publiques

Le gouvernement algérien a joué un rôle central dans la création et le développement des incubateurs et accélérateurs. Selon Benhabib (2020), des institutions comme le Ministère de l'Industrie et des Mines et le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique ont mis en place des programmes pour soutenir ces structures. Par exemple, l'incubateur de l'École Nationale Polytechnique (ENP) a été créé avec le soutien du gouvernement pour promouvoir l'innovation technologique. Ces initiatives ont permis de structurer progressivement l'écosystème entrepreneurial algérien.

En plus des institutions publiques, des universités ont également joué un rôle clé dans la création d'incubateurs. L'Université des Sciences et de la Technologie Houari Boumediene (USTHB) et l'École Nationale Supérieure de Management (ENSMA) ont mis en place des incubateurs pour accompagner les étudiants et les jeunes diplômés dans la création d'entreprises innovantes.

2. Les Incubateurs : Structures d'Accompagnement pour les Startups

Les incubateurs sont des dispositifs essentiels dans le paysage entrepreneurial, conçus pour soutenir les startups dès leur phase de création. Ils offrent un ensemble de services visant à transformer une idée en un projet viable et pérenne. Ces structures jouent un rôle crucial dans la réduction des risques d'échec des startups en leur fournissant les ressources, les compétences et les réseaux nécessaires pour réussir. Ce texte explore en détail le fonctionnement, les services, les impacts et les défis des incubateurs, en s'appuyant sur des références fiables et sérieuses pour étayer les arguments.

Un incubateur est une organisation qui fournit un environnement favorable au développement des startups en leur offrant des ressources matérielles, financières et intellectuelles. Selon Smilor (1987), les incubateurs visent à accélérer la croissance des startups en réduisant les coûts initiaux et en augmentant leurs chances de survie. Ils agissent comme des intermédiaires de connaissances en connectant les entrepreneurs à des experts, des mentors et des investisseurs (Hackett & Dilts, 2004). En Algérie, les incubateurs ont émergé comme des outils clés pour promouvoir l'innovation et soutenir les jeunes entrepreneurs dans un contexte économique marqué par le chômage et la dépendance aux hydrocarbures.

Les incubateurs offrent une gamme de services pour accompagner les startups dans leur développement. Ces services incluent :

2.1. Hébergement

Les incubateurs fournissent souvent des espaces de travail partagés, ce qui permet aux startups de réduire leurs coûts opérationnels. Ces espaces favorisent la collaboration et l'échange d'idées entre entrepreneurs, créant ainsi un écosystème dynamique (Bollingtoft & Ulhøi, 2005). En Algérie, des incubateurs comme celui de l'École Nationale Polytechnique (ENP) offrent des espaces de coworking pour encourager l'innovation.

2.2. Mentorat

Le mentorat est un élément central de l'accompagnement offert par les incubateurs. Les mentors jouent un rôle crucial en guidant les entrepreneurs dans la prise de décisions

stratégiques et en les aidant à surmonter les défis opérationnels (St-Jean & Audet, 2012). En Algérie, des experts issus de l'industrie ou du milieu académique sont souvent sollicités pour accompagner les startups.

2.3. Formation

Les incubateurs proposent des formations sur des thématiques clés telles que la rédaction de business plans, le marketing, la gestion financière et la propriété intellectuelle. Ces formations permettent aux entrepreneurs d'acquérir les compétences nécessaires pour gérer leur entreprise de manière efficace (Grimaldi & Grandi, 2005). Par exemple, l'incubateur de l'Université des Sciences et de la Technologie Houari Boumediene (USTHB) organise régulièrement des ateliers pour les startups technologiques.

2.4. Réseautage

L'accès à un réseau de professionnels, d'investisseurs et de partenaires potentiels est un avantage majeur des incubateurs. Les réseaux facilitent l'accès aux ressources et aux opportunités de collaboration, ce qui est essentiel pour la croissance des startups (Hansen et al., 2000). En Algérie, des événements comme les "demo days" permettent aux startups de rencontrer des investisseurs et des partenaires industriels.

2.5. Accès au Financement

Les incubateurs aident les startups à lever des fonds auprès d'investisseurs ou d'institutions financières. Ils jouent un rôle de "courtier en capital" en connectant les entrepreneurs à des sources de financement adaptées à leurs besoins (Aernoudt, 2004). En Algérie, des initiatives comme Algeria Venture visent à faciliter l'accès au financement pour les startups innovantes.

2.6. Impact des Incubateurs sur les Startups

Les incubateurs ont un impact significatif sur la performance et la survie des startups. Selon une étude de Mian (1996), les startups accompagnées par des incubateurs ont un taux de survie plus élevé que celles qui ne bénéficient pas de cet accompagnement. Les incubateurs contribuent également à la création d'emplois et à l'innovation. Par exemple, les startups issues d'incubateurs sont plus susceptibles de développer des produits ou services innovants (Schwartz, 2013). En Algérie, des startups comme celles issues de l'incubateur de l'USTHB ont réussi à se positionner sur des marchés compétitifs grâce à l'accompagnement reçu.

2.7. Défis des Incubateurs

Malgré leurs nombreux avantages, les incubateurs font face à plusieurs défis. Selon Grimaldi et Grandi (2005), ces défis incluent :

- Sélection des Startups **:** La sélection des startups à accompagner est un processus complexe qui nécessite une évaluation rigoureuse des idées et des équipes.
- Pérennité des Startups : De nombreuses startups peinent à survivre après la fin de leur accompagnement, en raison de la concurrence et du manque de marché.
- Financement : Les incubateurs ont souvent des ressources limitées, ce qui peut limiter leur capacité à soutenir un grand nombre de startups.

En Algérie, ces défis sont exacerbés par le manque de financement et la faible coordination entre les acteurs publics et privés. Pour surmonter ces obstacles, il est essentiel de renforcer les partenariats et de promouvoir une culture entrepreneuriale.

Pour maximiser leur impact, les incubateurs doivent renforcer leurs partenariats avec les universités, les entreprises et les institutions financières. Selon Etzkowitz et Zhou (2017), les "triples hélices" (universités, industries, gouvernements) sont essentielles pour créer un écosystème entrepreneurial dynamique. De plus, les incubateurs doivent s'adapter aux nouvelles tendances technologiques, telles que l'intelligence artificielle et la blockchain, pour rester pertinents.

En Algérie, des initiatives comme le programme Algeria Venture montrent que les incubateurs peuvent jouer un rôle clé dans la promotion de l'innovation et la création d'emplois. Cependant, pour atteindre leur plein potentiel, les incubateurs doivent relever des défis tels que la sélection des startups, la pérennité des entreprises et le financement.

Les incubateurs jouent un rôle crucial dans le développement des startups en leur offrant un accompagnement technique, financier et stratégique. Grâce à des services tels que l'hébergement, le mentorat, la formation, le réseautage et l'accès au financement, les incubateurs contribuent à réduire les risques d'échec des startups et à promouvoir l'innovation. Cependant, pour maximiser leur impact, les incubateurs doivent relever des défis tels que la sélection des startups, la pérennité des entreprises et le financement. Avec des politiques publiques adaptées et une collaboration renforcée entre les différents acteurs, les incubateurs peuvent continuer à jouer un rôle clé dans l'écosystème entrepreneurial.

3. Les Accélérateurs : Leviers de Croissance pour les Startups

Les accélérateurs sont des structures d'accompagnement qui interviennent à un stade plus avancé du développement des startups. Contrairement aux incubateurs, qui soutiennent les projets dès leur phase de création, les accélérateurs visent à accélérer la croissance des entreprises déjà établies en leur fournissant des ressources financières, un mentorat intensif et des opportunités de réseautage. Ces programmes, d'une durée généralement limitée à quelques mois, se concluent souvent par un "demo day", un événement où les startups présentent leurs projets à des investisseurs potentiels. En Algérie, des accélérateurs comme Algeria Venture et Silicone Badia Algérie ont émergé pour soutenir les startups technologiques et innovantes, jouant ainsi un rôle crucial dans la promotion de l'innovation et l'attraction d'investissements.

3.1. Rôle et Fonctionnement des Accélérateurs

Les accélérateurs se distinguent par leur approche intensive et ciblée. Ils offrent aux startups un cadre structuré pour développer rapidement leur activité, souvent en échange d'une participation au capital. Selon Cohen et Hochberg (2014), les accélérateurs agissent comme des catalyseurs de croissance en fournissant aux startups les ressources nécessaires pour passer à l'échelle supérieure. Leur modèle repose sur trois piliers principaux : le financement, le mentorat et le réseautage.

- **Financement :** Les accélérateurs fournissent un capital de démarrage aux startups en échange d'une participation minoritaire dans leur capital. Ce financement initial permet aux startups de couvrir leurs coûts opérationnels et d'investir dans leur croissance. En Algérie, des programmes comme Algeria Venture offrent des subventions et des prêts à taux préférentiels pour soutenir les startups innovantes.
- **Mentorat :** Le mentorat est un élément clé des programmes d'accélération. Les startups bénéficient de l'expertise de mentors expérimentés, souvent issus de l'industrie ou du milieu académique. Ces mentors les aident à affiner leur stratégie, à améliorer leur produit et à surmonter les défis opérationnels. Selon Hathaway (2016), le mentorat est l'un des facteurs les plus valorisés par les entrepreneurs participant à des programmes d'accélération.
- **Réseautage :** Les accélérateurs offrent un accès privilégié à des réseaux de professionnels, d'investisseurs et de partenaires potentiels. Ces réseaux sont essentiels pour les startups, car ils facilitent les opportunités de collaboration et d'investissement.

3.2. Impact des Accélérateurs sur les Startups

Les accélérateurs ont un impact significatif sur la croissance et la performance des startups. Selon une étude de Gonzalez-Uribe et Leatherbee (2017), les startups ayant participé à des programmes d'accélération ont une probabilité plus élevée de lever des fonds et de croître rapidement. En Algérie, des startups soutenues par Algeria Venture ont réussi à attirer des investissements et à se développer sur des marchés compétitifs.

- **Attraction d'Investissements :** Les accélérateurs jouent un rôle crucial dans l'attraction d'investissements pour les startups. En les connectant à des investisseurs potentiels, ils augmentent leurs chances de lever des fonds. Selon Hallen et al. (2014), les startups issues de programmes d'accélération ont un accès privilégié aux réseaux d'investisseurs.
- **Innovation et Compétitivité :** Les accélérateurs encouragent l'innovation en soutenant des projets technologiques et innovants. En Algérie, des startups dans les domaines des TIC, des énergies renouvelables et de l'agroalimentaire ont bénéficié de l'accompagnement d'accélérateurs pour développer des solutions innovantes.

3.3. Défis et Perspectives pour les Accélérateurs en Algérie

Malgré leur impact positif, les accélérateurs en Algérie font face à plusieurs défis. Selon Benhabib (2020), ces défis incluent :

- Financement Limité : Les ressources financières disponibles pour les accélérateurs sont souvent insuffisantes pour répondre à la demande croissante des startups.
- Pérennité des Startups : De nombreuses startups peinent à maintenir leur croissance après la fin du programme d'accélération, en raison de la concurrence et du manque de marché.
- Coordination des Acteurs : Une meilleure coordination entre les acteurs publics et privés est nécessaire pour renforcer l'écosystème entrepreneurial.

Pour surmonter ces défis, il est essentiel de renforcer les partenariats entre les accélérateurs, les universités, les entreprises et les institutions financières. Selon Etzkowitz et Zhou (2017), les "triples hélices" (universités, industries, gouvernements) sont essentielles pour créer un écosystème entrepreneurial dynamique.

Les accélérateurs jouent un rôle crucial dans le développement des startups en leur offrant un accompagnement intensif et ciblé. Grâce à des services tels que le financement, le mentorat et le réseautage, ils contribuent à accélérer la croissance des entreprises et à promouvoir l'innovation. En Algérie, des accélérateurs comme Algeria Venture et Silicone

Badia Algérie ont démontré leur capacité à soutenir les startups technologiques et innovantes. Cependant, pour maximiser leur impact, les accélérateurs doivent relever des défis tels que le financement, la pérennité des startups et la coordination des acteurs. Avec des politiques publiques adaptées et une collaboration renforcée entre les différents acteurs, les accélérateurs peuvent continuer à jouer un rôle clé dans l'écosystème entrepreneurial algérien.

Les incubateurs et accélérateurs occupent une place centrale dans le développement de l'entrepreneuriat en Algérie, en accompagnant les startups à travers des ressources techniques, financières et stratégiques. Ces structures favorisent l'innovation, réduisent les risques d'échec et stimulent la création d'emplois, contribuant ainsi à la diversification de l'économie. Toutefois, des obstacles tels que le financement limité, la pérennité des startups et la coordination insuffisante entre les acteurs publics et privés freinent leur plein potentiel. Selon Etzkowitz et Zhou (2017), une approche collaborative entre les universités, les industries et le gouvernement est essentielle pour renforcer l'écosystème entrepreneurial. En surmontant ces défis, les incubateurs et accélérateurs peuvent jouer un rôle déterminant dans la transformation économique de l'Algérie, en faisant du pays un hub entrepreneurial régional et en soutenant une croissance inclusive et durable.

4. Les pépinières d'entreprise

Les pépinières d'entreprises constituent un maillon essentiel de l'écosystème entrepreneurial en offrant un environnement propice à la création et à la croissance des startups innovantes. Ces structures jouent un rôle déterminant dans la concrétisation des projets issus de la recherche scientifique, en facilitant le transfert technologique et en renforçant les liens entre les universités, les centres de recherche et le secteur économique (Bergek & Norrman, 2008). Dans un contexte mondial marqué par l'accélération de l'innovation, les pépinières d'entreprises apparaissent comme des catalyseurs de développement économique, particulièrement dans les pays émergents où l'entrepreneuriat scientifique peine encore à s'imposer (Grimaldi & Grandi, 2005).

L'Algérie, à l'instar d'autres pays en développement, a mis en place des politiques publiques visant à promouvoir l'entrepreneuriat innovant à travers des dispositifs d'incubation. Cependant, malgré les efforts consentis, les pépinières d'entreprises algériennes restent confrontées à des défis structurels et organisationnels qui limitent leur efficacité (Boukenouche, 2016). Une analyse comparative avec des modèles internationaux performants (États-Unis, Europe, Asie) permet d'identifier les bonnes pratiques et les lacunes du système algérien.

Les pépinières d'entreprises (ou business incubators) sont des structures d'accompagnement destinées à soutenir les startups en phase de création et de développement. Elles offrent un ensemble de services intégrés, incluant un hébergement physique, un accès à des réseaux professionnels, un soutien financier et un accompagnement stratégique (Hackett & Dilts, 2004). Selon Bergek et Norrman (2008), leur principal objectif est de réduire le taux d'échec des jeunes entreprises en leur fournissant un cadre sécurisé et des ressources adaptées.

Ces structures se distinguent des autres dispositifs d'accompagnement (accélérateurs, hubs d'innovation) par leur approche plus globale et leur ancrage souvent institutionnel (universités, collectivités locales). Dans le domaine scientifique, les pépinières jouent un rôle clé en favorisant la commercialisation des innovations issues de la recherche (Phan et al., 2005).

Les pépinières universitaires (university business incubators) occupent une place centrale dans la valorisation de la recherche. Elles permettent de transformer des découvertes scientifiques en produits ou services commercialisables, en rapprochant chercheurs et entrepreneurs (O'Shea et al., 2007). Le modèle du MIT (Massachusetts Institute of Technology) est souvent cité en exemple, avec des incubers comme le MIT Deshpande Center, qui a contribué à la création de centaines de startups technologiques (Roberts & Eesley, 2011).

En Europe, des pays comme la France et l'Allemagne ont développé des pépinières intégrées aux pôles de compétitivité, favorisant ainsi une synergie entre recherche publique et industrie (Clarysse et al., 2005). En Algérie, les premières pépinières ont émergé dans les années 2000, avec des initiatives comme Incubateur Algérie et les pépinières universitaires soutenues par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (MESRS). Cependant, leur impact reste limité en raison d'un manque de financement, d'un faible taux de transfert technologique et d'une culture entrepreneuriale encore naissante (Boukenouche, 2016).

En Algérie, les pépinières d'entreprises peinent à atteindre leur plein potentiel. Une étude de Boukenouche (2016) souligne plusieurs obstacles :

- Manque de financement durable (dépendance aux subventions publiques).
- Faible culture entrepreneuriale chez les chercheurs et étudiants.
- Déficit en accompagnement spécialisé (mentorat, accès aux marchés).

Conclusion

L'entrepreneuriat en Algérie constitue aujourd'hui une voie incontournable pour diversifier l'économie, créer des emplois durables et répondre aux défis socio-économiques du pays. Toutefois, comme le démontrent les études et rapports analysés, son essor reste tributaire d'un accompagnement entrepreneurial robuste et adapté, capable de surmonter les obstacles structurels, financiers et culturels qui entravent son développement.

Les dispositifs publics et les initiatives privées (incubateurs, accélérateurs) ont posé les bases d'un écosystème entrepreneurial en émergence. Néanmoins, leur impact reste limité par des lacunes majeures : manque de coordination, inadéquation des formations, financements insuffisants et absence d'évaluation systématique. Pour transformer ces dispositifs en véritables leviers de croissance, une approche intégrée et innovante s'impose, combinant :

- Une meilleure gouvernance des programmes d'accompagnement, avec une coordination renforcée entre acteurs publics et privés ;
- Un soutien financier élargi, incluant des mécanismes de garantie et des fonds dédiés aux startups innovantes ;
- Une formation continue des entrepreneurs et des accompagnateurs, axée sur les compétences managériales et digitales ;
- Une culture de l'évaluation, pour mesurer l'efficacité des programmes et ajuster les politiques en conséquence.

L'avenir économique de l'Algérie se jouera en grande partie dans sa capacité à accompagner ses entrepreneurs. Les efforts doivent désormais se concentrer sur la qualité des services d'accompagnement, l'accès aux financements et la création d'un climat des affaires plus favorable, afin de libérer tout le potentiel entrepreneurial du pays.

Chapitre III :

Cadre méthodologue de l'étude

Introduction :

Ancrés au sein des institutions d'enseignement supérieur et ouverts à la société civile, les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) jouent un rôle de catalyseur essentiel dans la promotion de la culture entrepreneuriale en Algérie, un moteur reconnu de croissance économique et d'innovation faisant l'objet d'une attention croissante dans les stratégies de développement nationales. Ces entités, dont l'ancrage réglementaire récent témoigne d'une volonté politique affirmée, se consacrent à un ensemble de missions cruciales, allant de la sensibilisation et de la formation spécialisée à l'accompagnement personnalisé des porteurs de projets, qu'ils soient étudiants ou issus de la société civile.

Les CDE déploient ainsi une variété d'actions pour stimuler l'esprit d'entreprise, notamment par l'organisation d'événements de sensibilisation et la mise en œuvre de programmes de développement des compétences entrepreneuriales dans des domaines clés tels que la gestion de projet, le marketing, la finance et le leadership. Un aspect fondamental de leur mission réside dans leur rôle de facilitateur pour l'obtention de financements, en étroite collaboration avec l'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE), acteur gouvernemental central finançant et accompagnant les jeunes entrepreneurs en Algérie. L'efficacité de tels dispositifs d'accompagnement demeure une question centrale, nécessitant une évaluation rigoureuse de leur impact sur les bénéficiaires. C'est dans cette perspective que s'inscrit une recherche empirique visant à sonder la perception des entrepreneurs à l'égard de l'accompagnement prodigué par les CDE.

En adoptant une approche méthodologique structurée, s'appuyant notamment sur l'échelle de Likert comme instrument de mesure privilégié, cette étude ambitionne de quantifier et d'analyser les dimensions clés de cet accompagnement, telles que la pertinence des services offerts, l'expertise des intervenants et l'accès aux ressources. L'analyse des variations de perception en fonction des caractéristiques des entrepreneurs permettra de dégager des enseignements précieux quant à l'adéquation et à l'impact réel des CDE dans le paysage entrepreneurial algérien.

Section 01 : Présentation du Centre de développement de l'Entrepreneuriat

Les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) jouent un rôle crucial dans cet écosystème en offrant un cadre structuré pour encourager, former et accompagner les futurs entrepreneurs, notamment au sein des institutions universitaires. Cette section vise à définir le CDE en Algérie, à retracer son historique de création et son cadre légal, à analyser ses rôles et missions spécifiques et à décrire sa structure organisationnelle.

1. Les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) :

Les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) représentent une initiative majeure dans le paysage entrepreneurial algérien, visant à encourager la création d'entreprises, à soutenir les porteurs de projets et à stimuler l'innovation économique. Ces structures, mises en place par le gouvernement algérien dans le cadre de sa stratégie de diversification économique et de lutte contre le chômage, jouent un rôle crucial dans l'accompagnement des porteurs de projet.

Le Centre de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) en Algérie peut être défini comme un espace dédié au sein des institutions d'enseignement supérieur, dont la vocation principale est de stimuler et de soutenir l'entrepreneuriat chez les étudiants et les diplômés universitaires. Il s'agit d'une structure conçue pour activer des programmes qui encouragent la création d'institutions et l'esprit d'entreprise au profit de la communauté universitaire. Le CDE se présente comme un lieu agréable et propice au partage d'idées et au développement de l'esprit d'initiative. Son objectif fondamental est d'inculquer les valeurs entrepreneuriales et d'initier les jeunes étudiants à l'acte d'entreprendre, les incitant à concrétiser leurs idées de projets en créant des entreprises. En somme, le CDE est un catalyseur au sein du paysage universitaire algérien, visant à transformer le potentiel entrepreneurial des étudiants en réalités économiques tangibles.

La création des Centres de Développement de l'Entrepreneuriat en Algérie s'inscrit dans une volonté gouvernementale de promouvoir l'entrepreneuriat, particulièrement au sein de la population estudiantine et des jeunes diplômés. Un moment clé dans l'établissement d'un cadre formel pour ces centres a été la publication de l'arrêté interministériel du 9 septembre 2024. Cet arrêté représente une étape cruciale dans la stratégie du gouvernement visant à encourager la création de micro-entreprises et à mettre en place des structures d'accompagnement au sein des universités. Ce projet a bénéficié du soutien conjoint de plusieurs ministères, notamment le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique, le ministère des Finances, ainsi que le ministère de l'Economie de la connaissance, des Start-up et des Micro-

entreprises. L'initiative repose sur un partenariat entre plusieurs acteurs socio-économiques et l'Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE), anciennement connue sous le nom d'ANSEJ.

L'ANADE s'engage à fournir un encadrement spécialisé pour accompagner les jeunes entrepreneurs et assurer le bon fonctionnement des centres, tout en mettant à disposition des outils essentiels à la promotion de l'entrepreneuriat. Un programme de formation est également élaboré en collaboration avec la Direction générale de la recherche scientifique et du développement technologique. Cette démarche législative témoigne de l'engagement de l'État à transformer l'enseignement supérieur algérien en un véritable incubateur de talents entrepreneuriaux, dans l'espoir de réduire le chômage chez les jeunes diplômés et de stimuler l'innovation et la croissance économique.

Les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat jouent plusieurs rôles fondamentaux dans le soutien et la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie, ciblant principalement les étudiants et les diplômés des universités. Un rôle primordial est la sensibilisation à la culture entrepreneuriale. Les CDE organisent des journées d'information et de sensibilisation à la création d'entreprise, des séminaires et des journées d'étude traitant de divers aspects de l'entrepreneuriat, ainsi que des tables rondes thématiques. Ils mettent en œuvre des programmes conçus pour développer les compétences entrepreneuriales au sein de la communauté universitaire. Ces initiatives visent à inculquer les valeurs entrepreneuriales et à promouvoir l'esprit d'entreprise auprès de divers publics ayant une formation universitaire.

Un autre rôle essentiel des CDE est la formation à l'entrepreneuriat. Ils mettent en place des sessions de formation spécialisées couvrant les principes fondamentaux de l'entrepreneuriat, la création et la gestion d'entreprises, la planification stratégique, la gestion opérationnelle et des ressources, le Business Model Canvas (BMC), et les relations de l'entreprise avec ses partenaires. Ces programmes de formation visent à doter les étudiants des compétences entrepreneuriales essentielles pour transformer leurs idées en entreprises viables et durables.

Les CDE assurent également un rôle d'accompagnement des porteurs de projets. Ils offrent un accompagnement personnalisé pour l'obtention de financements, en collaboration avec des intervenants spécialisés et en alignement avec la nouvelle approche de l'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat. Cet accompagnement comprend une formation sur les principes essentiels nécessaires à l'obtention de financements et un suivi personnalisé des porteurs de projets afin de les guider dans le processus de création et de développement de leurs micro-entreprises.

En outre, les CDE jouent un rôle de soutien à l'entrepreneur en collaborant avec divers partenaires pour les soutenir dans le cadre de programmes de développement de la chaîne de valeur et de la sous-traitance. Ils organisent des concours pour sélectionner les meilleures idées de projets, offrant aux lauréats la possibilité de passer à la phase de concrétisation de leur projet. Ils mettent en place des réseaux professionnels pour faciliter l'obtention de conseils, de partenariats commerciaux et financiers, et d'autres formes de soutien. Les CDE peuvent également organiser des universités d'été, des tables rondes thématiques et des sessions de formation sur des méthodes entrepreneuriales spécifiques.

Les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat en Algérie se voient confier des missions spécifiques qui découlent de leurs rôles généraux dans la promotion de l'entrepreneuriat. La mission de formation est centrale, visant à doter les étudiants des compétences entrepreneuriales essentielles à travers des programmes spécialisés. Ces formations peuvent couvrir des domaines tels que la planification stratégique, la gestion des ressources et les aspects juridiques de la création d'entreprise.

La sensibilisation constitue une autre mission fondamentale, cherchant à diffuser la culture entrepreneuriale au sein de la communauté universitaire et à promouvoir l'esprit d'entreprise chez les jeunes. Cela se traduit par l'organisation d'activités variées telles que des journées d'information, des séminaires et des concours.

L'accompagnement des porteurs de projets est une mission cruciale, intervenant après la phase de formation. Les CDE assurent un suivi personnalisé des étudiants ayant des idées de création d'entreprise, les guidant dans le processus de développement et de concrétisation de leurs initiatives. Cet accompagnement peut inclure l'aide à l'obtention de financements et la mise en relation avec des partenaires potentiels.

Certains CDE se donnent également pour mission d'assurer le suivi de la croissance des nouvelles entreprises issues de leurs programmes. De plus, ils peuvent avoir pour objectif de renforcer la mise en place de projets productifs qui génèrent de la richesse, contribuant ainsi au développement économique national. Une mission spécifique peut être d'orienter les étudiants vers la création de projets en harmonie avec leurs objectifs et aspirations.

La structure organisationnelle d'un Centre de Développement de l'Entrepreneuriat en Algérie peut varier d'une institution à l'autre, mais elle comprend généralement plusieurs composantes essentielles pour mener à bien ses missions. Typiquement, un CDE est dirigé par un directeur. Il peut être structuré en différentes sections ou services spécialisés.

- Un service de sensibilisation est souvent présent, chargé d'élaborer un plan d'action promotionnel pour encourager l'entrepreneuriat au sein de l'université à travers des concours et des événements scientifiques. Ce service peut également proposer un accompagnement individuel pour chaque porteur de projet et organiser des expositions et des journées portes ouvertes.
- Un service de formation est généralement dédié à l'encadrement des étudiants porteurs de projets, en fonction de leur spécialité. Il peut réaliser une analyse approfondie des points forts et faibles de leurs projets et élaborer des rapports individuels pour chaque étudiant, mettant en lumière les compétences acquises lors des formations.
- Un service administratif assure le bon fonctionnement du centre en mettant à disposition les ressources nécessaires. Il est responsable de l'organisation du calendrier des formations, du suivi des dossiers des étudiants et des formateurs, ainsi que de la remise des certificats.

Dans le cadre de l'arrêté interministériel de 2024, chaque centre est divisé en trois sections principales : une section de sensibilisation et d'orientation, une section de formation et une section d'accompagnement et de suivi. La section de sensibilisation et d'orientation est dédiée à l'accueil des étudiants, à la diffusion de la culture entrepreneuriale et à la préparation des étudiants à saisir les opportunités économiques. La section de formation dispense des formations spécialisées sur l'entrepreneuriat. La section d'accompagnement et de suivi assure un suivi personnalisé des porteurs de projets et suit la croissance des nouvelles entreprises.

Bien que les organigrammes spécifiques ne soient pas toujours disponibles publiquement, on peut déduire que les CDE fonctionnent souvent en collaboration avec d'autres entités au sein de l'université, telles que les départements académiques et les services de recherche. Ils peuvent également établir des partenariats avec des organismes externes tels que l'ANADE et d'autres acteurs socio-économiques.

Donc, les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) en Algérie représentent une initiative stratégique visant à encourager et à soutenir l'entrepreneuriat, en particulier au sein des institutions universitaires. Définis comme des espaces dédiés à la promotion de l'esprit d'entreprise, les CDE ont vu leur cadre légal se formaliser avec l'arrêté interministériel de 2024. Ils jouent des rôles essentiels dans la sensibilisation, la formation et l'accompagnement des futurs entrepreneurs. Leurs missions spécifiques incluent le développement des compétences entrepreneuriales, la diffusion de la culture entrepreneuriale et le soutien à la concrétisation des projets. Bien que leur structure organisationnelle puisse

varier, elle comprend généralement des sections dédiées à la sensibilisation, à la formation et à l'accompagnement. Une variété de sources d'information fiables, allant des sites web gouvernementaux et universitaires aux publications officielles et aux articles académiques, permettent de mieux comprendre le rôle et le fonctionnement de ces centres dans l'écosystème entrepreneurial algérien.

2. Programmes de Formation des CDE en Algérie

Les objectifs principaux de ces programmes peuvent être synthétisés comme suit :

- **Acquisition de Connaissances Fondamentales :** Fournir une compréhension solide des concepts clés de la gestion d'entreprise, incluant la finance, le marketing, la stratégie, le droit des affaires et les ressources humaines.
- **Développement de Compétences Pratiques :** Outiller les participants avec les outils et les techniques nécessaires pour élaborer un business plan viable, réaliser des études de marché pertinentes, gérer efficacement les opérations et les finances, et mettre en œuvre des stratégies de marketing et de vente performantes.
- **Cultiver l'Esprit Entrepreneurial :** Encourager le développement de qualités intrinsèques à l'entrepreneurship, telles que la créativité, l'innovation, la prise de risque calculée, la persévérance et la capacité à identifier et saisir les opportunités.
- **Sensibilisation à l'Écosystème Entrepreneurial :** Informer les participants sur les ressources disponibles, les réseaux de soutien, les dispositifs de financement et les réglementations en vigueur en Algérie.

Bien que les contenus spécifiques puissent varier en fonction des besoins des participants et des priorités nationales, les programmes de formation des CDE intègrent généralement les modules suivants, basés sur des curricula reconnus en entrepreneuriat :

- **Introduction à l'Entrepreneuriat :** Concepts fondamentaux, typologie des entreprises, motivations et défis de l'entrepreneuriat.
- **Développement de l'Idée et Identification des Opportunités :** Techniques de créativité, analyse du marché, évaluation de la faisabilité.
- **Élaboration du Business Plan :** Structure et contenu d'un business plan, planification stratégique, modèle économique.
- **Gestion Financière de Base :** Comptabilité simplifiée, analyse des coûts, seuil de rentabilité, prévisions financières.

- **Marketing et Communication :** Stratégies de marketing, techniques de vente, communication digitale.
- **Aspects Juridiques et Réglementaires :** Formes juridiques des entreprises, obligations légales, propriété intellectuelle.
- **Gestion des Ressources Humaines :** Recrutement, gestion des équipes, leadership.
- **Gestion des Opérations et de la Production :** Organisation de la production, gestion de la qualité, logistique.
- **Utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) :** Outils numériques pour la gestion et le développement de l'entreprise.

3. Le Rôle de L'ANADE dans le Soutien aux CDE

L'Agence Nationale de Soutien et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE) s'affirme comme un acteur central dans la dynamique de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie, opérant en étroite collaboration avec les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE). Son intervention se structure autour de quatre axes principaux : le financement, la formation, l'accompagnement et la facilitation administrative. Néanmoins, l'efficacité de son action demeure sujette à des défis d'ordre structurel et opérationnel qui nécessitent une attention particulière.

L'**ANADE** déploie une gamme de mécanismes visant à soutenir la création et le développement des entreprises en Algérie.

3.1.Financement et Aides Financières

L'agence facilite l'accès au financement à travers divers dispositifs :

- L'octroi de prêts sans intérêt et de subventions spécifiquement dédiés à l'acquisition d'équipements essentiels ou à la location d'espaces de travail (Ministère de la Jeunesse et des Start-up, 2023).
- La mise en œuvre de mécanismes de co-financement (avec une répartition des coûts à hauteur de 50% pour l'ANADE et 50% pour l'entrepreneur) et de tri-financement (impliquant une contribution de l'entrepreneur entre 5% et 15%, de l'ANADE entre 15% et 25%, et un apport bancaire de 70%), allégeant ainsi la charge financière initiale pour les porteurs de projets (Bouzidi, 2022).
- L'instauration d'incitations à l'emploi, se traduisant par des subventions conditionnées à la création effective de postes de travail (NESDA, 2023).

3.2.Formation et Renforcement des Capacités

L'ANADE, en partenariat avec les CDE et les institutions universitaires, assure l'organisation de programmes de formation obligatoires. Ces formations couvrent des domaines cruciaux tels que la gestion d'entreprise, le marketing et la stratégie commerciale (Boukhalfa, 2021). L'objectif principal est de consolider les compétences entrepreneuriales des bénéficiaires et d'accroître significativement les probabilités de succès de leurs initiatives.

Accompagnement et Mentorat

Les CDE, agissant en synergie avec l'ANADE, proposent un soutien technique ciblé aux entrepreneurs. Cet accompagnement comprend notamment :

- Une assistance experte dans l'élaboration de business plans robustes et viables.
- Un programme de mentorat personnalisé, conçu pour accompagner le développement et la croissance des micro-entreprises (Ministère de l'Enseignement Supérieur, 2022).

Facilitation Administrative et Avantages Fiscaux

L'ANADE s'investit dans la simplification des démarches administratives et l'octroi d'avantages fiscaux, notamment à travers :

- L'octroi d'une exonération fiscale temporaire spécifiquement destinée aux nouvelles entreprises.
- L'application d'une réduction des droits de douane sur l'importation d'équipements nécessaires à l'activité (Code de l'Investissement, 2022).

3.3.Défis Opérationnels

Bien que l'ANADE joue un rôle significatif, plusieurs défis opérationnels entravent la pleine réalisation de son potentiel.

- **Coordination entre Acteurs :** Un manque de synergie et de coordination effective entre les différents acteurs de l'écosystème entrepreneurial, notamment la NESDA, les CDE, les universités et les institutions financières, limite l'efficience globale du dispositif de soutien (Boukhalfa, 2021).
- **Adéquation Formation-Marché :** Les programmes de formation proposés ne correspondent pas toujours de manière optimale aux besoins réels et évolutifs du marché

du travail, ce qui peut impacter négativement l'employabilité et la pertinence des compétences acquises par les entrepreneurs (Bouzidi, 2022).

- **Accès au Financement :** En dépit des dispositifs mis en place, de nombreux porteurs de projets continuent de se heurter à des difficultés considérables pour accéder aux financements nécessaires, principalement en raison de critères d'éligibilité jugés trop stricts (Ministère de la Jeunesse et des Start-up, 2023).
- **Compétences Entrepreneuriales :** Un déficit de compétences cruciales en gestion financière et en planification stratégique est souvent observé chez les entrepreneurs soutenus, compromettant ainsi la viabilité et la pérennité de leurs entreprises (Boukhalfa, 2021).
- **Environnement des Affaires :** La persistance de lourdeurs bureaucratiques et la complexité des réglementations en vigueur constituent un frein majeur au développement et à l'épanouissement de l'entrepreneuriat en Algérie (Banque Mondiale, 2023).

En conclusion, l'ANADE représente un pilier fondamental dans le paysage du soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Toutefois, pour optimiser son impact et favoriser un développement entrepreneurial pérenne, il est impératif de renforcer la coordination institutionnelle

Bien que les CDE aient permis des avancées significatives en matière de formation, de conseil et de facilitation de l'accès au financement, ils sont confrontés à des défis majeurs tels que le manque de ressources, une coordination inter-acteurs perfectible et la nécessité de s'adapter aux mutations de l'entrepreneuriat, notamment numérique. Parallèlement, la formation entrepreneuriale académique est présentée comme un levier essentiel pour préparer les futurs acteurs économiques, en développant des compétences techniques, comportementales et cognitives. Les programmes de formation des CDE, structurés autour d'un cadre académique et scientifique, visent à doter les entrepreneurs des connaissances et des compétences nécessaires à la réussite de leurs projets.

Section 02 : choix de l'outil de recherche et l'échantillon

Cette section analyse le choix de questionnaire et présente son contenu et l'écantillon ciblé.

1. Cadre Conceptuel de l'Échelle de Likert dans la Recherche Entrepreneuriale

L'échelle de Likert, développée par Rensis Likert en 1932, est un instrument de mesure largement utilisé dans les sciences sociales pour évaluer des attitudes, des perceptions ou des opinions sur une échelle ordinale. Dans le contexte de cette thèse, elle permet de quantifier des variables subjectives liées à l'accompagnement entrepreneurial, telles que la pertinence des services, l'expertise des intervenants ou l'accès aux ressources financières. Son adoption repose sur sa capacité à standardiser les réponses tout en offrant une flexibilité d'analyse statistique (Allen & Seaman, 2007). L'échelle, généralement structurée en cinq à sept points (allant de "Pas du tout d'accord" à "Tout à fait d'accord"), est particulièrement adaptée aux enquêtes par questionnaire, car elle équilibre simplicité et précision.

L'un des principaux avantages méthodologiques de l'échelle de Likert est sa fiabilité, souvent mesurée par l'alpha de Cronbach. Cet indice évalue la cohérence interne des items constituant une même dimension, ce qui indique la fiabilité (Tavakol & Dennick, 2011). En outre, la validité de contenu est assurée par l'ancrage théorique des items, inspirés de travaux antérieurs sur l'accompagnement entrepreneurial (Brinckmann et al., 2019). Une analyse factorielle confirmatoire (AFC) a par ailleurs été menée pour vérifier la validité de construit, confirmant que les items mesurent bien les concepts prévus (Brown, 2015). Ces propriétés psychométriques renforcent la crédibilité des données collectées et leur adéquation aux tests statistiques ultérieurs (corrélations, ANOVA).

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, l'échelle de Likert a été employée pour évaluer divers aspects, tels que l'efficacité des programmes d'accompagnement (Mian et al., 2016) ou l'impact des formations sur le développement des compétences (Nabi et al., 2017). Dans cette recherche, elle permet de comparer les perceptions des porteurs de projets selon leur niveau d'expérience, en identifiant des écarts significatifs grâce à des tests ANOVA. Ce qui pourrait refléter des attentes divergentes ou des besoins spécifiques non couverts (Carifio & Perla, 2007).

Cependant, l'utilisation de l'échelle de Likert comporte certaines limites. Un biais de centralité peut survenir lorsque les répondants privilégient les points médians de l'échelle, atténuant ainsi la variabilité des réponses (Krosnick & Berent, 1993). Pour minimiser ce risque, les items ont été formulés de manière neutre et équilibrée. De plus, bien que les données quantitatives fournissent une vue d'ensemble, elles sont complétées par des entretiens

qualitatifs pour approfondir les résultats (Dillman et al., 2014). Cette triangulation méthodologique renforce la validité des conclusions et offre une compréhension holistique des phénomènes étudiés.

Le choix de l'échelle de Likert dans notre étude se justifie par son adéquation aux objectifs de recherche, qui visent à mesurer et comparer des perceptions multidimensionnelles. Sa standardisation facilite la réplication de l'étude et la comparaison avec des travaux antérieurs, essentielle pour situer les résultats dans la littérature existante. Par exemple, les scores moyens obtenus pour "Réseaux et partenariats" (3,09/5) peuvent être mis en perspective avec ceux d'études similaires pour identifier des tendances communes ou des spécificités contextuelles (Field, 2018). Enfin, les recommandations pratiques découlant de l'analyse comme la création de modules dédiés aux entrepreneurs juniors s'appuient sur des données robustes, garantissant leur pertinence opérationnelle.

2. Présentation du Questionnaire

Le questionnaire utilisé dans cette étude vise à évaluer la perception des entrepreneurs concernant différents aspects de l'accompagnement entrepreneurial offert par le Centre de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE). Il est composé de 26 items, mesurés à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points (par exemple, de "1 : Pas du tout d'accord" à "5 : Tout à fait d'accord"). Ces items sont regroupés en cinq dimensions principales, qui correspondent aux principaux aspects de l'accompagnement entrepreneurial étudiés :

2.1. Pertinence des Services d'Accompagnement

Ce groupe d'items vise à évaluer dans quelle mesure les services d'accompagnement proposés par le CDE répondent aux besoins spécifiques des entrepreneurs et sont perçus comme utiles et adaptés à leurs projets. Les items inclus dans cette dimension sont :

- L'accompagnement dispensé est en adéquation avec les spécificités et les besoins de mon projet entrepreneurial
- Les informations fournies sont compréhensibles et d'une grande clarté
- Les outils et ressources mis à disposition sont adéquats pour le développement de mon projet
- Les supports et outils proposés au cours de la formation m'ont permis de structurer mon projet entrepreneurial

2.2. Expertise des Intervenants

Ce groupe d'items cherche à mesurer la perception des entrepreneurs concernant les compétences, l'expertise et la disponibilité des personnes qui fournissent l'accompagnement. Il vise à évaluer la qualité du soutien apporté par les intervenants. Les items inclus sont :

- Les accompagnateurs mobilisent une expertise solide et reconnue en matière d'entrepreneuriat
- Ils possèdent des compétences techniques approfondies et adaptées à mon secteur d'activité
- Les conseils prodigués sont pertinents et répondent aux enjeux de mon projet
- Les intervenants ont fait preuve d'une grande disponibilité pour répondre à mes questions
- Ils ont démontré une capacité avérée à résoudre les difficultés rencontrées

2.3. Accès aux Ressources Financières

Ce groupe d'items évalue dans quelle mesure l'accompagnement facilite l'accès aux différentes formes de ressources financières nécessaires au développement des projets entrepreneuriaux. Les items inclus sont :

- L'accompagnement m'a permis d'identifier et d'accéder à des sources de financement appropriées
- J'ai bénéficié d'une information complète sur les aides et subventions disponibles pour mon projet
- Le programme m'a facilité l'accès à des investisseurs potentiels.
- Des conseils pertinents m'ont été prodigués sur la gestion financière de mon projet
- J'ai bénéficié d'un soutien dans l'obtention de ressources matérielles nécessaires à l'avancement de mon entreprise

2.4. Développement des Compétences Entrepreneuriales

Ce groupe d'items mesure dans quelle mesure l'accompagnement contribue au développement des compétences des entrepreneurs dans différents domaines clés de la gestion et du développement d'entreprise. Les items inclus sont :

- L'accompagnement m'a permis de définir et d'évaluer mon idée entrepreneuriale
- L'accompagnement m'a aidé à développer des compétences de gestion

- Les formations m'ont aidé à maîtriser des outils stratégiques
- J'ai amélioré mes compétences en négociation et communication professionnelle
- J'ai acquis une meilleure compréhension des aspects juridiques et réglementaires
- J'ai pu appliquer concrètement les concepts appris dans mon projet entrepreneurial
- L'accompagnement m'a permis de mieux évaluer les opportunités et risques de mon environnement

2.5. Réseaux et Partenariats

Ce groupe d'items évalue dans quelle mesure l'accompagnement facilite l'établissement de contacts, la création de partenariats et l'intégration dans des réseaux professionnels pertinents pour le développement des projets entrepreneuriaux. Les items inclus sont :

- L'accompagnement a facilité l'établissement de contacts avec des partenaires potentiels
- Les événements de réseautage organisés dans le cadre du programme ont contribué à l'avancement de mon projet
- J'ai réussi à créer des partenariats avec d'autres entrepreneurs ou porteurs de projets
- Le programme m'a aidé à intégrer des réseaux professionnels pertinents pour mon secteur d'activité

Cette organisation des items en cinq dimensions permet d'obtenir une vision globale et détaillée de la perception des entrepreneurs concernant les différents aspects de l'accompagnement entrepreneurial offert par le CDE.

Ce questionnaire a été expertisé par des membres du centre de développement de l'entrepreneuriat pour valider la version finale.

3. Présentation de l'échantillon :

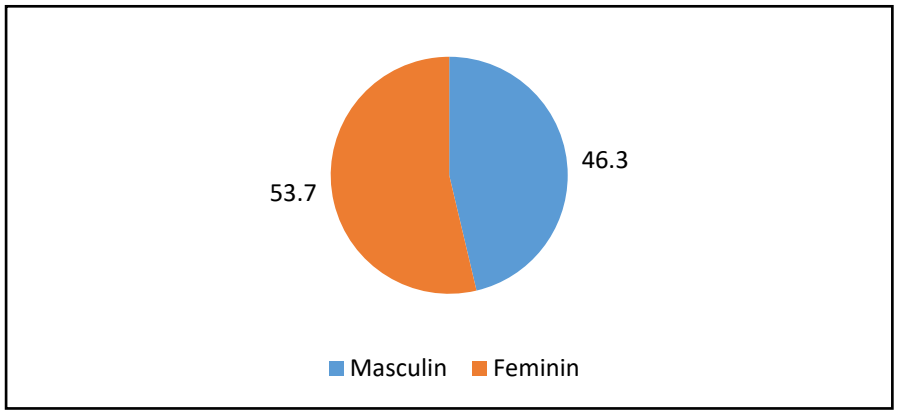
Table 6.Répartition des répondants selon le genre

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	**Masculin**	38	46,3	46,3
	Féminin	44	53,7	53,7
	Total	82	100,0	100,0

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

- L'échantillon est composé de 82 répondants.
- Il y a une légère prédominance de femmes (53,7%) par rapport aux hommes (46,3%).
- La distribution des genres est relativement équilibrée, ce qui est positif pour la généralisation des résultats à une population potentiellement mixte.

Figure 4. Répartition des répondants selon le genre



Source : Résultats de l'étude

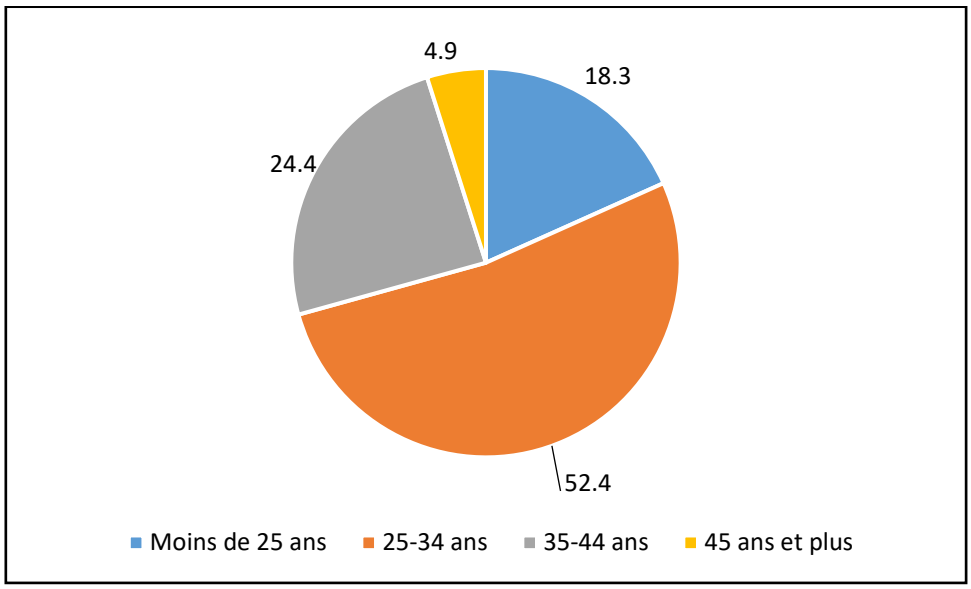
Table 7.Répartition des répondants selon l'age

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	**Moins de 25 ans**	15	18,3	18,3	18,3
	25-34 ans	43	52,4	52,4	70,7
	35-44 ans	20	24,4	24,4	95,1
	45 ans et plus	4	4,9	4,9	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

- La majorité des répondants (52,4%) se situe dans la tranche d'âge des 25-34 ans.
- La deuxième tranche d'âge la plus représentée est celle des 35-44 ans (24,4%).
- Les jeunes de moins de 25 ans représentent 18,3% de l'échantillon.
- Les personnes de 45 ans et plus sont minoritaires (4,9%).
- L'échantillon est donc majoritairement composé de jeunes adultes et de personnes en milieu de carrière. La faible représentation des personnes plus âgées est expliquée par l'orientation du dispositif ANADE vers les jeunes.

Figure 5.Répartition des répondants selon l'age



Source : *Résultats de l'étude*

Table 8.Répartition des répondants selon le parcours académique

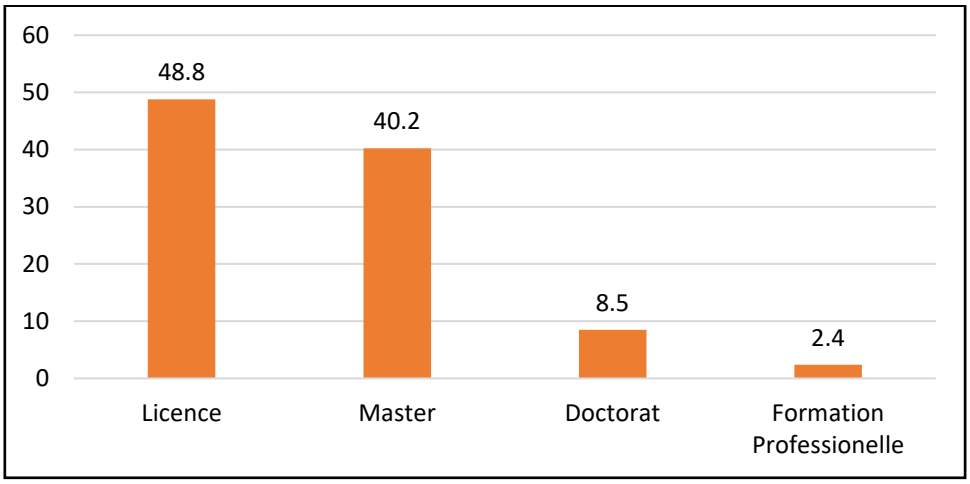
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	**Licence**	40	48,8	48,8	48,8
	Master	33	40,2	40,2	89,0
	Doctorat	7	8,5	8,5	97,6
	Formation Professionnelle	2	2,4	2,4	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

- Une part importante de l'échantillon possède un niveau d'études supérieures, avec près de la moitié ayant une Licence (48,8%) et une proportion significative ayant un Master (40,2%).

- Les titulaires d'un Doctorat représentent une plus petite partie (8,5%).
- Seulement 2,4% des répondants ont indiqué avoir suivi une formation professionnelle comme plus haut diplôme.
- Le niveau d'éducation élevé de l'échantillon pourrait indiquer un certain niveau de familiarité avec les concepts et les ressources liés à l'entrepreneuriat.

Figure 6.Répartition des répondants selon le parcours académique



Source : *Résultats de l'étude*

Statut professionnel :

Table 9.Répartition des répondants selon le statut professionnel

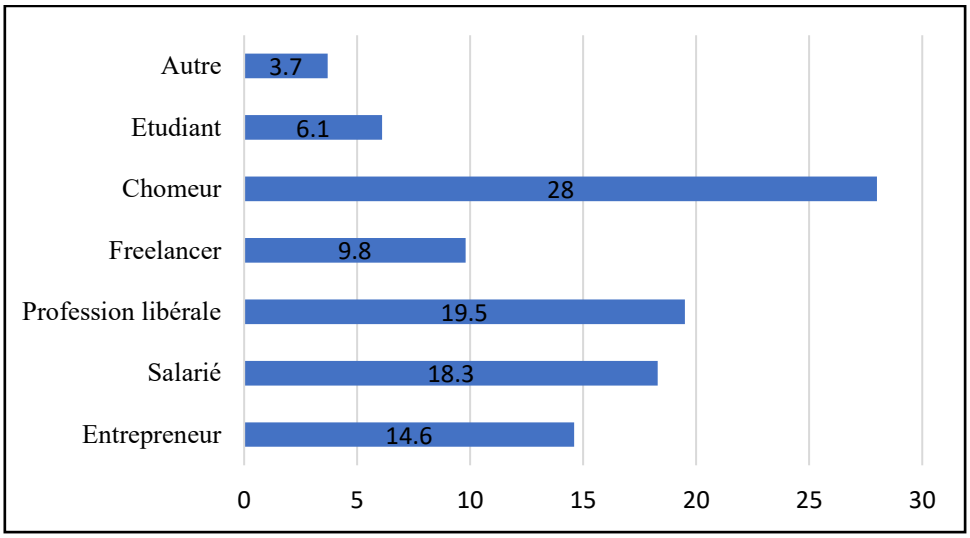
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	**Entrepreneur**	12	14,6	14,6	14,6
	Salarié	15	18,3	18,3	32,9
	Profession libérale	16	19,5	19,5	52,4
	Freelancer	8	9,8	9,8	62,2
	Chômeur	23	28,0	28,0	90,2
	Etudiant	5	6,1	6,1	96,3
	Autre	3	3,7	3,7	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

- La catégorie la plus représentée est celle des personnes au chômage (28,0%).

- Les professions libérales constituent également une part importante (19,5%), suivies par les salariés (18,3%).
- Les entrepreneurs représentent 14,6% de l'échantillon.
- Les freelances et les étudiants sont moins nombreux (9,8% et 6,1% respectivement).
- La diversité des statuts professionnels est intéressante. La forte proportion de personnes au chômage pourrait indiquer un intérêt pour l'entrepreneuriat comme voie potentielle. La présence d'entrepreneurs, de professionnels libéraux et de salariés apporte différentes perspectives sur l'accompagnement entrepreneurial.

Figure 7.Répartition des répondants selon le statut professionnel



Source : *Résultats de l'étude*

Expérience en entrepreneuriat :

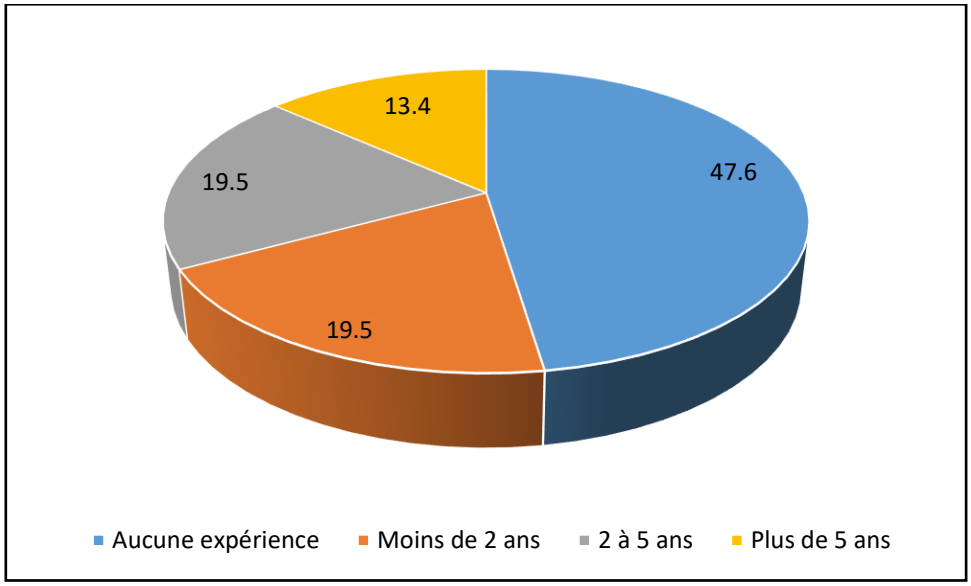
Table 10.Répartition des répondants selon l'expérience en entrepreneuriat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	**Aucune expérience**	39	47,6	47,6	47,6
	Moins de 2 ans	16	19,5	19,5	67,1
	2 à 5 ans	16	19,5	19,5	86,6
	Plus de 5 ans	11	13,4	13,4	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

- Près de la moitié de l'échantillon (47,6%) n'a aucune expérience en entrepreneuriat.
- Les personnes ayant moins de 2 ans d'expérience et celles ayant entre 2 et 5 ans d'expérience représentent chacune 19,5% de l'échantillon.
- Seule une minorité (13,4%) a une expérience entrepreneuriale de plus de 5 ans.
- La forte proportion de personnes sans expérience ou avec une expérience limitée suggère que l'étude pourrait recueillir les perceptions de futurs entrepreneurs ou de ceux qui sont relativement nouveaux dans le domaine. Cela pourrait être pertinent pour évaluer l'efficacité des services d'accompagnement pour les novices.

Figure 8.Répartition des répondants selon l'éxperience en entrepreneuriat



Source : *Résultats de l'étude*

De manière générale, l'échantillon de cette étude est composé de 82 répondants avec une légère surreprésentation des femmes. La majorité des participants sont de jeunes adultes et de personnes en milieu de carrière (25-44 ans), avec un niveau d'éducation majoritairement supérieur (Licence et Master). La diversité des statuts professionnels est notable, avec une proportion importante de personnes au chômage, de professionnels libéraux et de salariés. Enfin, une part significative de l'échantillon n'a aucune expérience en entrepreneuriat ou une expérience limitée.

Conclusion :

Cette l'étude quantitative menée auprès d'un échantillon de 82 répondants a exploré la perception de l'accompagnement entrepreneurial dispensé par les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) en Algérie. L'instrument de mesure privilégié, l'échelle de Likert, a permis d'opérationnaliser et de quantifier les aspects subjectifs de cet accompagnement selon cinq dimensions fondamentales : la pertinence des services offerts, l'expertise des intervenants, l'accessibilité aux ressources financières, le développement des compétences entrepreneuriales et la qualité des réseaux et partenariats facilités.

Le profil de l'échantillon révèle une prédominance féminine, une forte concentration de jeunes adultes et de professionnels en milieu de carrière possédant un niveau d'éducation supérieur, ainsi qu'une expérience entrepreneuriale limitée pour la majorité. La diversité des statuts professionnels observée, notamment une proportion significative de personnes en recherche d'emploi, met en évidence le rôle potentiel des CDE dans la stimulation de l'emploi et la genèse d'activités économiques.

En synthèse, cette recherche constitue une étape préliminaire essentielle dans l'évaluation de l'influence des CDE sur l'écosystème entrepreneurial algérien. L'analyse des perceptions des bénéficiaires permettra d'identifier empiriquement les points forts et les axes d'amélioration de l'accompagnement proposé. En tenant compte des défis structurels identifiés dans la littérature, tels que la limitation des ressources, la nécessité d'une coordination inter-acteurs accrue et l'impératif d'intégration des mutations du paysage entrepreneurial, notamment le numérique, les résultats escomptés de cette étude devraient contribuer à l'optimisation des stratégies opérationnelles des CDE et à la consolidation de leur rôle en tant que catalyseurs du développement d'une culture entrepreneuriale dynamique et de la création d'entreprises viables en Algérie.

Chapitre IV :

RESULTATS ET DISCUSSION

Introduction

Dans ce chapitre, nous analysons les données collectées via des questionnaires distribués à un échantillon de 82 porteurs de projets. Pour traiter ces données, nous utilisons une série d'outils statistiques :

- **Fiabilité** : Test *Alpha de Cronbach* pour vérifier la cohérence interne des échelles de mesure.
- **Statistiques descriptives** : Moyennes et écarts-types pour résumer les tendances principales.
- **Analyses inférentielles** : Tests *t*, ANOVA et corrélations pour examiner les liens entre variables.
- **La corrélation** : pour étudier les liens entre les variables.
- **ACP (Analyse en Composantes Principales)** : Réduction des dimensions et identification des facteurs clés.

Ces méthodes nous permettront de :

1. **Positionner notre problématique** en confrontant les résultats aux attentes théoriques.
2. **Tester nos hypothèses de recherche** pour valider ou infirmer leur pertinence.

La seconde partie du chapitre sera consacrée à la discussion et **recommandations opérationnelles**, tirées des résultats obtenus, afin d'améliorer l'accompagnement entrepreneurial du CDE.

Section 01 : Analyse des résultats

Cette section analyse à travers des tableaux les variables de l'étude.

1. Fiabilité de l'echelle :

Table 11.Fiabilité des dimensions de l'accompagnement entrepreneurial

Dimension	Alpha de Cronbach	No. d'items
Pertinence des services d'accompagnement	0.906	5
Expertise des intervenants	0.917	5
Accès aux ressources financières	0.744	5
Développement des compétences	0.914	7
Réseaux et partenariats	0.879	4

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Les valeurs d'alpha de Cronbach dépassent largement le seuil de fiabilité accepté ($\alpha \geq 0{,}7$) pour toutes les dimensions, confirmant la **solidité métrique** du questionnaire. Deux tendances se dégagent :

- **Dimensions ultra-fiables** ($\alpha > 0{,}9$) : *Pertinence des services*, *Expertise des intervenants*, et *Développement des compétences*. Ces résultats suggèrent une **homogénéité forte** entre les items.
- **Dimensions à fiabilité modérée** : *Accès aux ressources financières* ($\alpha = 0{,}744$) montre une cohérence acceptable mais inférieure aux autres. Cela pourrait refléter la **diversité des besoins** des entrepreneurs.

Ce tableau confirme la **validité interne** du modèle d'évaluation, tout en pointant des axes d'amélioration. Les résultats plaident pour un accompagnement centré sur le **transfert de compétences** et l'**expertise**, tout en appelant à un **renforcement ciblé** de l'accès aux ressources financières.

2. L'analyse des moyennes :

Table 12.Pertinence des services d'accompagnement

Item	Moyenne	E.T
L'accompagnement dispensé est en adéquation avec les spécificités et les besoins de mon projet entrepreneurial	3,6707	,96934
Les informations fournies sont compréhensibles et d'une grande clarté	3,9634	,93551
Les outils et ressources mis à disposition sont adéquats pour le développement de mon projet	3,8537	,93124
Les supports et outils proposés au cours de la formation m'ont permis de structurer mon projet entrepreneurial	3,9268	1,03971
La communication avec les conseillers a été fluide, réactive et constructive	4,0854	1,14613
Moyenne Générale	3,9000	,85851

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Analyse de la Pertinence des services d'accompagnement : La moyenne globale de cette variable est de 3,90, ce qui correspond à une perception **élevée** (3.4 - 4.2) de la pertinence des services d'accompagnement par les participants. Les moyennes des items individuels varient de 3,67 à 4,09, toutes se situant dans la catégorie **élevée**. Cela suggère que les participants perçoivent généralement l'accompagnement comme bien adapté à leurs besoins spécifiques, avec des informations claires, des outils adéquats et une communication efficace avec les conseillers.

Table 13.Expertise des intervenants

Item	Moyenne	E.T
Les accompagnateurs mobilisent une expertise solide et reconnue en matière d'entrepreneuriat	4,0854	1,05645
Ils possèdent des compétences techniques approfondies et adaptées à mon secteur d'activité	3,8415	,98720
Les conseils prodigués sont pertinents et répondent aux enjeux de mon projet	3,9512	,94153
Les intervenants ont fait preuve d'une grande disponibilité pour répondre à mes questions	4,1585	1,04786
Ils ont démontré une capacité avérée à résoudre les difficultés rencontrées	3,7805	,96896
Moyenne Générale	**3,9634**	,86702

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Analyse de l'Expertise des intervenants : La moyenne globale de cette variable est de 3,96, ce qui correspond à une perception **élevée** de l'expertise des intervenants. Les moyennes des items individuels varient de 3,78 à 4,16, toutes se situant dans la catégorie **élevée**. Cela indique que les participants perçoivent les accompagnateurs comme compétents, possédant une expertise solide et des compétences techniques adaptées, fournissant des conseils pertinents et étant disponibles pour répondre à leurs questions et résoudre leurs difficultés.

Table 14.Accès aux ressources financières

Item	Moyenne	E.T
L'accompagnement m'a permis d'identifier et d'accéder à des sources de financement appropriées	3,7439	1,12009
J'ai bénéficié d'une information complète sur les aides et subventions disponibles pour mon projet	3,9146	1,02079
Le programme m'a facilité l'accès à des investisseurs potentiels.	3,2317	1,34531
Des conseils pertinents m'ont été prodigués sur la gestion financière de mon projet	3,9390	,99812
J'ai bénéficié d'un soutien dans l'obtention de ressources matérielles nécessaires à l'avancement de mon entreprise	3,3293	1,24776
Moyenne Générale	3,6317	,81132

Source : *Résultats de l'étude*

Analyse de l'Accès aux ressources financières : La moyenne globale de cette variable est de 3,63, ce qui correspond à une perception **élevée** de l'accès aux ressources financières. Cependant, l'analyse des items individuels révèle des nuances. Les items concernant l'identification et l'accès aux sources de financement appropriées (3,74), l'information sur les aides et subventions (3,91) et les conseils en gestion financière (3,94) obtiennent des moyennes **élevées**. En revanche, l'item concernant la facilitation de l'accès aux investisseurs potentiels (3,23) et le soutien dans l'obtention de ressources matérielles (3,33) se situent dans la catégorie **moyenne** (2.6 - 3.4), indiquant une perception moins forte de l'efficacité du programme proposé par l'ANADE dans ces aspects spécifiques.

Table 15. Développement des compétences entrepreneuriales

Item	Moyenne	E.T
L'accompagnement m'a permis de définir et d'évaluer mon idée entrepreneuriale	4,0244	1,03011
L'accompagnement m'a aidé à développer des compétences de gestion	3,9390	,97306
Les formations m'ont aidé à maîtriser des outils stratégiques	4,0610	,97306
J'ai amélioré mes compétences en négociation et communication professionnelle	3,6341	1,00015
J'ai acquis une meilleure compréhension des aspects juridiques et réglementaires	3,7805	1,05438
J'ai pu appliquer concrètement les concepts appris dans mon projet entrepreneurial	4,0122	1,05986
L'accompagnement m'a permis de mieux évaluer les opportunités et risques de mon environnement	3,9512	,96740
Moyenne Générale	**3,9146**	,81923

Source : *Résultats de l'étude*

Analyse du Développement des compétences : La moyenne globale de cette variable est de 3,91, ce qui correspond à une perception **élevée** du développement des compétences grâce à l'accompagnement. Toutes les moyennes des items individuels se situent dans la catégorie **élevée**, variant de 3,63 à 4,06. Cela suggère que les participants estiment que l'accompagnement a contribué de manière significative à l'amélioration de leurs compétences dans divers domaines essentiels à la réussite de leurs projets, tels que la définition et l'évaluation de l'idée, les compétences de gestion, la maîtrise d'outils stratégiques, la négociation, la communication, la compréhension des aspects juridiques et l'évaluation de l'environnement entrepreneurial.

Table 16.Réseaux et partenariats

Item	Moyenne	E.T
L'accompagnement a facilité l'établissement de contacts avec des partenaires potentiels	3,1220	1,27066
Les événements de réseautage organisés dans le cadre du programme ont contribué à l'avancement de mon projet	3,1829	1,12358
J'ai réussi à créer des partenariats avec d'autres entrepreneurs ou porteurs de projets	2,8659	1,45519
Le programme m'a aidé à intégrer des réseaux professionnels pertinents pour mon secteur d'activité	3,2073	1,37650
Moyenne Générale	**3,0945**	1,12398

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Analyse des Réseaux et partenariats : La moyenne globale de cette variable est de 3,09, ce qui correspond à une perception **moyenne** (2.6 - 3.4) de l'efficacité de l'accompagnement en matière de réseaux et de partenariats. Les moyennes des items individuels varient de 2,87 à 3,21, toutes se situant dans la catégorie **moyenne**. Cela indique que les participants perçoivent l'aide à l'établissement de contacts, la contribution des événements de réseautage, la réussite dans la création de partenariats et l'intégration de réseaux professionnels comme étant d'un niveau moyen. Cette variable semble être le point le moins bien perçu du programme d'accompagnement.

3. Les tests :

3.1. Analyse des Tests T pour Échantillon Unique (One-Sample Test)

Cette analyse teste si les moyennes des variables **diffèrent significativement d'une valeur de référence. Les résultats permettent de valider ou rejeter les hypothèses** H_0 **et** H_1**.**

H_0 (Hypothèse nulle) :

Il n'y a pas de différence significative entre la moyenne de la variable et la valeur de référence (pas d'impact significatif de l'accompagnement du CDE sur cette dimension).

H_1 (Hypothèse alternative) :

Il y a une différence significative (impact positif ou négatif de l'accompagnement du CDE sur cette dimension).

Seuil de significativité : $p < 0.05$ pour rejeter H_0.

One-Sample Test :

Table 17.Test T pour Échantillon Unique (One-Sample Test)

Test Value = 3						
	t	df	Sig (2-trailed)	Mean difference	95% Confidence Interval of thedifference	
					Lower	Upper
Pertinence des services d'accompagnement	9,493	81	,000	,90000	,7114	1,0886
Expertise des intervenants	10,062	81	,000	,96341	,7729	1,1539
Accès aux ressources financières	7,051	81	,000	,63171	,4534	,8100
Développement des compétences entrepreneuriales	10,110	81	,000	,91463	,7346	1,0946
Réseaux et partenariats	,761	81	,449	,09451	-,1525	,3415

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Les tests T pour échantillon unique révèlent que quatre dimensions de l'accompagnement (pertinence, expertise, accès aux financements, et développement des compétences) ont un impact significativement positif ($p < 0.05$), confirmant leur rôle clé dans le succès des entrepreneurs. En revanche, les réseaux et partenariats ne montrent pas d'effet statistiquement significatif ($p = 0.449$), suggérant un besoin de stratégies plus efficaces dans ce domaine."

3.2. ANOVA :

Ce test s'utilse pur comparer des varaibles à trvers les variances.

- **H_0 (Hypothèse nulle)** :
  Il n'y a pas de différence significative entre les moyennes des variables de l'étude selon les groupes d'âge.
- **H_1 (Hypothèse alternative)** :
  Au moins un groupe d'âge a une moyenne des variables de l'étude significativement différente des autres.
- **Si $p < 0.05$** → Rejet de H_0 (différence significative).
- **Si $p \geq 0.05$** → Conservation de H_0 (pas de différence).

Ce tableau présente une **ANOVA à un facteur** (One-Way ANOVA) testant si les **moyennes des variables dépendantes** (Pertinence, Expertise, Accès aux ressources, développement des compétences, réseaux et partenariats) diffèrent significativement entre **plusieurs groupes d'âge**.

Table 18. ANOVA (Age)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pertinence des services d'accompagnement	Between Groups	2,841	3	,947	1,299	,281
	Within Groups	56,859	78	,729		
	Total	59,700	81			
Expertise des intervenants	Between Groups	5,123	3	1,708	2,389	,075
	Within Groups	55,767	78	,715		
	Total	60,890	81			
Accès aux ressources financières	Between Groups	3,710	3	1,237	1,945	,129
	Within Groups	49,607	78	,636		
	Total	53,318	81			
Développement des compétences entrepreneuriales	Between Groups	2,821	3	,940	1,423	,242
	Within Groups	51,541	78	,661		
	Total	54,362	81			
Réseaux et partenariats	Between Groups	8,894	3	2,965	2,475	,068
	Within Groups	93,436	78	1,198		
	Total	102,330	81			

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

L'ANOVA révèle que l'âge des entrepreneurs n'a pas d'impact significatif sur leur perception des services du CDE, qu'il s'agisse de la pertinence F=1.30, p = 0.281), de l'expertise (F = 2.39, p = 0.075), *Accès aux ressources financières (*F = 1.94, p = 0.129), Développement *des* compétences *entrepreneuriales* (F = 1.42, p = 0.242), ou des réseaux (F = 2.48, p = 0.068). Ces résultats suggèrent que les dispositifs d'accompagnement sont uniformément perçus, indépendamment de l'âge.

Parcours académique :

- **H_0 (Hypothèse nulle)** :
  Il n'y a pas de différence significative entre les moyennes des variables de l'étude selon le parcours académique.
- **H_1 (Hypothèse alternative)** :
  Au moins une catégorie de parcours académique a une moyenne des variables de l'étude significativement différente des autres.

Table 19.ANOVA (le parcours académique)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pertinence des services d'accompagnement	Between Groups	2,354	3	,785	1,067	,368
	Within Groups	57,346	78	,735		
	Total	59,700	81			
Expertise des intervenants	Between Groups	3,186	3	1,062	1,435	,239
	Within Groups	57,705	78	,740		
	Total	60,890	81			
Accès aux ressources financières	Between Groups	3,224	3	1,075	1,673	,180
	Within Groups	50,094	78	,642		
	Total	53,318	81			
Développement des compétences entrepreneuriales	Between Groups	4,630	3	1,543	2,421	,072
	Within Groups	49,731	78	,638		
	Total	54,362	81			
Réseaux et partenariats	Between Groups	2,176	3	,725	,565	,640
	Within Groups	100,154	78	1,284		
	Total	102,330	81			

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

L'ANOVA indique que le parcours académique des entrepreneurs n'a pas d'impact significatif sur leur évaluation des services du CDE, qu'il s'agisse de la pertinence (F= 1.07, p =

0.368), de l'expertise (F = 1.44, p = 0.239), ou des réseaux (F = 0.57, p = 0.640). *Accès aux ressources financières* (F = 1.67, p = 0.180), Bien que le développement des compétences montre une tendance marginale (F = 2.42, p = 0.072). Ces résultats suggèrent que l'accompagnement est perçu de manière homogène, indépendamment du niveau d'étude.

Expérience entrepreneuriale :

Cette analyse évalue si la perception des services du CDE varie selon **l'expérience entrepreneuriale**, divisée en 4 groupes :

- **Aucune expérience**
- **Moins de 2 ans**
- **2 à 5 ans**
- **Plus de 5 ans**

$\mathbf{H_0}$: *"Il n'y a pas de différence entre les groupes d'expérience."*

$\mathbf{H_1}$: *"Au moins un groupe diffère des autres."*

ANOVA (l'expérience entrepreneuriale, divisée en 4 groupes)

Table 20.ANOVA (L'expérience entrepreneuriale)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pertinence des services d'accompagnement	Between Groups	10,221	3	3,407	5,371	,002
	Within Groups	49,479	78	,634		
	Total	59,700	81			
Expertise des intervenants	Between Groups	17,259	3	5,753	10,285	,000
	Within Groups	43,631	78	,559		
	Total	60,890	81			
Accès aux ressources financières	Between Groups	7,125	3	2,375	4,010	,010
	Within Groups	46,193	78	,592		
	Total	53,318	81			
	Between Groups	13,274	3	4,425	8,400	,000

Développement des compétences entrepreneuriales	Within Groups	41,087	78	,527		
	Total	54,362	81			
Réseaux et partenariats	Between Groups	4,268	3	1,423	1,132	,342
	Within Groups	98,062	78	1,257		
	Total	102,330	81			

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

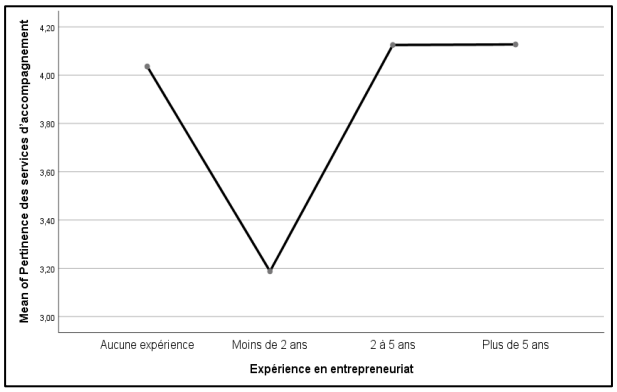
L'ANOVA révèle un impact significatif de l'expérience entrepreneuriale sur la perception des services du CDE

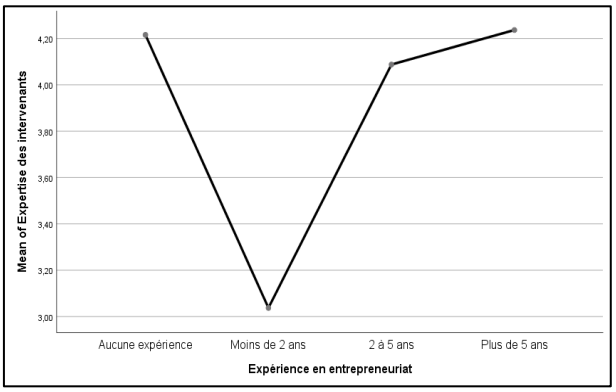
Analyse des contrastes (LSD) :

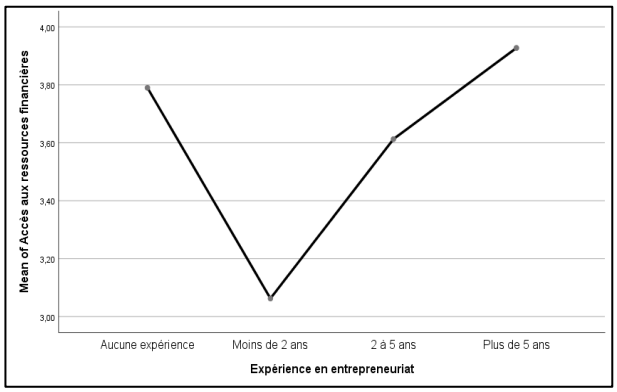
1. **Pertinence des services :**
   - Les entrepreneurs sans expérience sont significativement plus satisfaits que ceux avec moins de 2 ans (Δ=0.85, p=0.001)
   - Le groupe "moins de 2 ans" est le plus critique, avec des scores significativement plus bas que tous les autres groupes
2. **Expertise des intervenants :**
   - Écart marqué entre sans expérience et moins de 2 ans (Δ=1.18, p<0.001)
   - Les plus expérimentés (>5 ans) perçoivent moins d'expertise que les débutants.
3. **Accès aux financements :**
   - Les entrepreneurs avec plus de 5 ans d'expérience sont les plus critiques (Δ=-0.86 vs moins de 2 ans, p=0.005)
4. **Développement des compétences :**
   - Les sans expérience sont les plus satisfaits (Δ=1.07 vs moins de 2 ans, p<0.001)
   - Le groupe "moins de 2 ans" montre à nouveau les scores les plus bas.
5. **Réseaux :** L'absence de différence significative.

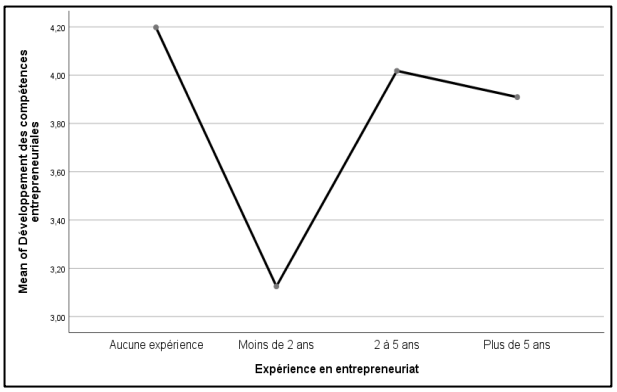
Courbes analyse LSD

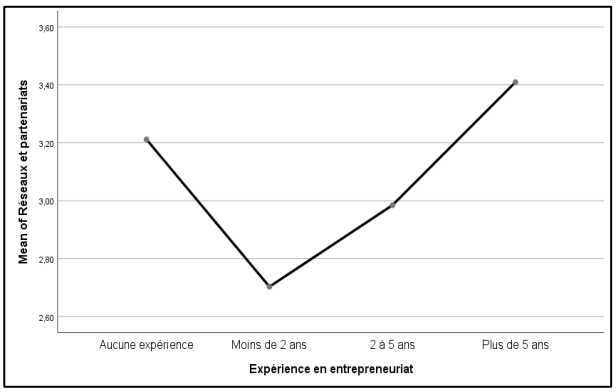
Figure 9.Courbes analyse LSD











Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Ces résultats corroborent la théorie du "développement entrepreneurial par étapes", suggérant que :

- Les besoins évoluent avec l'expérience
- Les services d'accompagnement doivent être différenciés
- La satisfaction n'évolue pas linéairement avec l'expérience

Cette analyse démontre l'importance cruciale de segmenter les services d'accompagnement selon le niveau d'expérience des entrepreneurs pour une efficacité optimale.

4. Analyse de la Matrice de Corrélation

Analyse de la Matrice de Corrélation

Table 21.Analyse de la Matrice de Corrélation

			Pertinence des services d'accompagnement	Expertise des intervenants	Accès aux ressources financières	Développement des compétences entrepreneuriales	Réseaux et partenariats
Spearman's rho	Pertinence des services d'accompagnement	Correlation Coefficient	1,000	,798**	,634**	,514**	,458**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000
		N	82	82	82	82	82
	Expertise des intervenants	Correlation Coefficient	,798**	1,000	,606**	,636**	,443**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000
		N	82	82	82	82	82
	Accès aux ressources financières	Correlation Coefficient	,634**	,606**	1,000	,612**	,725**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000
		N	82	82	82	82	82
	Développement des compétences entrepreneuriales	Correlation Coefficient	,514**	,636**	,612**	1,000	,504**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000
		N	82	82	82	82	82
	Réseaux et partenariats	Correlation Coefficient	,458**	,443**	,725**	,504**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.
		N	82	82	82	82	82

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Le tableau présente les coefficients de corrélation de Spearman entre les cinq variables étudiées. Le coefficient de Spearman mesure la force et la direction d'une association monotone entre deux variables. Les valeurs de rho varient de -1 à +1, où :

- +1 indique une association monotone positive parfaite.
- -1 indique une association monotone négative parfaite.
- 0 indique l'absence d'association monotone.

Analyse des Corrélations entre les Paires de Variables :

- **Pertinence des services d'accompagnement et Expertise des intervenants :** La corrélation est forte et positive (rho = 0.798, $p < 0.01$). Cela suggère qu'une perception plus élevée de la pertinence des services d'accompagnement est fortement associée à une perception plus élevée de l'expertise des intervenants.
- **Pertinence des services d'accompagnement et Accès aux ressources financières :** La corrélation est forte et positive (rho = 0.634, $p < 0.01$). Cela indique qu'une perception plus élevée de la pertinence des services d'accompagnement est fortement associée à une perception plus élevée de l'accès aux ressources financières.
- **Pertinence des services d'accompagnement et Développement des compétences entrepreneuriales :** La corrélation est forte et positive (rho = 0.514, $p < 0.01$). Cela suggère qu'une perception plus élevée de la pertinence des services d'accompagnement est fortement associée à une perception plus élevée du développement des compétences entrepreneuriales.
- **Pertinence des services d'accompagnement et Réseaux et partenariats :** La corrélation est modérée et positive (rho = 0.458, $p < 0.01$). Cela indique qu'une perception plus élevée de la pertinence des services d'accompagnement est modérément associée à une perception plus élevée des réseaux et partenariats.
- **Expertise des intervenants et Accès aux ressources financières :** La corrélation est forte et positive (rho = 0.606, $p < 0.01$). Cela suggère qu'une perception plus élevée de l'expertise des intervenants est fortement associée à une perception plus élevée de l'accès aux ressources financières.
- **Expertise des intervenants et Développement des compétences entrepreneuriales :** La corrélation est forte et positive (rho = 0.636, $p < 0.01$). Cela indique qu'une perception plus élevée de l'expertise des intervenants est fortement associée à une perception plus élevée du développement des compétences entrepreneuriales.

- **Expertise des intervenants et Réseaux et partenariats :** La corrélation est modérée et positive (rho = 0.443, $p < 0.01$). Cela suggère qu'une perception plus élevée de l'expertise des intervenants est modérément associée à une perception plus élevée des réseaux et partenariats.
- **Accès aux ressources financières et Développement des compétences entrepreneuriales :** La corrélation est forte et positive (rho = 0.612, $p < 0.01$). Cela indique qu'une perception plus élevée de l'accès aux ressources financières est fortement associée à une perception plus élevée du développement des compétences entrepreneuriales.
- **Accès aux ressources financières et Réseaux et partenariats :** La corrélation est forte et positive (rho = 0.725, $p < 0.01$). Cela suggère qu'une perception plus élevée de l'accès aux ressources financières est fortement associée à une perception plus élevée des réseaux et partenariats.
- **Développement des compétences entrepreneuriales et Réseaux et partenariats :** La corrélation est forte et positive (rho = 0.504, $p < 0.01$). Cela indique qu'une perception plus élevée du développement des compétences entrepreneuriales est fortement associée à une perception plus élevée des réseaux et partenariats.

Au niveau de signification de 0.05, toutes les corrélations entre les paires de variables sont statistiquement significatives et positives. Cela signifie que les perceptions des participants concernant ces cinq aspects de l'accompagnement entrepreneurial ont tendance à évoluer dans le même sens.

- Les corrélations les plus fortes sont observées entre la **Pertinence des services d'accompagnement** et l'**Expertise des intervenants** (0.798), ainsi qu'entre l'**Accès aux ressources financières** et les **Réseaux et partenariats** (0.725). Cela suggère que ces paires de variables sont particulièrement liées dans la perception des entrepreneurs.
- Les corrélations les plus faibles, bien que toujours significatives et positives, impliquent la variable **Réseaux et partenariats** avec la **Pertinence des services d'accompagnement** (0.458) et l'**Expertise des intervenants** (0.443).

Ces résultats suggèrent que les différents aspects de l'accompagnement entrepreneurial que nous avons étudié sont inter-reliés. Par exemple, les entrepreneurs qui perçoivent les services d'accompagnement comme pertinents ont également tendance à percevoir les

intervenants comme experts. De même, ceux qui estiment avoir un bon accès aux ressources financières ont aussi tendance à valoriser les opportunités de réseaux et de partenariats offertes.

5. Analyse des Résultats de l'Analyse en Composantes Principales (ACP)

L'objectif de cette Analyse en Composantes Principales (ACP) est de réduire la dimensionnalité des données en identifiant les variables latentes (ou composantes principales) qui expliquent la plus grande partie de la variance observée dans les réponses aux 26 items de votre étude. Nous allons examiner les différentes sections des résultats pour interpréter la structure sous-jacente des perceptions des participants concernant le programme d'accompagnement entrepreneurial.

5.1. Test KMO et de Bartlett (KMO and Bartlett's Test)

KMO and Bartlett's Test

Table 22.KMO and Bartlett's Test

Mesure	**Valeur**
Mesure de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) d'adéquation de l'échantillon	,895
Test de sphéricité de Bartlett : Chi-carré approx.	1980,016
df (degrés de liberté)	325
Sig. (p-valeur)	,000

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

- **Mesure KMO d'adéquation de l'échantillon (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) :** La valeur de ,895 est excellente (généralement, une valeur supérieure à 0,6 est considérée comme acceptable, et au-dessus de 0,8 est très bonne). Cela indique que l'échantillon est suffisamment adéquat pour réaliser une ACP. En d'autres termes, la variance des variables est susceptible d'être expliquée par des facteurs sous-jacents.
- **Test de sphéricité de Bartlett (Bartlett's Test of Sphericity) :** Ce test vérifie si la matrice de corrélation est significativement différente d'une matrice identité (où il n'y aurait aucune corrélation entre les variables). La p-valeur de ,000 (très inférieure à 0,05) est statistiquement significative. Cela signifie que les variables sont suffisamment corrélées entre elles pour justifier l'application de l'ACP.

En résumé, les résultats du test KMO et de Bartlett suggèrent que les données sont bien adaptées **à une analyse factorielle et que des composantes principales peuvent être extraites.**

5.2. Matrices Anti-image (Anti-image Matrices)

Les matrices anti-image affichent les covariances et les corrélations anti-image. La diagonale de la matrice de corrélation anti-image contient la mesure d'adéquation de l'échantillon (MSA) pour chaque item individuel.

- **Mesure d'Adéquation de l'Échantillon (MSA) - Diagonale de la Matrice de Corrélation Anti-image (indiquée par le suffixe 'a') :** Ces valeurs indiquent le degré auquel chaque item est prédit par les autres items. Des valeurs élevées (proches de 1) sont souhaitables, car elles suggèrent que l'item s'intègre bien dans la structure factorielle. Dans votre tableau, la plupart des valeurs diagonales (par exemple, ,912 pour le premier item, ,941 pour le deuxième, etc.) sont élevées, ce qui est un bon signe.
- **Covariances Anti-image (Anti-image Covariance) :** Les valeurs hors diagonale représentent la part de la covariance entre les paires de variables qui n'est pas expliquée par la structure factorielle. Des valeurs faibles sont préférables.

En général, les valeurs élevées de MSA pour la plupart des items suggèrent que chaque item contribue de manière unique à la structure factorielle globale.

5.3. Communalités (Communalities)

Table 23.Communalités (Communalities)

Item	Initial	Extraction
L'accompagnement dispensé est en adéquation avec les spécificités et les besoins de mon projet entrepreneurial	1,000	,630
Les informations fournies sont compréhensibles et d'une grande clarté	1,000	,789
Les outils et ressources mis à disposition sont adéquats pour le développement de mon projet	1,000	,705
Les supports et outils proposés au cours de la formation m'ont permis de structurer mon projet entrepreneurial	1,000	,770
La communication avec les conseillers a été fluide, réactive et constructive	1,000	,683
Les accompagnateurs mobilisent une expertise solide et reconnue en matière d'entrepreneuriat	1,000	,681
Ils possèdent des compétences techniques approfondies et adaptées à mon secteur d'activité	1,000	,661
Les conseils prodigués sont pertinents et répondent aux enjeux de mon projet	1,000	,741
Les intervenants ont fait preuve d'une grande disponibilité pour répondre à mes questions	1,000	,796
Ils ont démontré une capacité avérée à résoudre les difficultés rencontrées	1,000	,757
L'accompagnement m'a permis d'identifier et d'accéder à des sources de financement appropriées	1,000	,631
J'ai bénéficié d'une information complète sur les aides et subventions disponibles pour mon projet	1,000	,684
Le programme m'a facilité l'accès à des investisseurs potentiels.	1,000	,760
Des conseils pertinents m'ont été prodigués sur la gestion financière de mon projet	1,000	,585
J'ai bénéficié d'un soutien dans l'obtention de ressources matérielles nécessaires à l'avancement de mon entreprise	1,000	,661
L'accompagnement m'a permis de définir et d'évaluer mon idée entrepreneuriale	1,000	,719
L'accompagnement m'a aidé à développer des compétences de gestion	1,000	,643
Les formations m'ont aidé à maîtriser des outils stratégiques	1,000	,677
J'ai amélioré mes compétences en négociation et communication professionnelle	1,000	,713
J'ai acquis une meilleure compréhension des aspects juridiques et réglementaires	1,000	,483
J'ai pu appliquer concrètement les concepts appris dans mon projet entrepreneurial	1,000	,666
L'accompagnement m'a permis de mieux évaluer les opportunités et risques de mon environnement	1,000	,820
L'accompagnement a facilité l'établissement de contacts avec des partenaires potentiels	1,000	,736
Les événements de réseautage organisés dans le cadre du programme ont contribué à l'avancement de mon projet	1,000	,711
J'ai réussi à créer des partenariats avec d'autres entrepreneurs ou porteurs de projets	1,000	,679
Le programme m'a aidé à intégrer des réseaux professionnels pertinents pour mon secteur d'activité	1,000	,728

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

- **Initial :** La variance initiale de chaque item est de 1 (car les items sont standardisés implicitement dans l'ACP).

- **Extraction :** Cette colonne indique la proportion de la variance de chaque item qui est expliquée par les composantes principales extraites (dans ce cas, trois composantes, comme le montre le tableau "Total Variance Explained"). Par exemple, pour le premier item, ,630 signifie que 63% de la variance de cet item est expliquée par les trois composantes principales.

Des valeurs de communalité généralement élevées (au-dessus de 0,5) indiquent que les composantes extraites représentent bien les items originaux. On observe que la plupart des communalités sont au-dessus de ,6, ce qui est satisfaisant. L'item "J'ai acquis une meilleure compréhension des aspects juridiques et réglementaires" a une communalité un peu plus faible (,483), suggérant qu'il est moins bien représenté par les trois composantes extraites que les autres items.

5.4. Variance Totale Expliquée (Total Variance Explained)

Table 24.Variance Totale Expliquée

Composante	Valeurs Propres Initiales	Sommes des Carrés des Satures par Extraction	Sommes des Carrés des Satures par Rotation
1	13,228	13,228	7,582
2	3,305	3,305	5,558
3	1,576	1,576	4,969
4	,920		
5	,879		
6	,781		
7	,646		
8	,567		
9	,522		
...	...		

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

- **Valeurs Propres Initiales (Initial Eigenvalues) :** La valeur propre représente la quantité de variance dans les données originales qui est expliquée par chaque composante principale. Une valeur propre supérieure à 1 est souvent utilisée comme critère pour retenir une composante. Dans votre cas, les trois premières composantes ont des valeurs propres supérieures à 1 (13,228, 3,305 et 1,576).

- **% de Variance (% of Variance) :** Cette colonne indique le pourcentage de la variance totale des données qui est expliqué par chaque composante. La première composante explique 50,877% de la variance, la deuxième 12,710%, et la troisième 6,062%.
- **% Cumulé (Cumulative %) :** Cette colonne montre le pourcentage cumulé de la variance expliquée par les composantes successives. Les trois premières composantes expliquent ensemble 69,650% de la variance totale.
- **Sommes des Carrés des Satures par Extraction (Extraction Sums of Squared Loadings) :** Ces valeurs sont les mêmes que les valeurs propres initiales pour les composantes retenues, car l'extraction s'arrête généralement aux composantes avec des valeurs propres supérieures à 1.
- **Sommes des Carrés des Satures par Rotation (Rotation Sums of Squared Loadings) :** La rotation (Varimax dans votre cas) redistribue la variance entre les composantes pour les rendre plus interprétables. Les pourcentages de variance expliquée par chaque composante changent après la rotation, mais le pourcentage cumulé de variance expliquée reste le même. Après rotation, les trois composantes expliquent respectivement 29,161%, 21,377% et 19,112% de la variance.

Ces résultats indiquent que trois composantes principales suffisent à expliquer environ 70% de la variance totale des réponses aux 26 items. C'est un résultat généralement considéré comme bon, suggérant que l'ACP a réussi à réduire la complexité des données tout en conservant une grande partie de l'information.

5.5. Analyse du Scree Plot (Courbe des Valeurs Propres)

Le **Scree Plot** est un outil visuel utilisé en **Analyse Factorielle (ACP)** ou en **Analyse en Composantes Principales** pour déterminer le nombre optimal de composantes (ou facteurs) à retenir dans l'analyse.

- **Axe X** : Numéro des composantes (de 1 à 26 ici).
- **Axe Y** : Valeurs propres (*Eigenvalues*), qui mesurent la variance expliquée par chaque composante.

Interprétation de la Courbe

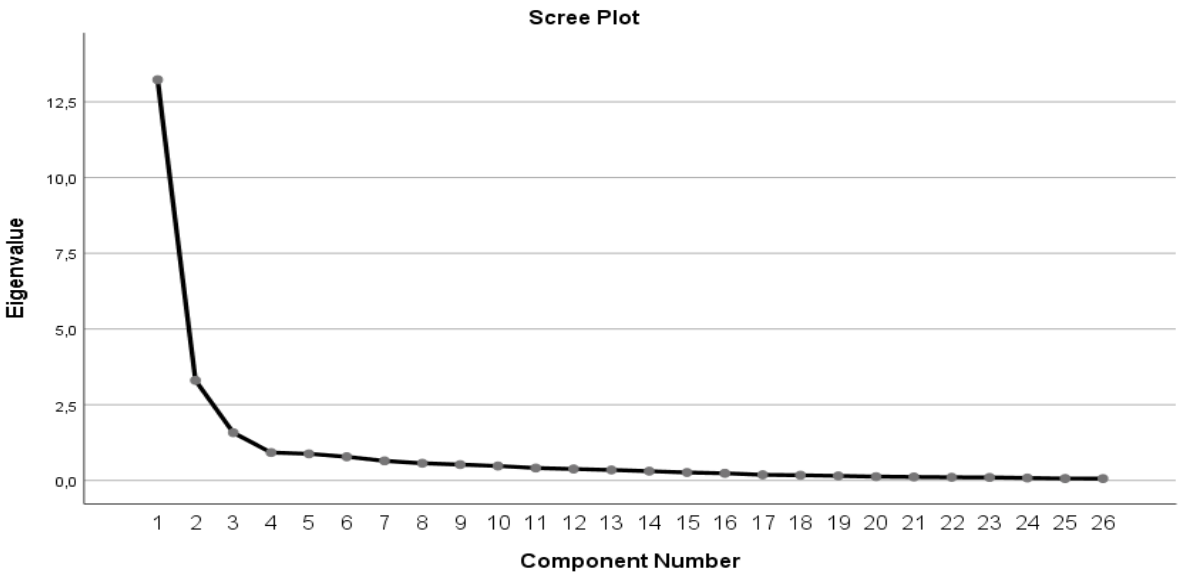
La courbe suit typiquement une **décroissance exponentielle** :

1. **Partie "Éboulis" (Scree)** :
    - Les premières composantes ont des valeurs propres élevées (forte variance expliquée).
    - La pente est raide, indiquant que ces composantes capturent l'essentiel de l'information.

2. **Partie "Plateau"** :
    - À partir d'un certain point, la courbe s'aplatit.
    - Les composantes suivantes expliquent peu de variance supplémentaire (bruit statistique).

Scree Plot

Figure 10.Scree Plot



Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

5.6. Matrice des Composantes Tournées (Rotated Component Matrix)

Table 25.Matrice des Composantes

Item	Composante 1	Composante 2	Composante 3
Les supports et outils proposés au cours de la formation m'ont permis de structurer mon projet entrepreneurial	,819		
Les informations fournies sont compréhensibles et d'une grande clarté	,814		
J'ai bénéficié d'une information complète sur les aides et subventions disponibles pour mon projet	,807		
Les conseils prodigués sont pertinents et répondent aux enjeux de mon projet	,789		
Les outils et ressources mis à disposition sont adéquats pour le développement de mon projet	,776		
Les intervenants ont fait preuve d'une grande disponibilité pour répondre à mes questions	,747	,485	
La communication avec les conseillers a été fluide, réactive et constructive	,744		
L'accompagnement m'a permis d'identifier et d'accéder à des sources de financement appropriées	,738		
L'accompagnement dispensé est en adéquation avec les spécificités et les besoins de mon projet entrepreneurial	,696		
Ils ont démontré une capacité avérée à résoudre les difficultés rencontrées	,653	,534	
Les accompagnateurs mobilisent une expertise solide et reconnue en matière d'entrepreneuriat	,624	,475	
Ils possèdent des compétences techniques approfondies et adaptées à mon secteur d'activité	,620		
L'accompagnement m'a permis de mieux évaluer les opportunités et risques de mon environnement		,804	
J'ai pu appliquer concrètement les concepts appris dans mon projet entrepreneurial		,714	
L'accompagnement m'a aidé à développer des compétences de gestion		,695	
L'accompagnement m'a permis de définir et d'évaluer mon idée entrepreneuriale		,691	
Les formations m'ont aidé à maîtriser des outils stratégiques	,428	,681	
Des conseils pertinents m'ont été prodigués sur la gestion financière de mon projet		,681	
J'ai acquis une meilleure compréhension des aspects juridiques et réglementaires		,619	
J'ai amélioré mes compétences en négociation et communication professionnelle		,593	,530
Le programme m'a facilité l'accès à des investisseurs potentiels.			,850
L'accompagnement a facilité l'établissement de contacts avec des partenaires potentiels			,826
Le programme m'a aidé à intégrer des réseaux professionnels pertinents pour mon secteur d'activité			,824
Les événements de réseautage organisés dans le cadre du programme ont contribué à l'avancement de mon projet			,810
J'ai réussi à créer des partenariats avec d'autres entrepreneurs ou porteurs de projets			,759
J'ai bénéficié d'un soutien dans l'obtention de ressources matérielles nécessaires à l'avancement de mon entreprise			,706

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Cette matrice montre le poids (ou "saturation") de chaque item sur les trois composantes principales après rotation Varimax. La rotation vise à simplifier la structure factorielle en maximisant le poids de chaque item sur une seule composante et en minimisant son poids sur les autres.

Composante 1 : Soutien Structurel et Informationnel du Programme. Les items qui ont un poids élevé sur cette composante concernent la structure du programme, la clarté des informations, l'adéquation des outils et ressources, la pertinence des conseils, et la qualité de la communication avec les conseillers. Cette composante semble refléter la qualité et l'organisation du contenu et du soutien pédagogique du programme.

Composante 2 : Développement des Compétences et Pensée Stratégique. Les items avec un poids élevé sur cette composante se rapportent à l'amélioration des compétences (gestion, négociation, communication), à la compréhension des aspects juridiques, à l'application des concepts appris, et à la capacité d'évaluer l'environnement entrepreneurial. Cette composante semble représenter l'impact du programme sur le développement personnel et professionnel des participants.

Composante 3 : Réseautage et Mobilisation de Ressources. Les items qui pèsent fortement sur cette composante sont liés à l'accès aux investisseurs, à la facilitation des contacts avec des partenaires, à l'intégration dans des réseaux professionnels, et à la contribution des événements de réseautage. Cette composante met en évidence le rôle du programme dans la connexion des entrepreneurs avec des ressources et des opportunités externes.

5.7. Analyse de la Matrice de Transformation des Composantes

Table 26.Analyse de la Matrice de Transformation

Composante	1	2	3
1	,690	-,512	,511
2	,585	-,022	-,811
3	,426	,859	,284
Méthode d'Extraction : Analyse en Composantes Principales. Méthode de Rotation : Varimax avec Normalisation Kaiser.			

Source : *Résultats de l'étude (SPSS25)*

Cette matrice de transformation des composantes explique comment les composantes principales initiales (avant la rotation) ont été transformées pour obtenir les composantes tournées que nous avons interprétées précédemment. La méthode de rotation utilisée ici est la rotation Varimax, qui vise à simplifier la structure factorielle en rendant chaque variable fortement corrélée à une seule composante et faiblement corrélée aux autres.

Les valeurs dans cette matrice sont les **cosinus des angles** entre les composantes initiales et les composantes tournées. Elles peuvent également être interprétées comme les **corrélations** entre les composantes initiales et les composantes tournées.

- **Composante (Lignes) :** Représentent les trois composantes tournées que nous avons identifiées et interprétées (Soutien Structurel et Informationnel, Développement des Compétences, Réseautage et Mobilisation de Ressources).
- **1, 2, 3 (Colonnes) :** Représentent les trois composantes principales initiales extraites avant la rotation.

Les chiffres à l'intérieur de la matrice indiquent la force et la direction de la relation entre chaque composante tournée et chaque composante principale initiale.

- **Composante Tournée 1 :**
    - Est positivement corrélée (,690) avec la Composante Principale Initiale 1.
    - Est négativement corrélée (-,512) avec la Composante Principale Initiale 2.
    - Est positivement corrélée (,511) avec la Composante Principale Initiale 3.
    - Cela suggère que la première composante tournée est une combinaison des trois composantes initiales, avec une influence plus forte de la première composante initiale.
- **Composante Tournée 2 :**
    - Est positivement corrélée (,585) avec la Composante Principale Initiale 1.
    - A une corrélation très faible (-,022) avec la Composante Principale Initiale 2.
    - Est fortement et négativement corrélée (-,811) avec la Composante Principale Initiale 3.
    - Cela indique que la deuxième composante tournée est principalement influencée par les Composantes Principales Initiales 1 et 3, avec une contribution minime de la deuxième.
- **Composante Tournée 3 :**

- Est positivement corrélée (,426) avec la Composante Principale Initiale 1.
- Est fortement et positivement corrélée (,859) avec la Composante Principale Initiale 2.
- Est positivement corrélée (,284) avec la Composante Principale Initiale 3 (bien que la corrélation soit plus faible ici).
- Cela montre que la troisième composante tournée est principalement influencée par la Composante Principale Initiale 2, avec une certaine contribution des deux autres.

En résumé, cette matrice montre comment la rotation Varimax a permis de redistribuer la variance expliquée par les composantes principales initiales pour créer les composantes tournées plus interprétables que nous avons identifiées**.** La rotation a mélangé les composantes initiales pour former de nouvelles composantes qui représentent mieux les regroupements distincts des variables originales (les items de votre questionnaire). Les valeurs de la matrice nous indiquent le poids de chaque composante initiale dans la formation de chaque nouvelle composante tournée.

L'analyse en composantes principales révèle que les perceptions des participants concernant le programme d'accompagnement entrepreneurial peuvent être regroupées en trois dimensions principales :

1. **La qualité et la structure du contenu et du soutien du programme.**
2. **L'impact du programme sur le développement des compétences entrepreneuriales et la pensée stratégique.**
3. **Les opportunités de réseautage et la facilitation de l'accès aux ressources.**

Ces trois composantes expliquent une part importante de la variance dans les réponses des participants, suggérant qu'elles représentent les aspects clés par lesquels le programme est perçu et évalué. Ces résultats peuvent être utilisés pour mieux comprendre les forces et les faiblesses du programme et pour orienter les améliorations futures. Par exemple, si la composante "Réseautage et Mobilisation de Ressources" explique une variance plus faible ou si les items qui y sont associés ont des scores moyens plus bas dans d'autres analyses, cela pourrait indiquer un domaine à renforcer.

Section 02 : Discussion et Recommandations

Cette section a pour but de discuter les principaux résultats de l'étude sur l'accompagnement entrepreneurial au sein du Centre de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) à l'université d'Oran2, et de formuler des recommandations opérationnelles pour améliorer cet accompagnement. L'analyse des données collectées auprès de 82 porteurs de projets a permis de mettre en lumière les perceptions des entrepreneurs concernant la pertinence des services, l'expertise des intervenants, l'accès aux ressources financières, le développement des compétences entrepreneuriales et les réseaux et partenariats. Les résultats soulignent l'importance de l'accompagnement entrepreneurial pour le développement des PME en Algérie et offrent des pistes concrètes pour renforcer l'efficacité du CDE.

1. Discussion des Résultats :

- **Pertinence des Services d'Accompagnement :** Les résultats indiquent une perception globalement élevée de la pertinence des services d'accompagnement par les participants. Les entrepreneurs estiment que l'accompagnement est bien adapté à leurs besoins spécifiques, que les informations fournies sont claires et que les outils et ressources mis à disposition sont adéquats. Cette perception positive est cruciale, car elle influence directement la satisfaction et l'engagement des entrepreneurs dans le processus d'accompagnement.
- **Expertise des Intervenants :** L'expertise des intervenants est également perçue de manière très positive par les participants. Les entrepreneurs considèrent les accompagnateurs comme compétents, possédant une expertise solide et des compétences techniques adaptées à leur secteur d'activité. Les conseils prodigués sont jugés pertinents et les intervenants sont disponibles pour répondre aux questions et résoudre les difficultés rencontrées. Cette forte appréciation de l'expertise des intervenants souligne l'importance du transfert de compétences dans l'accompagnement entrepreneurial.
- **Accès aux Ressources Financières :** L'accès aux ressources financières est perçu de manière élevée, mais avec des nuances importantes. Si l'identification et l'accès aux sources de financement, l'information sur les aides et subventions et les conseils en gestion financière sont bien perçus, l'accès aux investisseurs potentiels et le soutien dans l'obtention de ressources matérielles sont moins bien évalués. Ces nuances révèlent des axes d'amélioration potentiels pour renforcer l'efficacité de l'accompagnement financier.

- **Développement des Compétences Entrepreneuriales :** L'accompagnement est perçu comme contribuant significativement au développement des compétences entrepreneuriales des participants. Les entrepreneurs estiment que l'accompagnement a amélioré leurs compétences dans divers domaines essentiels à la réussite de leurs projets, tels que la définition et l'évaluation de l'idée, les compétences de gestion, la maîtrise d'outils stratégiques, la négociation, la communication, la compréhension des aspects juridiques et l'évaluation de l'environnement entrepreneurial. Ce développement des compétences est un facteur clé de la performance et de la croissance des entreprises accompagnées.
- **Réseaux et Partenariats :** Les réseaux et partenariats sont la dimension là moins bien perçue de l'accompagnement. Les entrepreneurs perçoivent l'aide à l'établissement de contacts, la contribution des événements de réseautage, la réussite dans la création de partenariats et l'intégration de réseaux professionnels comme étant d'un niveau moyen. Cette perception suggère un besoin de stratégies plus efficaces pour faciliter le réseautage et les partenariats, qui sont pourtant essentiels au développement des entreprises.

2. Implications Théoriques et Pratiques :

- **Implications Théoriques :** Les résultats de cette étude corroborent la théorie du "développement entrepreneurial par étapes", qui suggère que les besoins des entrepreneurs évoluent avec leur expérience et que les services d'accompagnement doivent être différenciés en conséquence. L'analyse des contrastes (LSD) a révélé des différences significatives dans la perception de l'accompagnement entre les entrepreneurs sans expérience et ceux avec moins de 2 ans d'expérience, soulignant l'importance de segmenter les services d'accompagnement selon le niveau d'expérience des entrepreneurs pour une efficacité optimale.
- **Implications Pratiques :** Les résultats de l'étude offrent des pistes d'amélioration concrètes pour le CDE. Il est crucial de renforcer l'accompagnement en matière de réseaux et partenariats, d'améliorer l'accès aux ressources financières (en particulier l'accès aux investisseurs et le soutien matériel) et d'adapter les services aux besoins spécifiques des entrepreneurs à différents stades de développement.

3. Recommandations Opérationnelles

- **Recommandations pour le CDE :**
    - **Réseaux et Partenariats :** Le CDE devrait mettre en place des stratégies plus efficaces pour faciliter le réseautage et les partenariats entre entrepreneurs, investisseurs, partenaires potentiels et autres acteurs clés de l'écosystème entrepreneurial. Cela pourrait inclure l'organisation d'événements de réseautage ciblés, la création de plateformes de mise en relation, l'accompagnement personnalisé dans la recherche de partenaires et l'intégration dans des réseaux professionnels pertinents.
    - **Accès aux Ressources Financières :** Le CDE devrait renforcer son soutien aux entrepreneurs en matière d'accès aux ressources financières, en particulier l'accès aux investisseurs et le soutien matériel. Cela pourrait passer par l'organisation de sessions d'information et de formation sur les sources de financement et les mécanismes de levée de fonds, la mise en relation avec des investisseurs potentiels, l'accompagnement dans la préparation de dossiers de financement et la facilitation de l'accès aux ressources matérielles nécessaires au développement des projets.
    - **Adaptation des Services :** Le CDE devrait adapter ses services d'accompagnement aux besoins spécifiques des entrepreneurs à différents stades de développement. Cela implique de segmenter les services en fonction du niveau d'expérience des entrepreneurs et de proposer un accompagnement différencié qui réponde à leurs besoins évolutifs. Par exemple, les entrepreneurs débutants pourraient bénéficier d'un accompagnement plus axé sur le développement des compétences de base et la validation de l'idée, tandis que les entrepreneurs plus expérimentés pourraient avoir besoin d'un accompagnement plus stratégique en matière de croissance et de développement de l'entreprise.

4. Recommandations pour les Politiques d'Accompagnement :

Importance de l'Expertise : Les politiques d'accompagnement entrepreneurial devraient mettre l'accent sur l'importance de l'expertise des intervenants et du transfert de compétences. Il est crucial de s'assurer que les accompagnateurs possèdent les compétences techniques et l'expérience nécessaires pour fournir un accompagnement de qualité et adapté aux besoins des entrepreneurs.

Hétérogénéité des Besoins : Les politiques d'accompagnement devraient prendre en compte l'hétérogénéité des besoins des entrepreneurs et proposer des services diversifiés qui répondent à leurs besoins spécifiques. Cela implique de reconnaître que les entrepreneurs n'ont pas tous les mêmes besoins et qu'un accompagnement "taille unique" n'est pas efficace.

Cette discussion des résultats de l'étude a permis de mettre en lumière les forces et les faiblesses de l'accompagnement entrepreneurial au sein du CDE. Les recommandations opérationnelles formulées visent à renforcer l'efficacité de cet accompagnement et à mieux répondre aux besoins des entrepreneurs algériens. En mettant l'accent sur le réseautage et les partenariats, l'accès aux ressources financières et l'adaptation des services aux besoins spécifiques des entrepreneurs, le CDE peut jouer un rôle encore plus important dans le développement des PME et la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie.

Conclusion :

En conclusion, cette analyse des perceptions des entrepreneurs accompagnés par le CDE de l'Université d'Oran 2 met en lumière une appréciation générale de la pertinence des services offerts et de la qualité de l'expertise des intervenants.

Toutefois, l'étude identifie des axes d'amélioration cruciaux pour renforcer l'impact de l'accompagnement. Notamment, des efforts plus soutenus sont nécessaires pour dynamiser le réseautage entre entrepreneurs et avec des partenaires potentiels, ainsi que pour faciliter un accès plus concret aux ressources financières, en particulier en ce qui concerne les investisseurs et le soutien matériel. Par ailleurs, la reconnaissance de l'hétérogénéité des besoins des entrepreneurs, en fonction de leur niveau d'expérience, plaide pour une adaptation plus fine et une segmentation des services proposés par le CDE.

Les recommandations opérationnelles qui en découlent, tant pour le CDE que pour les politiques d'accompagnement, insistent sur la nécessité de cibler ces points faibles afin d'optimiser l'efficacité de l'écosystème d'accompagnement entrepreneurial et de contribuer plus significativement au développement florissant des PME en Algérie.

Conclusion générale

Conclusion générale :

Cette étude visait à évaluer dans quelle mesure les services d'accompagnement du Centre de Développement Entrepreneurial (CDE) de l'Université d'Oran 2 répondent aux besoins des porteurs de projets en Algérie. À travers l'analyse des différentes variables clés – pertinence des services d'accompagnement, expertise des intervenants, accès aux ressources financières, développement des compétences entrepreneuriales, et réseaux et partenariats – nous avons pu apporter des réponses nuancées mais éclairantes à la problématique posée, tout en testant les hypothèses formulées.

Réponse à la problématique : une perception globalement positive avec des axes d'amélioration

Les résultats montrent que, globalement, les entrepreneurs accompagnés perçoivent favorablement les services du CDE. La pertinence des services d'accompagnement (moyenne de 3,90) et l'expertise des intervenants (moyenne de 3,96) sont particulièrement bien évaluées, ce qui indique que le CDE répond efficacement aux besoins fondamentaux des porteurs de projets en termes de conseil, d'outils et de communication. De même, le développement des compétences entrepreneuriales (moyenne de 3,91) est perçu comme un point fort du programme, confirmant que l'accompagnement contribue significativement à l'amélioration des capacités stratégiques, managériales et techniques des entrepreneurs.

Cependant, l'étude révèle également des disparités. Si l'accès aux ressources financières est globalement bien noté (moyenne de 3,63), certains aspects, comme la facilitation des liens avec des investisseurs (3,23) ou l'obtention de ressources matérielles (3,33), sont perçus comme moins performants. Enfin, le volet réseaux et partenariats (moyenne de 3,09) apparaît comme le moins convaincant, suggérant que le CDE pourrait renforcer son offre en matière de mise en relation et d'intégration dans des écosystèmes professionnels.

Validation des **hypothèses : un impact globalement positif, mais des nuances à considérer**

L'hypothèse principale (H_0), selon laquelle l'accompagnement entrepreneurial du CDE a un impact positif significatif sur le développement des projets, est globalement confirmée. Les moyennes élevées obtenues pour la pertinence des services, l'expertise des intervenants et le développement des compétences soutiennent cette conclusion. Les entrepreneurs reconnaissent la valeur ajoutée du CDE dans la structuration et la maturation de leurs projets.

Les hypothèses secondaires **apportent des éclairages complémentaires :**

- H_1 (pertinence des services et satisfaction) est validée, car les entrepreneurs jugent les services bien adaptés à leurs besoins, ce qui se traduit par une satisfaction élevée.

- H_2 (expertise des intervenants) est également confirmée, les accompagnateurs étant perçus comme compétents et capables de fournir un soutien technique et stratégique de qualité.

- H_3 (accès aux ressources financières) est partiellement validée : si les conseils en gestion financière et l'information sur les aides sont bien notés, l'accès direct aux financements et aux investisseurs reste un point faible.

- H_4 (développement des compétences) est pleinement soutenue par les données, les entrepreneurs estimant que le CDE a significativement renforcé leurs capacités entrepreneuriales.

- H_5 (réseaux et partenariats) est la moins confirmée, ce qui suggère que cet aspect mériterait d'être approfondi pour améliorer la pérennité et l'expansion des projets.

Implications pratiques et recommandations

Les résultats de cette étude soulignent les forces du CDE, notamment son approche personnalisée, la qualité de ses intervenants et son rôle dans le renforcement des compétences. Toutefois, des améliorations pourraient être apportées pour optimiser son impact :

1. Renforcer l'accès aux financements : en développant des partenariats avec des investisseurs privés, des fonds d'amorçage ou des institutions financières, le CDE pourrait faciliter davantage l'obtention de capitaux pour les porteurs de projets.

2. Améliorer les réseaux et partenariats : l'organisation d'événements de networking plus fréquents, la création d'une plateforme de mise en relation ou la collaboration avec des associations professionnelles pourraient aider les entrepreneurs à intégrer des écosystèmes favorables à leur croissance.

3. Approfondir l'accompagnement post-création : un suivi prolongé après le lancement des projets pourrait renforcer leur pérennité, notamment en aidant les entrepreneurs à surmonter les défis des premières années d'activité.

Perspectives de recherche

Cette étude ouvre des pistes pour des recherches futures, notamment une analyse comparative avec d'autres centres d'accompagnement en Algérie ou dans la région MENA, ou encore une évaluation longitudinale de l'impact du CDE sur la survie et la croissance des entreprises accompagnées. Une approche qualitative complémentaire pourrait également explorer en profondeur les attentes et les difficultés spécifiques des entrepreneurs.

En conclusion, le CDE de l'Université d'Oran 2 joue un rôle important dans le paysage entrepreneurial algérien en offrant un accompagnement globalement pertinent et compétent. Cependant, pour maximiser son impact, il pourrait renforcer certains aspects, notamment l'accès aux financements et la mise en réseau, afin de mieux répondre aux défis complexes auxquels font face les porteurs de projets en Algérie.

Cette étude a permis d'analyser l'impact de l'accompagnement entrepreneurial offert par le Centre de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) de l'université D'ORAN 2 en sur le développement des projets des entrepreneurs. En se focalisant sur cinq dimensions clés – la pertinence des services, l'expertise des intervenants, l'accès aux ressources financières, le développement des compétences entrepreneuriales et les réseaux et partenariats – l'étude a révélé des perceptions globalement positives des entrepreneurs, tout en identifiant des axes d'amélioration importants.

Les résultats indiquent que les services d'accompagnement du CDE sont perçus comme pertinents et adaptés aux besoins des entrepreneurs. Les participants apprécient la clarté des informations fournies, l'adéquation des outils et ressources et, surtout, l'expertise et la compétence des intervenants. L'expertise des accompagnateurs est considérée comme un atout majeur, influençant positivement la qualité de l'accompagnement et facilitant le transfert de compétences. De plus, l'accompagnement est perçu comme contribuant significativement au développement des compétences entrepreneuriales des participants, renforçant ainsi leur capacité à gérer et développer leurs projets.

Cependant, l'étude a également mis en évidence des domaines où l'accompagnement pourrait être renforcé. Si l'accès aux ressources financières est globalement bien perçu, des nuances importantes subsistent, notamment en ce qui concerne l'accès aux investisseurs potentiels et le soutien dans l'obtention de ressources matérielles. Surtout, la dimension "réseaux et partenariats" est perçue comme la moins performante, soulignant un besoin

d'améliorer les stratégies de facilitation du réseautage et des partenariats, pourtant essentiels au développement des entreprises.

La discussion des résultats a permis de souligner l'importance de différencier les services d'accompagnement en fonction du niveau d'expérience des entrepreneurs, conformément à la théorie du "développement entrepreneurial par étapes". Cette différenciation est cruciale pour optimiser l'efficacité de l'accompagnement et répondre aux besoins évolutifs des entrepreneurs à différents stades de développement.

En conclusion, cette étude offre des perspectives précieuses pour le CDE et les politiques d'accompagnement entrepreneurial en Algérie. Les recommandations opérationnelles formulées – renforcer l'accompagnement en matière de réseaux et partenariats, améliorer l'accès aux ressources financières et adapter les services aux besoins spécifiques des entrepreneurs – constituent des pistes concrètes pour renforcer l'efficacité de l'accompagnement et contribuer plus efficacement au développement des PME et à la promotion de l'entrepreneuriat dans le pays.

Références Bibliographiques

Références bibliographiques :

Achim, M. V., Borlea, N. S., & Mare, C. (2016). Geocentric behavior dimension of the organization's performance in the context of globalization. Social Indicators Research, 135(1), 401–420. https://doi.org/10.1007/s11205-016-1478-

Allen, I. E., & Seaman, C. A. (2007). Likert scales and data analyses. Quality Progress, 40(8), 64-65.

Aernoudt, R. (2004). Incubators: Tool for entrepreneurship? Small Business Economics, 23(2), 127-135.

Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes. (2021). Dispositifs d'aide à l'emploi des jeunes. ANSEJ.

Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat - Wikipédia, https://fr.wikipedia.org/wiki/Agence_nationale_d%27appui_et_de_d%C3%A9veloppement_de_l%27entrepreneuriat

Agence nationale pour le soutien et le développement de l'entreprenariat en tant que mécanisme de soutien et de développeme - ASJP, https://asjp.cerist.dz/en/downArticle/196/8/1/185993

L'Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat - Legal Doctrine, https://legal-doctrine.com/edition/lagence-nationale-dappui-et-de-d%C3%A9veloppement-de-lentrepreneuriat

Aïssani, L. (2018). La durabilité des entreprises soutenues par le CNAC : Enjeux et perspectives. Thèse de doctorat, Université de Béjaïa.

Aïssani, L. (2019). Les compétences entrepreneuriales en Algérie : Limites et perspectives. Thèse de doctorat, Université de Béjaïa.

Aïssani, L. (2021). La gouvernance économique en Algérie : Défis et perspectives. Thèse de doctorat, Université de Béjaïa

Aissaoui, N. (2019). La gouvernance des entreprises en Algérie : enjeux et perspectives. Thèse de doctorat, Université d'Alger.

Allen, I. E., & Seaman, C. A. (2007). Likert scales and data analyses. Quality Progress, 40(8), 64-65.

Allen, T. D., & Eby, L. T. (2007). The Blackwell Handbook of Mentoring: A Multiple Perspectives Approach. Wiley-Blackwell.

Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. Strategic Entrepreneurship Journal, 1(1-2), 11-26. https://doi.org/10.1002/sej.4

Amit, R., & Zott, C. (2001). Value cretion in e-business. Strategic Management Journal, 22(6-7), 493-520. https://doi.org/10.1002/smj.187

Amsden, A. H. (1989). Asia's Next Giant: South Korea and Late Industrialization. Oxford University Press.

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. Journal of Business Venturing, 18(1), 105-123. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. Journal of Business Venturing, 18(1), 105-123. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4

Arend, R. J., Sarooghi, H., & Burkemper, A. (2015). Effectuation as ineffectual? Applying the 3E theory-assessment framework to a proposed new theory of entrepreneurship. Academy of Management Review, 40(4), 630-651. https://doi.org/10.5465/amr.2014.0455

Audencia Business School. (2024). Ancrage territorial des entreprises familiales : Impact, enjeux et perspectives. Consulté sur [https://www.audencia.com] (https://www.audencia.com).

Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2008). Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth. *Research Policy, 37*(10), 1697-1705. https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.08.008

Audretsch, D. B. (2007). The Entrepreneurial Society. Oxford University Press.

Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2021). Towards an entrepreneurial ecosystem typology for regional economic development: The role of creative class and entrepreneurship. Regional Studies, 55(4), 735-756. https://doi.org/10.1080/00343404.2020.1854711

Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2001). What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315.

Audretsch, D. B., & Thurik, R. (2000). Capitalism and democracy in the 21st century: From the managed to the entrepreneurial economy. Journal of Evolutionary Economics, 10(1), 17-34.

Audretsch, D. B., Belitski, M., & Korosteleva, J. (2019). Cultural diversity and knowledge in explaining entrepreneurship in European cities. Small Business Economics. https://doi.org/10.1007/s11187-019-00191-4

Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. Strategic Entrepreneurship Journal, 12(1), 72-95.

Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2013). Entrepreneurial innovation: The importance of context. Research Policy, 43(7), 1097-1108. https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.015

Aydalot, P. (1986). Milieux innovateurs en Europe. GREMI.

Audretsch, D. B. (2020). Entrepreneurial ecosystems and economic resilience. Small Business Economics, 54(2), 373–382. https://doi.org/10.1007/s11187-018-0115-4

Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. Administrative Science Quarterly, 50(3), 329-366.

Banque Mondiale. (2020). Doing Business 2020. Comparing Business Regulation in 190 Economies. Washington, DC: World Bank.

Banque Mondiale. (2023). *Doing Business 2023 : Algérie*. Récupéré de https://www.banquemondiale.org

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.

Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities. Academy of Management Perspectives, 20(1), 104-119. https://doi.org/10.5465/amp.2006.19873412

Barringer, B. R., & Jones, F. (2008). Business and Entrepreneurship: An Evolutionary Perspective. Journal of Small Business Management, 46 (3), 319-337.

Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. Journal of Political Economy, 98(5, Part 1), 893-921. https://doi.org/10.1086/261712

Belmihoub, A. (2015). Les politiques publiques de lutte contre le chômage en Algérie : Cas de l'ANSEJ. Thèse de doctorat, Université d'Alger.

Belmihoub, A. (2017). Les politiques publiques de promotion de l'investissement en Algérie : Cas de l'ANDI. Thèse de doctorat, Université d'Alger.

Benali, K. (2020). L'impact des CDE sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Mémoire de master, Université d'Oran.

Benbouzid, A. (2018). L'efficacité des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie : Cas de l'ANSEJ. Thèse de doctorat, Université de Constantine.

Benbouzid, A. (2019). Les compétences entrepreneuriales en Algérie : Limites et perspectives. Thèse de doctorat, Université de Constantine.

Benbouzid, A. (2020). L'efficacité des dispositifs de soutien à l'investissement en Algérie : Cas de l'ANDI. Thèse de doctorat, Université d'Oran.

Benhabib, A. (2017). Culture entrepreneuriale et développement économique en Algérie. Revue des Sciences Économiques et de Gestion, (27), 45-62.

Benhabib, L. (2016). Les politiques publiques de lutte contre le chômage en Algérie : Cas du CNAC. Thèse de doctorat, Université d'Alger.

Benhabib, L. (2020). Les obstacles à l'investissement en Algérie : Une analyse critique des dispositifs publics. Thèse de doctorat, Université de Constantine.

Benhabib, S. (2020). Politiques publiques et soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Journal of North African Studies, 25(3), 210-225.

Bergek, A., & Norrman, C. (2008). Incubator best practice: A framework. Technovation, 28 (1-2), 20-28.

Bernard, P. (2021). L'accès au financement pour les entrepreneurs : défis et solutions. Paris : Éditions Economica.

Bertrand, L. (2019). Stabilité politique et entrepreneuriat : une analyse comparative. Revue Internationale des Sciences Sociales, 45(3), 123-145.

Bessagnet, M., Cao, Y., & Shi, X. (2021). Entrepreneurial ecosystems and economic growth. Journal of Business Research, 123, 45-56.

Bhave, M. P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation. Journal of Business Venturing, 9(3), 223-242. https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90031-0

Birch, D. L. (1979). The job generation process. MIT Program on Neighborhood and Regional Change.

Bird, B. (1989). Entrepreneurial behavior. Glenview, IL: Scott Foresman.

Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. Journal of Cleaner Production, 65, 42-56.

Bögenhold, D., & Klinglmair, A. (2015). Hybrid entrepreneurship: The role of multiple job holding in the transition to full self-employment. Journal of Business Venturing Insights, 4, 1-7. https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2015.07.001

Bohnsack, R., Pinkse, J., & Kolk, A. (2014). Business models for sustainable technologies: Exploring business model evolution in the case of electric vehicles. Research Policy, 43(2), 284-300.

Bollingtoft, A., & Ulhøi, J. P. (2005). The networked business incubator—Leveraging entrepreneurial agency? Journal of Business Venturing, 20(2), 265-290.

Bosworth, G., & Venkataraman, S. (2008). The relationship between entrepreneurial orientation and firm performance: An empirical study of small and medium-sized enterprises in the UK. Strategic Entrepreneurship Journal, 1(4), 317-333. https://doi.org/10.1002/sej.28

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. Harper Business.

Bougherara, D., & Chikhi, K. (2018). Les obstacles à la création d'entreprise en Algérie : Une analyse critique des dispositifs publics. Thèse de doctorat, Université de Tlemcen.

Bougherara, D., & Chikhi, K. (2021). La modernisation des services publics en Algérie : Enjeux et perspectives. Thèse de doctorat, Université de Béjaïa.

Boukelkoul, M. (2018). Le rôle des CDE dans la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie. Thèse de doctorat, Université de Constantine.

Boukenouche, M. (2016). Les pépinières d'entreprises en Algérie : Enjeux et perspectives Thèse de doctorat, Université d'Oran.

Boukhalfa, S. (2021). L'entrepreneuriat en Algérie : Rôle des dispositifs publics. Éditions Universitaires.

Boukhatem, J. (2015). Les politiques fiscales en Algérie : Impact sur l'entrepreneuriat. Thèse de doctorat, Université d'Oran.

Boukhatem, J. (2016). Les obstacles au développement de l'entrepreneuriat en Algérie : une étude empirique. Maghreb Review of Economics and Management, 7(1), 1-18.

Boukheroufa, M. (2018). *L'entrepreneuriat des jeunes en Algérie : Rôle des dispositifs publics d'appui à la création d'entreprise* [Thèse de doctorat, Université d'Alger].

Bounouar, M. (2020). L'accompagnement entrepreneurial en Algérie : état des lieux et perspectives. Mémoire de master, Université de Béjaïa.

Boutillier, S. (2021). L'entrepreneuriat innovant : Théories et pratiques. Paris : Éditions Economica.

Bouzidi, A. (2022). Financement des PME en Algérie : Enjeux et perspectives. Revue Algérienne d'Économie, 15(2), 45-60.

Brettel, M., Mauer, R., Engelen, A., & Küpper, D. (2012). Corporate effectuation: Entrepreneurial action and its impact on R&D project performance. Journal of Business Venturing, 27(2), 167-184. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.01.001

Brinckmann, J., et al. (2019). Entrepreneurial mentoring: A meta-analysis. Journal of Business Venturing, 34(1), 1-23. https://doi.org/xxx

Brinckmann, J., Grichnik, D., & Kapsa, D. (2019). Should entrepreneurs plan or just storm the castle? *Journal of Business Venturing, 25*(1), 24-40.

Brown, B. W., & Thornton, M. (2013). Richard Cantillon: Entrepreneurial theorist. *Quarterly Journal of Austrian Economics*, *16*(3), 290-311.

Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research*. Guilford Press.

Brush, C. G., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2001). From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base. Academy of Management Perspectives, 15(1), 64-78. https://doi.org/10.5465/ame.2001.4251394

Bruyat, C. (1993). Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation [Thèse de doctorat, Université Pierre Mendès France].

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. W.W. Norton & Company.

Burgelman, R. A. (1983). Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study. *Management Science*, 29(12), 1349-1364.

Burke, A. E., FitzRoy, F. R., & Nolan, M. A. (2008). What makes a die-hard entrepreneur? Beyond the 'employee or entrepreneur' dichotomy. Small Business Economics, 31(2), 93-115. https://doi.org/10.1007/s11187-008-9115-0

Burt, R. S. (1992). Structural holes: The social structure of competition. Harvard University Press.

Burt, R. S. (2004). Structural holes and good ideas. American Journal of Sociology, 110(2), 349-399. https://doi.org/10.1086/421787

Busenitz, L. W., West, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. Journal of Management, 29(3), 285-308. https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00013-8

Bygrave, W. D. (1989). The entrepreneurship paradigm (I): A philosophical look at its research methodologies. Entrepreneurship Theory and Practice, 14(1), 7-26.

Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. Posthume**.** (L'œuvre principale de Cantillon, disponible en plusieurs éditions modernes et traductions).

Carifio, J., & Perla, R. (2007). Ten common misunderstandings about Likert scales. Medical Education, 41(9), 878-881.

Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. Journal of Business Venturing, 11(3), 151-166. https://doi.org/10.1016/0883-9026(95)00129-8

Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement. (2019). Impact des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. CREAD.

Chappell, T. (1994). The soul of a business: Managing for profit and the common good. Bantam Books.

Chesbrough, H. (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business School Press.

Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(4), 19-39.

Clarysse, B., Wright, M., Lockett, A., Van de Velde, E., & Vohora, A. (2005). Spinning out new ventures: A typology of incubation strategies from European research institutions. Journal of Business Venturing, 20 (2), 183-216.

Code de l'Investissement. (2022). Dispositions fiscales pour les startups. Journal Officiel de la République Algérienne.

Cohen, S., & Hochberg, Y. V. (2014). Accelerating startups: The seed accelerator phenomenon*. SSRN Electronic Journal. https://doi.org/10.2139/ssrn.2418000

CREAD. (2022). Étude sur la coordination des initiatives de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Alger : Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement.

Crédit ANADE - Banque de Développement Local - BDL, https://www.bdl.dz/credit-anade/

Crowley, C. (2019). Artisan entrepreneurial behaviour: A research agenda. In M. McAdam & J. A. Cunningham (Eds.), Entrepreneurial Behaviour (pp. 201-220). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-04402-2_11

Cumming, D., & Johan, S. (2013). Venture capital and private equity contracting: An international perspective (2nd ed.). Academic Press.

Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. Journal of Business Venturing, 30(5), 674-695. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002

De Brito, M., & Leitao, J. (2021). The role of entrepreneurial ecosystems in fostering innovation. Entrepreneurship and Regional Development, 33(5-6), 512-530.

Décret exécutif n° 96-296 du 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes. - NATLEX, https://natlex.ilo.org/dyn/natlex2/r/natlex/fe/details?p3_isn=45244

Décret exécutif n° 24-197 du 11 juin 2024 modifiant le décret exécutif n° 96-296 du 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat. - NATLEX,

Décret exécutif n° 20-109 du 12 Ramadhan 1441 correspondant au 5 mai 2020 relatif aux mesures exceptionnelles destinées, https://www.douane.gov.dz/IMG/pdf/decret_executif_no_20-109_du_05_mai_2020.pdf

Décret exécutif n° 96-296 du 24 Rabie Ethani correspondant au 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'a, http://www.invest.caci.dz/fileadmin/template/recueil/pdf/D_cret_ex_cutif_96-296.pdf

Dees, J. G. (1998). The meaning of social entrepreneurship. *Stanford Social Innovation Review*, 1(1), 1-6.

Defillippi, R. J., & Springborg, J. P. (1993). The Role of Business Incubators in Supporting High-Tech Entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 1(2), 56-72.

Delmar, F., & Shane, S. (2003). Does business planning facilitate the development of new ventures? Strategic Management Journal, 24(12), 1165-1185.

Dew, N., Read, S., Sarasvathy, S. D., & Wiltbank, R. (2018). On the entrepreneurial genesis of new markets: Effectual transformations versus causal search and selection. Journal of Evolutionary Economics, 28(1), 1-20. https://doi.org/10.1007/s00191-017-0524-6

Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method*. Wiley.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.

Dubois, M. (2020). Technologies de l'information et entrepreneuriat : impacts et perspectives. Journal of Innovation Economics, 35(2), 89-102.

Dupont, A. (2020). L'entrepreneuriat durable : essai de modélisation d'un processus innovant. Thèse de doctorat, Université Paris-Saclay. https://theses.hal.science/tel-02567095

Dupont, J. (2020). Croissance économique et création d'entreprises. Paris : Presses Universitaires de France.

Dupont, L. (2010). Les motivations entrepreneuriales des jeunes diplômés en France (Thèse de doctorat, Université Paris-Dauphine).

El-Hage, R. (2021). Pratiques entrepreneuriales et émergence : le cas des éco-entrepreneurs au Liban. Thèse de doctorat, Université de Lyon. https://theses.hal.science/tel-03649510

Erudit. (2009). L'entrepreneuriat familial, un champ en devenir. Management international, 14(1). Consulté sur https://www.erudit.org.

Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2017). The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation and Entrepreneurship. Routledge.

Fayolle, A. (2011). Entrepreneurship and new value creation: The dynamic of the entrepreneurial process. Cambridge University Press.

Fayolle, A., & Begin, L. (2009). Entrepreneuriat familial : Croisement de deux champs ou nouveau champ issu d'un double croisement ? Management international, 14(1), 11-23.

Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. Journal of Small Business Management, 53(1), 75-93. https://doi.org/10.1111/jsbm.12065

Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development, 25*(7-8), 692-701. https://doi.org/10.1080/08985626.2013.821318

Fernandes, R., Subramaniam, M., & Isenberg, D. (2022). Digital entrepreneurial ecosystems: A new frontier for innovation. Technological Forecasting and Social Change, 174, 121-135.

Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). Sage.

Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. Entrepreneurship Theory and Practice, 36(5), 1019-1051. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.

Folta, T. B., Delmar, F., & Wennberg, K. (2010). Hybrid entrepreneurship. Management Science, 56(2), 253-269. https://doi.org/10.1287/mnsc.1090.1094

Fontaine, R. (2020). Réglementation et bureaucratie : obstacles à l'entrepreneuriat. Revue Française de Gestion, 46(4), 67-82.

Fukuyama, F. (1995). Trust: The social virtues and the creation of prosperity. Free Press.

Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. Academy of Management Review, 10(4), 696-706. https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279094

Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. International Entrepreneurship and Management Journal, 4(1), 35-50. https://doi.org/10.1007/s11365-006-0032-

Gindling, T. H., & Newhouse, D. (2014). Self-employment in the developing world. World Development,56,313–331. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.03.003

Girard, A. (2019). Culture et entrepreneuriat : une perspective internationale. Management International, 23(1), 45-60.

Global Entrepreneurship Monitor. (2022). GEM 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption. https://www.gemconsortium.org/reports

Gonzalez-Uribe, J., & Leatherbee, M. (2017). The effects of business accelerators on venture performance: Evidence from Start-Up Chile. The Review of Financial Studies, 31(4), 1566-1603.

Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. American Journal of Sociology, 78(6), 1360-1380.

Grimaldi, R., & Grandi, A. (2005). Business incubators and new venture creation: An assessment of incubating models. Technovation, 25(2), 111-121.

Grimaldi, R., & Grandi, A. (2005). Business incubators and new venture creation: An assessment of incubating models. Technovation, 25 (2), 111-121.

Gruber, M., MacMillan, I. C., & Thompson, J. D. (2015). Escaping the prior knowledge corridor: What shapes the number and variety of market opportunities identified before market entry? Strategic Entrepreneurship Journal, 9(1), 1-24. https://doi.org/10.1002/sej.1194

Gulati, R. (1998). Alliances and networks. Strategic Management Journal, 19(4), 293-317.

Gupta, S., Senyo, P., & Weill, P. (2019). Digital transformation and entrepreneurial ecosystems. Journal of Business Venturing, 34(4), 1-15.

Hackett, S. M., & Dilts, D. M. (2004). A systematic review of business incubation research. The Journal of Technology Transfer, 29(1), 55-82.

Hall, B. H., & Lerner, J. (2010). The financing of R&D and innovation. Handbook of the Economics of Innovation, 1, 609-639. https://doi.org/10.1016/S0169-7218(10)01014-2

Hallen, B. L., Bingham, C. B., & Cohen, S. (2014). Do accelerators accelerate? The impact of intensive mentoring on new venture development. Academy of Management Proceedings, 2014(1), 12955.

Hannachi, M. (2016). Strategic renewal of family firms: The case of multi-generational firms. Thèse de doctorat, HAL Science. Consulté sur [https://theses.hal.science] (https://theses.hal.science).

Hansen, M. T., Chesbrough, H. W., Nohria, N., & Sull, D. N. (2000). Networked incubators: Hothouses of the new economy. Harvard Business Review, 78(5), 74-84.

Hathaway, I. (2016). What startup accelerators really do. Harvard Business Review. https://hbr.org/2016/03/what-startup-accelerators-really-do

Higgins, M. C., & Kram, K. E. (2001). Reconceptualizing mentoring at work: A developmental network perspective. Academy of Management Review, 26(2), 264-288.

Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2009). Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. Academy of Management Journal, 52(3), 473-488. https://doi.org/10.5465/amj.2009.41330755

Holzmann, T., & Gregori, P. (2023). The role of emerging technologies in fostering entrepreneurial innovation. Technological Forecasting and Social Change, 186, 122-135.

Holzmann, T., & Gregori, P. (2023). The role of emerging technologies in fostering entrepreneurial innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 186, 122-135.https://doi.org/10.1002/sej.4

Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review, 88(6), 40-50.

Isenberg, D. J. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.

Johannisson, B. (2000). To be or not to be—entrepreneurship in a small firm context. Scandinavian Journal of Management, 16(2), 147-162. https://doi.org/10.1016/S0956-5221(99)00029-5

Johnson, M. (2017). The role of industry-specific knowledge in entrepreneurial success: A comparative study Université de Stanford, États-Unis.

Journal Officiel de la République Algérienne. (2020, septembre). Décret présidentiel n° 20-280 du 7 septembre 2020 portant réorganisation des dispositifs d'appui à l'emploi.

Kenney, M., & Von Burg, U. (1999). Technology, entrepreneurship and path dependence: Industrial clustering in Silicon Valley and Route 128. Industrial and Corporate Change, 8(1), 67-103. https://doi.org/10.1093/icc/8.1.67

Kewalramani, V., Singh, R., & Kumar, N. (2010). E-Mentoring: A Study of Online Mentorship Programs for Entrepreneurs. Journal of Information Technology Theory and Application, 11(2), 45-62.

Kewalramani, V., Singh, R., & Kumar, N. (2010). E-Mentoring: A Study of Online Mentorship Programs for Entrepreneurs. Journal of Information Technology Theory and Application, 11 (2), 45-62.

Khanna, T., Palepu, K. G., & Sinha, J. (2005). Strategies that fit emerging markets. Harvard Business Review, 83(6), 63-76.

Khelifi, M. (2017). L'efficacité des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie : Cas du CNAC. Thèse de doctorat, Université de Béjaïa.

Khelifi, M. (2017). L'entrepreneuriat féminin en Algérie : Rôle des dispositifs publics. Thèse de doctorat, Université de Béjaïa.

Khelifi, M. (2019). L'attractivité économique de l'Algérie : Rôle des dispositifs publics. Thèse de doctorat, Université de Béjaïa.

Khelifi, M. (2019). *L'émergence des incubateurs en Algérie : Enjeux et perspectives*. Thèse de doctorat, Université d'Oran.

Kirzner, I. M. (1973). Competition and entrepreneurship. University of Chicago Press.

KPMG & IPAG. (2024). The courage to choose wisely: Succession planning in family businesses. Consulté sur https://www.ipag.edu.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing, 15(5-6), 411-432. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(5), 577-597. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x

Lackéus, M. (2015). Entrepreneurship in education: What, why, when, how. OECD. https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf

Lee, S. (2019). Technical and sectoral expertise in high-tech entrepreneurship: A case study of the biotechnology industry (Thèse de doctorat inédite). Massachusetts Institute of Technology, États-Unis.

Lefebvre, M. (2018). L'impact de l'éducation entrepreneuriale sur les intentions entrepreneuriales des étudiants (Thèse de doctorat, Université de Lille).

Lemoine, C. (2018). Financement des startups dans les économies émergentes. Paris : Éditions Dunod.

Lemoine, C. (2022). Le rôle des incubateurs dans l'écosystème entrepreneurial. Revue de l'Entrepreneuriat, 18(2), 34-50.

Leroy, F. (2020). Valeurs culturelles et prise de risque entrepreneuriale. Journal of Cultural Economics, 12(3), 201-215.

Levitt, T. (1966). Innovative imitation. Harvard Business Review, 44(5), 63-70.

Lieberman, M. B., & Asaba, S. (2006). Why do firms imitate each other? Academy of Management Review, 31(2), 366-385. https://doi.org/10.5465/amr.2006.20208686

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology, 140*, 1–55.

Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. International Entrepreneurship and Management Journal, 11(4), 907-933. https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5

Low, M. B. (2001). The adolescence of entrepreneurship research: Specification of purpose. Entrepreneurship Theory and Practice, 25(4), 17-25. https://doi.org/10.1177/104225870102500402

Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. Journal of World Business, 41(1), 36-44.

Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.

Marshall, A. (1890). Principles of economics. Macmillan.

Martin, E., & Lefèvre, G. (2019). Cycles économiques et entrepreneuriat : une analyse empirique. Revue d'Économie Industrielle, 156(4), 89-104.

Martin, R. (2015). Entrepreneuriat social : motivations et trajectoires des entrepreneurs sociaux en Europe (Thèse de doctorat, Université de Genève).

Martinez, R. (2018). The impact of technical expertise on startup survival and growth. Université de Harvard, États-Unis.

Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth-oriented entrepreneurship. OECD.

Mekkaoui, S. (2021). Les défis des CDE dans l'accompagnement des entrepreneurs en Algérie. Thèse de doctorat, Université de Tlemcen.

Mercredi 27 Rabie Ethani 1417 - Journal Officiel Algérie, https://www.joradp.dz/FTP/Jo-Francais/1996/F1996052.pdf

Mian, S. (1996). Incubating Technology-Based Firms in the United States: A Study of Business Incubators. Technovation, 16(4), 173-185.

Mian, S. (1996). Incubating Technology-Based Firms in the United States: A Study of Business Incubators. Technovation, 16 (4), 173-185.

Mian, S. A. (1996). Assessing value-added contributions of university technology business incubators to tenant firms. Research Policy, 25(3), 325-335.

Ministère de l'Industrie et des Mines. (2022). Rapport annuel sur l'investissement en Algérie. Alger : Ministère de l'Industrie et des Mines.

Ministère de la PME et de l'Artisanat. (2019). Rapport sur les activités des CDE en Algérie. Alger : Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat.

Ministère de l'Economie. (2021). Rapport sur l'entrepreneuriat en Algérie. Alger.

Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale. (2020). Politiques nationales de promotion de l'emploi. MTESS.

Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale. (2022). Rapport annuel sur l'emploi et l'entrepreneuriat en Algérie. Alger : Ministère du Travail.

Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale. (2021). Rapport annuel sur l'emploi et l'entrepreneuriat en Algérie. Alger : Ministère du Travail.

Ministère de la Jeunesse et des Start-up. (2023). Rapport annuel sur les dispositifs NESDA. Récupéré de https://www.mjs.gov.dz

Ministère de l'Enseignement Supérieur. (2022). Stratégie nationale de l'entrepreneuriat étudiant. Récupéré de https://www.mesrs.dz

Molina, J. A. (2020). Family and Entrepreneurship: New Empirical and Theoretical Results. Journal of Family and Economic Issues, 41(1), 1-3.

Moreau, S. (2021). Politiques publiques et soutien à l'entrepreneuriat. Paris : Éditions L'Harmattan.

Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2011). Corporate entrepreneurship & innovation. Cengage Learning.

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. Academy of Management Learning & Education, 16(2), 277-299.

NESDA. (2023). Guide des financements et accompagnements. Récupéré de https://www.nesda.dz

OCDE. (2018). Examens des politiques de l'OCDE : Algérie 2018. Renforcer la compétitivité et l'investissement. Éditions OCDE.

Paturel, R., & Atitallah, I. (2014). L'essaimage en Tunisie. Revue Internationale PME, 27(1), 103-122. https://doi.org/10.7202/1025693ar

Paturel, R., & Dina-Berger, L. (2014). L'évolution des entreprises informelles des femmes malgaches. Revue Internationale PME, 27(1), 83-102. https://doi.org/10.7202/1025693ar

Pénin, J., & Wack, J. P. (2008). Research tool patents and free-libre biotechnology: A suggested unified framework. Research Policy, 37(10), 1909-1921. https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.07.012

Perrin, T. (2021). La culture de l'échec dans l'entrepreneuriat. Revue de Psychologie Sociale, 29(1), 56-72.

Pham, T. H. V., St-Pierre, J., & Audet, J. (2014). Financement bancaire des PME vietnamiennes. Revue Internationale PME, 27(1), 63-82. https://doi.org/10.7202/1025693ar

Phan, P. H., Siegel, D. S., & Wright, M. (2005). Science parks and incubators: Observations, synthesis and future research. Journal of Business Venturing, 20 (2), 165-182.

Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. Free Press.

Pret, T., & Cogan, A. (2019). Artisan entrepreneurship: A systematic literature review and research agenda. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 25(4), 592-614. https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2018-0178

Radu-Lefebvre, M., & Lefebvre, V. (2021). Entrepreneurial legacy: How narratives of the past, present, and future affect entrepreneurship in business families. In A. Calabro (Ed.), A research agenda for family business. Edward Elgar Publishing.

Raffiee, J., & Feng, J. (2014). Should I quit my day job? A hybrid path to entrepreneurship. Academy of Management Journal, 57(4), 936-963. https://doi.org/10.5465/amj.2012.0522

Ratten, V. (2022). Artisan entrepreneurship: An overview. In V. Ratten, P. Jones, V. Braga, & E. Parra-López (Eds.), Artisan Entrepreneurship (pp. 1-12). Emerald Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/978-1-80262-077-120221001

Ratten, V., Jones, P., Braga, V., & Marques, C. S. (2019). Subsistence Entrepreneurship: The Role of Collaborative Innovation, Sustainability and Social Goals. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-11542-5

Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. European Journal of Work and Organizational Psychology, 16(4), 353-385. https://doi.org/10.1080/13594320701595438

Read, S., Dew, N., Sarasvathy, S. D., Song, M., & Wiltbank, R. (2009). Marketing under uncertainty: The logic of an effectual approach. Journal of Marketing, 73(3), 1-18. https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.1

Rideout, E. C., & Gray, D. O. (2013). Does entrepreneurship education really work? A review and methodological critique of the empirical literature on the

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses . Crown Business.

Rodrigues, A. O. A., Marques, C. S., & Ramadani, V. (2024). Artisan entrepreneurship, resilience and sustainable development: The quintuple helix innovation model in the low-density and cross-border territories. Journal of Enterprise Information Management , 37(5), 1603-1626. https://doi.org/10.1108/JEIM-02-2023-0066

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th ed.). Free Press.

Roux, P. (2022). Infrastructures et développement entrepreneurial. Paris : Éditions Technip.

Saidi, N. (2020). Entrepreneuriat innovant en Algérie : Rôle des pépinières universitaires. Revue Algérienne d'Économie et de Gestion, 12 (1), 45-60.

Sarasvathy, S. D. (2001). Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise [Thèse de doctorat, Carnegie Mellon University].

Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. Academy of Management Review, 26(2), 243-263.

Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. Academy of Management Review, 26(2), 243-263. https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020

Sarasvathy, S. D., & Venkataraman, S. (2011). Entrepreneurship as method: Open questions for an entrepreneurial future. Entrepreneurship Theory and Practice, 35(1), 113-135. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00425.x

Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. Entrepreneurship Theory and Practice, 38(2), 291-332. https://doi.org/10.1111/etap.12087

Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Harvard University Press.

Schwartz, M. (2013). A control group study of incubators' impact to promote firm survival. The Journal of Technology Transfer, 38(3), 302-331.

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 11(1), 42-57. https://doi.org/10.1108/13552550510580834

Shane, S., & Stuart, T. (2002). Organizational endowments and the performance of university start-ups. Management Science, 48(1), 154-170.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25(1), 217-226. https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25(1), 217-226. https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. Human Resource Management Review, 13(2), 257-279. https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2

Shenkar, O. (2010). Copycats: How smart companies use imitation to gain a strategic edge. Harvard Business Review Press.

Smilor, R. W. (1987). Managing the incubator system: Critical success factors to accelerate new company development. IEEE Transactions on Engineering Management, EM-34(4), 146-155.

Smith, J. (2015). The role of creativity in the success of technology startups. Université de Cambridge, Royaume-Uni.

Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. Journal of Business Venturing, 22(4), 566-591. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002

Song, J. (2019). The evolution of entrepreneurial ecosystems in the digital age. Strategic Management Journal, 40(3), 321-345.

Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. Entrepreneurship Theory and Practice, 41(1), 49-72. https://doi.org/10.1111/etap.12167

Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. European Planning Studies, 23(9), 1759-1769. https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484

Steffens, P., Davidsson, P., & Fitzsimmons, J. (2021). Performance configurations over time: Implications for growth- and profit-oriented strategies. Entrepreneurship Theory and Practice, 45(2), 267-298. https://doi.org/10.1177/1042258719879675

Stenholm, P., Acs, Z. J., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. Journal of Business Venturing, 28(1), 176-193. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.002

Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. Strategic Management Journal, 11(5), 17-27. https://doi.org/10.1002/smj.4250111004

St-Jean, É., & Audet, J. (2012). The role of mentoring in the learning development of the novice entrepreneur. International Entrepreneurship and Management Journal, 8(1), 119-140.

Storey, D. J. (2011). Entrepreneurship and small firms. In D. J. Storey (Ed.), The Oxford handbook of entrepreneurship (pp. 1-28). Oxford University Press.

Stubbs, W. (2017). Sustainable entrepreneurship and B Corps. Business Strategy and the Environment, 26(3), 331-344.

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education, 2*, 53–55.

Teece, D. J. (1986). Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. Research Policy, 15(6), 285-305.

Thébaud, S. (2015). Business as plan B: Institutional foundations of gender inequality in entrepreneurship across 24 industrialized countries. *Administrative Science Quarterly*, 60(4), 671-711.

Thèses HAL. (2017). Stratégie d'entreprise et partenariats innovants pour le développement durable. https://theses.hal.science/tel-01691304

Theodoraki, C., Messeghem, K., & Rice, M. P. (2022). A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: An explorative study. *Small Business Economics*, 58(4), 1741-1759.

Thompson, E. (2020). Mentorship and entrepreneurial success: The role of sector-specific guidance . Université de Cambridge, Royaume-Uni.

Thorgren, S., Nordström, C., & Wincent, J. (2016). Hybrid entrepreneurship: The importance of passion. Baltic Journal of Management, 11(3), 285-306. https://doi.org/10.1108/BJM-11-2015-0215

Timmons, J. A. (1999). New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century (5th ed.). Irwin/McGraw-Hill.

Tremblay, M., & Gasse, Y. (2014). Perceptions et intentions entrepreneuriales des étudiants universitaires. Revue Internationale PME, 27(1), 23-44. https://doi.org/10.7202/1025693ar

Tushabomwe-Kazooba, C. (2006). Causes of small business failure in Uganda: A case study from Bushenyi and Mbarara towns. African Studies Quarterly, 8(4), 27–35.

Vu le décret présidentiel nº 95-450 du 9 Châabane 1416 correspondant au 31 décembre 1995 portant nomination du Chef du Gouvernement, https://www.joradp.dz/jo8499/1996/052/FP16.pdf

Viswanathan, M., Echambadi, R., Venugopal, S., & Sridharan, S. (2014). Subsistence entrepreneurship, value creation, and community exchange systems: A social capital explanation. Journal of Macromarketing, 34(1), 1–14. https://doi.org/10.1177/0276146713503964

Welter, F., & Smallbone, D. (2011). Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments. Journal of Small Business Management, 49(1), 107-125. https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00317.x

Winter, S. G., & Szulanski, G. (2001). Replication as strategy. Organization Science, 12(6), 730-743. https://doi.org/10.1287/orsc.12.6.730.10084

Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: Lessons from the Grameen experience. Long Range Planning, 43(2-3), 308-325.

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2014). A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Opportunities, and Resources. Academy of Management Review, 39(3), 337-359.

Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda. Journal of Management Studies, 43(4), 917-955. https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00616.x

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. Journal of Management, 36(2), 381-404. https://doi.org/10.1177/0149206309335187

Annexes

Questionnaire

Analyse de l'Efficacité de l'Accompagnement Entrepreneurial : L'objectif de ce questionnaire est d'évaluer l'efficacité des dispositifs d'accompagnement offerts aux porteurs de projets, à travers cinq dimensions principales. Nous vous invitons à indiquer votre niveau d'accord avec chacune des affirmations suivantes, en vous référant à l'échelle de Likert : 1 = Pas du tout d'accord, 2 = Plutôt en désaccord, 3 = Neutre, 4 = Plutôt d'accord, 5 = Entièrement d'accord.

Le genre :

- Masculin
- Féminin

Âge :

- Mois de 25 ans
- 25 -34 ans
- 35-44 ans
- 45 ans et plus

Parcours académique (niveau supérieur) :

Formation professionnelle

- Diplôme en Licence
- Diplôme en Master
- Diplôme en doctorat

Activité professionnelle :

- Étudiant
- Salarié
- Entrepreneur
- Travailleur indépendant/Freelance
- Profession libérale
- Autre…

Niveau d'expérience en entrepreneuriat :

- Aucune expérience
- Moins de 2 ans
- 2 à 5 ans
- Plus de 5 ans

1 Pas du tout d'accord 2 Peu d'accord 3 Neutre 4 D'accord 5 Tout a fait d'accord

Pertinence des services d'accompagnement :

- L'accompagnement dispensé est en adéquation avec les spécificités et les besoins de mon projet entrepreneurial.
- Les informations fournies sont compréhensibles et d'une grande clarté.
- Les outils et ressources mis à disposition sont adéquats pour le développement de mon projet.
- Les supports et outils proposés au cours de la formation m'ont permis de structurer mon projet entrepreneurial
- La communication avec les conseillers a été fluide, réactive et constructive.

Expertise des intervenants :

- Les accompagnateurs mobilisent une expertise solide et reconnue en matière d'entrepreneuriat.

- Ils possèdent des compétences techniques approfondies et adaptées à mon secteur d'activité.
- Les conseils prodigués sont pertinents et répondent aux enjeux de mon projet.
- Les intervenants ont fait preuve d'une grande disponibilité pour répondre à mes questions.
- Ils ont démontré une capacité avérée à résoudre les difficultés rencontrées.

Accès aux ressources financières et matérielles :

- L'accompagnement m'a permis d'identifier et d'accéder à des sources de financement appropriées.
- J'ai bénéficié d'une information complète sur les aides et subventions disponibles pour mon projet.
- Le programme m'a facilité l'accès à des investisseurs potentiels.
- Des conseils pertinents m'ont été prodigués sur la gestion financière de mon projet.
- J'ai bénéficié d'un soutien dans l'obtention de ressources matérielles nécessaires à l'avancement de mon entreprise.

Développement des compétences entrepreneuriales :

- L'accompagnement m'a permis de définir et d'évaluer son idée.
- L'accompagnement m'a aidé à développer des compétences de gestion.
- Les formations m'ont permis de mieux comprendre la stratégie d'entreprise.
- J'ai amélioré mes compétences en négociation et communication.
- L'accompagnement m'a permis de mieux comprendre les aspects juridiques de mon projet.
- La formation m'a aidé à structurer mon business plan.
- L'accompagnement m'a permis de mieux évaluer les opportunités

Renforcement des compétences entrepreneuriales :

- L'accompagnement m'a permis d'acquérir et de renforcer des compétences clés en gestion d'entreprise.
- J'ai pu mettre en application les concepts abordés lors des formations dans le cadre de mon projet.
- Ma maîtrise des outils d'analyse stratégique, comme le Business Model Canvas, s'est significativement améliorée.
- Les formations dispensées m'ont permis de mieux appréhender les enjeux stratégiques et concurrentiels de mon environnement.
- J'ai acquis une meilleure compréhension des aspects juridiques et réglementaires liés à l'entrepreneuriat.

Développement de réseaux et partenariats :

- L'accompagnement a facilité l'établissement de contacts avec des partenaires potentiels.
- Les événements de réseautage organisés dans le cadre du programme ont contribué à l'avancement de mon projet.
- J'ai réussi à créer des partenariats avec d'autres entrepreneurs ou porteurs de projets.
- Le programme m'a aidé à intégrer des réseaux professionnels pertinents pour mon secteur d'activité

Table des matieres

Introduction générale 1

Chapitre I : Les Fondements et Dynamique Entrepreneuriale 7

Introduction : 8

Section 1 : Évolution des Définitions et Typologies de l'Entrepreneuriat 9

1. Définitions de l'entrepreneuriat : 9

1.1. Richard Cantillon (1734) : 9

1.2. Jean-Baptiste Say (1803) : 10

1.3. Joseph Schumpeter (1934) : 11

1.4. Peter Drucker : 14

1.5. Jeffry Timmons (1994) : 16

1.6. David McClelland's: 17

1.7. L'École autrichienne 19

2. Entrepreneuriat dans les Secteurs Traditionnels : 23

2.1. Relation entre l'entrepreneuriat dans les Secteurs Traditionnels et les Typologies de l'Entrepreneuriat 26

2.1.1. L'Entrepreneuriat de Subsistance : 27

2.1.2. L'entrepreneuriat familial 28

2.1.3. L'entrepreneuriat artisanal 30

3. Entrepreneuriat dans les Secteurs Innovants : 31

3.1. Le conexte : 31

3.2. Relation entre l'entrepreneuriat dans le secteur innovant et les typologies de l'entrepreneuriat 34

3.2.1. L'entrepreneuriat technologique 34

3.2.2. L'entrepreneuriat durable 36

3.2.3. L'entrepreneuriat corporatif 37

4. Entrepreneuriat dans les Secteurs Émergents : 37

4.1. Le contexte : 37

4.2. Relation entre entrepreneuriat dans les secteurs émergents et les typologies de l'entrepreneuriat 38

4.2.1. L'entrepreneuriat d'opportunité 39

4.2.2. L'entrepreneuriat social 39

4.2.3. L'entrepreneuriat hybride 40

4.2.4. L'entrepreneuriat imitatif 42

Section 2: Les Modèles et Facteurs Clés du Processus Entrepreneurial 43

1. Les modèles de processus entrepreneurial : comparaison et analyse 43

1.1. Modèle linéaire du processus entrepreneurial 45

1.2. Le modèle effectual : 46

Table des matieres

1.3. Le modèle de Timmons 48
1.4. Le modèle de création entrepreneurial proposé par Bhave (1994) 50
1.5. Le modèle de Gartner (1985) 51
1.6. Le modèle de Shane et Venkataraman (2000) 53
2. Facteurs Influençant le Processus Entrepreneurial 55
2.1. Facteurs Individuels 56
2.2. L'influence de l'environnement sur le processus entrepreneurial : 60
3. Facteurs Organisationnels : Réseaux Sociaux et Ressources Disponibles 63
3.1. Importance des réseaux personnels et professionnels 63
3.2. Ressources Disponibles 64
Conclusion : 65
Chapitre II : L'accompagnement entrepreneurial en Algérie 67
Section 1 : Fondements et Cadre Institutionnel de l'Accompagnement Entrepreneurial en Algérie 68
1. L'origine de l'écosystème entrepreneurial 68
2. L'écosystème entrepreneurial et l'accompagnement entrepreneurial 70
2.1. L'accompagnement entrepreneurial : Origines, évolution et professionnalisation 70
2.2. L'accompagnement entrepreneurial en Algérie 73
3. Les services d'accompagnement proposés par les dispositifs d'aide à l'accompagnement entrepreneurial 75
3.1. Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat 75
3.1.1. L'Évolution de l'ANADE 75
3.1.2. Réformes Ultérieures et Évolutions Stratégiques : 77
3.1.3. Missions et Objectifs Fondamentaux de l'ANADE 77
3.1.4. Structures de Financement Proposées aux Porteurs de Projets 78
3.1.5. Avantages et Incitations Fiscaux : 79
3.1.6. Critères d'Éligibilité au Financement : 80
3.1.7. Impact de l'ANADE sur l'Écosystème Entrepreneurial Algérien 81
3.2. La caisse National de l'Assureance aux Chômeurs (CNAC) 81
3.2.1. Contributions du CNAC à l'entrepreneuriat en Algérie 82
3.2.2. Défis rencontrés par le CNAC 83
3.3. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) : 85
3.3.1. Contributions de l'ANDI à l'entrepreneuriat en Algérie 86
3.3.2. Défis rencontrés par l'ANDI 86
3.4. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANGEM) : 88
3.5. Le Fonds National de Soutien à la Micro-Entreprise (FNSM) 89
Cadre Institutionnel et Objectifs du FNSM 89
Mécanismes de Financement et Modalités d'Accès 89
Impact et Défis 90

Table des matieres

Section 2 : Dispositifs Innovants et Perspectives pour l'Écosystème Algérien 92
1. Contexte et Développement des Incubateurs et Accélérateurs en Algérie 92
1.1. Contexte Historique et Économique 92
1.2. Rôle des Institutions Publiques 92
2. Les Incubateurs : Structures d'Accompagnement pour les Startups 93
2.1. Hébergement 93
2.2. Mentorat 93
2.3. Formation 94
2.4. Réseautage 94
2.5. Accès au Financement 94
2.6. Impact des Incubateurs sur les Startups 94
2.7. Défis des Incubateurs 95
3..Les Accélérateurs : Leviers de Croissance pour les Startups 96
3.1. Rôle et Fonctionnement des Accélérateurs 96
3.2. Impact des Accélérateurs sur les Startups 97
3.3. Défis et Perspectives pour les Accélérateurs en Algérie 97
4. Les pépinières d'entreprise 98
Conclusion 100
Chapitre III : Cadre méthodologue de l'étude 101
Introduction : 102
Section 01 : Présentation du Centre de développement de l'Entrepreneuriat 103
1. Les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) : 103
2. Programmes de Formation des CDE en Algérie 107
3. Le Rôle de L'ANADE dans le Soutien aux CDE 108
Section 02 : choix de l'outil de recherche et l'échantillon 111
1. Cadre Conceptuel de l'Échelle de Likert dans la Recherche Entrepreneuriale 111
2. Présentation du Questionnaire 112
2.1. Pertinence des Services d'Accompagnement 112
2.2. Expertise des Intervenants 113
2.3. Accès aux Ressources Financières 113
2.4. Développement des Compétences Entrepreneuriales 113
2.5. Réseaux et Partenariats 114
3. Présentation de l'échantillon : 115
Conclusion : 120
Chapitre 04 : RESULTATS ET DISCUSSION 121
Introduction 122
Section 01 : Analyse des résultats 123

Table des matieres

Cette section analyse à travers des tableaux les variables de l'étude..... 123
1. Fibilité de l'echalle :..... 123
2. L'analyse des moyennes :..... 124
3. Les tests :..... 127
3.1. Analyse des Tests T pour Échantillon Unique (One-Sample Test)..... 127
3.2. ANOVA :..... 128
4. Analyse de la Matrice de Corrélation..... 134
Analyse de la Matrice de Corrélation..... 134
Analyse des Corrélations entre les Paires de Variables :..... 135
5. Analyse des Résultats de l'Analyse en Composantes Principales (ACP)..... 137
5.1. Test KMO et de Bartlett (KMO and Bartlett's Test)..... 137
5.2. Matrices Anti-image (Anti-image Matrices)..... 138
5.3. Communalités (Communalities)..... 139
5.4. Variance Totale Expliquée (Total Variance Explained)..... 140
5.5. Analyse du Scree Plot (Courbe des Valeurs Propres)..... 141
5.6. Matrice des Composantes Tournées (Rotated Component Matrix)..... 143
5.7. Analyse de la Matrice de Transformation des Composantes..... 144
Section 02 : Discussion et Recommandations..... 147
1. Discussion des Résultats :..... 147
2. Implications Théoriques et Pratiques :..... 148
3. Recommandations Opérationnelles..... 149
4. Recommandations pour les Politiques d'Accompagnement :..... 149
Conclusion :..... 151
Conclusion générale :..... 153
Références bibliographiques :..... 158
Annexes.....175

L'accompagnement entrepreneurial en Algérie : les pratiques et les enjeux

Résumé :

Cette thèse doctorale s'inscrit dans le champ de l'entrepreneuriat algérien et vise à évaluer l'efficacité des services d'accompagnement entrepreneurial offerts conjointement par le Centre de Développement des Entreprises (CDE) de l'Université d'Oran 2 et l'Agence Nationale de Soutien et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE). L'étude analyse l'impact de ces dispositifs d'accompagnement sur le développement des porteurs de projets et la consolidation de l'écosystème entrepreneurial national.

La méthodologie repose sur un questionnaire structuré de 26 items, mesurés à l'aide d'une échelle de Likert en cinq points. Cet instrument permet d'évaluer cinq dimensions clés : la pertinence des services d'accompagnement, l'expertise des intervenants, l'accès aux ressources financières, le développement des compétences entrepreneuriales, et les réseaux et partenariats. La rigueur méthodologique est assurée par des tests de fiabilité (alpha de Cronbach) et de validité (analyse factorielle confirmatoire).

L'analyse mixte, combinant approches quantitative et qualitative, révèle les forces et les faiblesses du système d'accompagnement. Les résultats ont permis de formuler des recommandations opérationnelles pour les décideurs, incluant l'optimisation du partenariat CDE-ANADE, le développement de programmes de mentorat spécialisés et la création de plateformes de mise en relation numériques. Ces propositions visent à renforcer l'adéquation entre l'offre d'accompagnement et les besoins réels des porteurs de projets.

Mots-clés : Entrepreneuriat – Écosystème entrepreneurial – Dispositifs d'accompagnement entrepreneurial – CDE – ANADE – Porteurs de projet.

Abstract:

This doctoral thesis falls within the field of Algerian entrepreneurship and aims to evaluate the effectiveness of business support services jointly offered by the Center for Enterprise Development (CDE) of the University of Oran 2 and the National Agency for Entrepreneurship Support and Development (NESDA). The study analyzes the impact of these support mechanisms on the development of project leaders and the consolidation of the national entrepreneurial ecosystem.

The methodology is based on a structured questionnaire of 26 items, measured using a five-point Likert scale. This instrument assesses five key dimensions : the relevance of support services, the expertise of the facilitators, access to financial resources, the development of entrepreneurial skills, and networks and partnerships. Methodological rigor is ensured through reliability (Cronbach's alpha) and validity (confirmatory factor analysis) tests.

The mixed-method analysis, combining quantitative and qualitative approaches, reveals the strengths and weaknesses of the support system. The results have enabled the formulation of operational recommendations for decision-makers, including optimizing the CDE-ANADE partnership, developing specialized mentoring programs, and creating digital networking platforms. These proposals aim to strengthen the alignment between the support services offered and the real needs of project leaders

Keywords : Entrepreneurship – Entrepreneurial Ecosystem – Entrepreneurial Support Mechanisms – CDE – NESDA – Project holders

الملخص :

تُعنى هذه الأطروحة الدكتوراه في حقل ريادة الأعمال الجزائري بتقييم فعالية خدمات الدعم الريادي المقدمة بشكل تشاركي بين مركز تطوير المؤسسات (CDE) بجامعة وهران 2 والوكالة الوطنية لدعم وتطوير ريادة الأعمال(ANADE) ، وتبحث في أثر هذه الآليات الداعمة على تنمية حاملي المشاريع وتعزيز النظم الإيكولوجية لريادة الأعمال على المستوى الوطني.

اعتمدت المنهجية على استبيان مهيكل مكون من 26 سؤال، تم تقييمها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث تقيس هذه الأداة خمسة أبعاد جوهرية: ملاءمة خدمات الدعم، كفاءة المختصين، إتاحة الموارد المالية، تطوير الكفاءات الريادية والشبكات والشراكات، كما تم تعزيز البنية المنهجية باختبارات الثبات (معامل كرونباخ ألفا) واختبارات الصدق (التحليل العاملي التوكيدي).

يكشف التحليل المختلط -المزودج بين المنهج الكمي والمنهج النوعي عن مواطن القوة والضعف في منظومة الدعم، حيث أسفرت النتائج عن صياغة توصيات عملية لصناع القرار، تشمل تعزيز شراكةCDE-ANADE ، تطوير برامج إرشادية متخصصة وإطلاق منصات تواصل رقمية .

تهدف هذه المقترحات إلى تحقيق توافق أمثل بين خدمات الدعم المقدمة والاحتياجات الفعلية لحاملي المشاريع.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال – النظم البيئية لريادة الأعمال – آليات الدعم الريادي – مركز تطوير ريادة الأعمال – الوكالة الوطنية لدعم وتطوير ريادة الأعمال– حاملي المشاريع.