

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR,
DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET DE
L'INNOVATION

BURKINA FASO

(MESRSI)

UNITE-PROGRES-JUSTICE

UNIVERSITE OUAGA II



THESE EN VUE D'OBTENIR LE GRADE DE DOCTEUR EN SCIENCES DE
GESTION DE L'UNIVERSITE OUAGA II.

Présentée par

Ali SAKOLA DJIKA

mail : sakoladjika@gmail.com

**Caractérisation du processus entrepreneurial des primo-créateurs
diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso.**

Soutenue publiquement le 13 octobre 2018 devant le jury composé de :

- Président :** M. Emmanuel C. HOUNKOU
Professeur des Universités, UAC, Cotonou
- 1^{er} Rapporteur :** Mme Altante D. BIBOUM
Maître de Conférences Agrégé, Université de Douala
- 2^{ème} Rapporteur :** M. Seydou SANE
Maître de Conférences, Agrégé, UGB, Saint-Louis
- Membre :** M. Florent SONG-NABA
Maître de Conférences, Agrégé, Université Ouaga II.
- Directeur de thèse :** M. Balibié Serge A. BAYALA
Maître de Conférences, Agrégé, Université Ouaga II.
- Co-Directeur de thèse :** M. Raphael NKAKLEU
Maître de Conférences, Agrégé, Université de Douala

L'université n'entend donner aucune approbation, ni improbation aux opinions émises dans la thèse, celles-ci devant être considérées comme propres à leur auteur.

DEDICACE

A mes parents

REMERCIEMENTS

La thèse est plus qu'un document, elle est un parcours, une aventure. Une aventure qui m'a pris quatre ans, quatre ans de doute, quatre ans de sacrifice ! Heureusement, je n'étais pas seul ! Elle m'a finalement procuré beaucoup de satisfaction. C'est le lieu d'exprimer ma profonde gratitude à l'endroit de tous ceux m'ont accompagné, guidé et soutenu dans cette aventure ô combien excitante ! Je ne pourrai les citer tous.

Il me plaît ici de remercier particulièrement le Pr Balibié Serge A. Bayala mon directeur de thèse et le Pr Raphael Nkakleu mon co-directeur de thèse. Je tiens à leur rendre hommage, pour leur confiance et leur disponibilité. Ils m'ont aidé à tous les niveaux. Sans leur soutien, cette thèse n'aurait sans doute pas été menée.

Je suis très reconnaissant à l'endroit des Professeurs Ababacar Mbengue, Saidou Sané, Alidou Ouédraogo, Altante Désirée Biboum, Konan Anderson Seny Kan, Madi Koanda, Mamadou Toé, pour leurs précieux conseils lors des séminaires et ateliers doctoraux.

Que dire du Pr Florent Song-Naba ! A chacun de ses voyages scientifiques, le Pr Song-Naba m'a ramené des ressources documentaires, qui ont constitué le cœur de mes références bibliographiques. Merci Pr Song-Naba.

Je tiens également à remercier le Pr Stanislas Ouaro, qui m'a beaucoup encouragé à m'engager dans la thèse.

Mes remerciements vont à l'endroit de mes collègues du Laboratoire de Recherche en Gestion des Entreprises et des Organisations, en particulier aux doctorants Djarius Bama et Isidore Dondassé pour les discussions que nous avons eues dans le cadre de nos travaux. Merci aussi au Dr Isaac Nboumbe Berock de l'université de Douala pour son soutien lors de mes séjours de recherche au CERAME (Centre d'Etudes et de Recherches Africaines en Management et en Entrepreneuriat) de l'ESSEC, de l'Université de Douala (Cameroun). Je remercie également Babou Diop, que j'appelle affectueusement mon grand frère, pour avoir accepté de relire ce travail. Merci à mes amis Bunty Loch pour son soutien et Zida Saidou qui a mis à ma disposition un bureau au sein de son cabinet pour mener à bien mes recherches. Je ne peux oublier dans mes remerciements les entrepreneurs qui malgré leurs occupations ont accepté de se soumettre à mes interviews qui ont servi de matière dans la réalisation de cette thèse.

J'exprime enfin ma reconnaissance à l'endroit de tous ceux qui durant ces années ont subi mon silence et mon absence.

RESUME

Au début des années 90, des chercheurs avec à leur tête Gartner (1985) ont estimé qu'il était tout aussi important de comprendre comment se crée et se développe une entreprise, que de continuer à chercher quelles sont les caractéristiques de celles et ceux qui créent une entreprise.

Ainsi, l'objectif de cette recherche est de comprendre le processus entrepreneurial des diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso (DES/BF). Notre recherche se fonde sur des logiques causale et effectuale du processus de création d'entreprise et mobilise un dispositif méthodologique qualitatif.

L'investigation empirique des six cas de création aboutit aux principaux résultats suivants: les primo créateurs DES/BF ne réalisent pas des activités autres que celles évoquées dans la littérature, ensuite les processus entrepreneuriaux des DES/BF sont influencés différemment par des caractéristiques individuelles et des facteurs de l'environnement, enfin les processus entrepreneuriaux suivent des logiques causale ou effectuale.

Mots clés : primo créateur, processus entrepreneurial, processus entrepreneurial, entrepreneur burkinabè, diplômé de l'enseignement supérieur.

ABSTRACT

In the early 1990s, researchers with Gartner (1985) as pioneer, felt that it was just as important to understand how a business is created and developed, as to continue to research what are the characteristics of those who start a business.

Thus, the objective of this research is to describe and understand the entrepreneurial process of graduates of higher education in Burkina Faso (GHE / BF). Our research is based on causal and practical logic of the business creation process and mobilizes a qualitative methodological device.

The empirical investigation of the six creation cases leads to the following main results: GHE / BF primo creators do not perform activities other than those mentioned in the literature, then the entrepreneurial processes of DES / BF are influenced differently by individual characteristics and factors of the environment, finally the entrepreneurial processes follow causal or effectual logic.

Key words : primo creator, entrepreneurial process, Burkinabè entrepreneur, graduate of higher education.

SOMMAIRE

DEDICACE.....	ii
REMERCIEMENTS	iii
RESUME.....	iv
ABSTRACT	iv
SOMMAIRE	v
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PARTIE 1.12COMPREHENSION DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL	12
Chapitre 1. ETAT DE L'ART SUR LE PHENOMENE ENTREPRENEURIAL	14
I. Lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat	15
II. Les apports des modèles fondés sur le processus entrepreneurial.....	58
Chapitre 2. FONDEMENT THEORIQUE DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL	74
I. La théorie de la contingence, base théorique pour comprendre le processus entrepreneurial ...	74
II. Les facteurs de contingence du processus entrepreneurial.....	83
PARTIE 2.....	120
CADRE EMPIRIQUE DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL DES PRIMO CREATEURS DIPLOMES DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR AU BURKINA FASO	120
Chapitre 3. CADRE D'ANALYSE ET POSITIONNEMENT DE LA RECHERCHE.....	122
I. Cadre d'analyse de la recherche	122
II. Positionnement épistémologique et méthodologie de la recherche.....	136
Chapitre 4. RESULTATS DE LA RECHERCHE ET DISCUSSIONS.....	169
I. Les résultats de la recherche.....	169
II. Discussions et implications de la recherche	230
CONCLUSION GENERALE	247
BIBLIOGRAPHIE	252
ANNEXES	281
LISTE DES TABLEAUX	306
LISTE DES FIGURES	307
TABLE DES MATIERES.....	308

INTRODUCTION GENERALE

Contexte et problématique

La création d'entreprises est l'un des facteurs clés de la vitalité et de la bonne santé future d'une économie (Boissin et al, 2009). Elle permet de générer un nombre considérable d'emplois, contribue à la vitalité de l'industrie non seulement en ravivant la concurrence, mais également en complétant et stimulant les efforts des entreprises déjà établies. Enfin, la création d'entreprises représente d'importantes sources d'innovation car les nouvelles entreprises sont particulièrement habiles à harmoniser les développements technologiques aux besoins du marché (Gasse, 2012). Certains auteurs à l'image d'Audretsch et Thurik (2004) parlent même, de l'émergence d'une économie entrepreneuriale dans laquelle, notamment, les connaissances joueraient un rôle clé. Pourtant, dans les pays africains, la création d'entreprises a longtemps été considérée comme ayant une portée marginale sur la croissance économique. Mais, depuis quelques années, la création dans le secteur privé est reconnue tant par les pouvoirs publics et les institutions, que par les milieux académiques comme une source de création d'emplois et de richesse (Nkakleu et al, 2013). D'où l'intérêt de plus en plus grandissant qui lui est accordé par ces acteurs.

Au Burkina Faso, selon le rapport du Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015), 64% des personnes interrogées perçoivent de bonnes opportunités de démarrage d'une affaire dans les six mois à venir, 42% seulement ont l'intention de créer alors que 66% déclarent avoir les compétences nécessaires pour démarrer une entreprise. Le Taux global de l'Activité Entrepreneuriale émergente (TAE)¹ est quant à lui de 22% seulement. C'est le plus faible parmi les Économies Tirées par les Facteurs (ETF), il est d'un point inférieur à la moyenne de l'ensemble des Economies enquêtées par le GEM. En plus, 53% des répondants qui ont créé une entreprise se considèrent comme des entrepreneurs d'opportunité. Le taux est de 22% pour ceux qui affirment avoir des motivations de nécessité.

¹Le TAE est l'indicateur utilisé par le Global Entrepreneurship Monitor pour mesurer le niveau d'activité entrepreneuriale dans un pays. Il prend en compte les entreprises naissantes (0-3 mois de salaires versés) et les nouvelles entreprises (jusqu'à 3,5 années de salaires versés).

Qu'elles soient créées par opportunité ou par nécessité, les entreprises jouent un rôle important dans une économie.

Si le politique fait de la lutte contre le chômage et de l'emploi sa priorité, il se doit alors de mettre en place rapidement des mesures qui soutiennent la création d'entreprises, la pérennité de l'entreprise et la croissance de l'entreprise.

A cet effet, le Burkina Faso a entrepris un certain nombre d'initiatives. Il s'agit, entre autres, selon le rapport (CAPES, 2012)² de la création du Fonds d'Appui aux Initiatives des Jeunes (FAIJ), de la mise en place du Programme de formation de 5000 jeunes en entrepreneuriat, du Fonds d'Appui aux Activités Rémunératrices des Femmes (FAARF), du Fonds d'Appui au Secteur Informel (FASI), du Fonds d'Appui à la Promotion de l'Emploi (FAPE), des fonds nationaux de promotion de l'emploi qui ont promu environ 700 000 emplois entre 2001- 2010, des programmes d'accroissement des revenus dans le secteur agropastoral, qui ont bénéficié à environ 825 000 producteurs entre 2001-2010, des programmes d'accroissement de l'employabilité des jeunes qui ont bénéficié à 64 642 jeunes. La dernière trouvaille du gouvernement semble être le Programme Spécial de Création d'Emploi (PSCE), un investissement important en faveur de la jeunesse et l'auto-emploi.

Ces initiatives semblent inciter à la création d'entreprises car, ce sont quelques 63.098 entreprises tous secteurs d'activités confondus qui ont été créées par le truchement des Centres de Formalités des Entreprises (CEFORE) entre 2006 et 2016 (MEBF, 2017)³, soit un taux d'accroissement de presque 2345%⁴ sur la même période.

L'érection des CEFORE a donné un coup de pouce à la création et à la formalisation des entreprises existantes.

Malgré cette évolution tout de même remarquable, le nombre de créations chez les diplômés de l'enseignement supérieur reste marginal, ces derniers préférant encore plus une carrière salariale. La conséquence étant le taux de chômage toujours élevé, notamment dans les centres urbains, Ouagadougou et Bobo Bobo-Dioulasso avec respectivement 12,6% et de 11,60% des chômeurs (INSD)⁵. Cette même enquête montre que les jeunes non scolarisés (32,5%) sont moins nombreux au chômage par rapport à ceux qui sont scolarisés (67,5%).

². Centre d'Analyse des Politiques Economiques et Sociales (CAPES), (2012), « Étude nationale sur l'emploi des jeunes au Burkina Faso », rapport d'étude

³ MEBF, (2017), « Principales Statistiques de la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso ».

⁴ De 2581 entreprises créées en 2006 on est passé à un cumul de 63 098 entreprises en 2016.

⁵ Selon la même source, les jeunes ayant un âge inférieur ou égal à 35 ans représentent 79,82% de la population burkinabè.

En rapport avec la création, l'étude sur la mortalité des entreprises burkinabè (MEBF, 2015) donne des informations relativement récentes sur le profil du créateur et la probabilité de survie des entreprises créées. Selon cette étude le créateur burkinabè est relativement jeune, masculin et très peu scolarisé.

Plusieurs travaux de recherche (Reynolds et al, 2002 ; Fillion et al, 2006 ; GEM, 2016) ont montré que la tranche des 25-34 ans serait la plus entreprenante. Cette tendance est confirmée au Burkina Faso par l'enquête GEM (2015)⁶ avec un Taux global de l'Activité Entrepreneuriale émergente (TAE) de 27% et 24% respectivement pour les tranches d'âge 25-34 ans et les 34-44 ans.

Par ailleurs, selon ce rapport les femmes sont presque aussi entreprenantes que les hommes au Burkina Faso. Le TAE des hommes est de 25% contre 19% pour les femmes. Le TAE d'opportunité des hommes (85%) est nettement plus élevé que le TAE d'opportunité des femmes (65%). La tendance est inversée en ce qui concerne le TAE de nécessité, qui est plus élevé chez les femmes (33%) que chez les hommes (13%). Selon Tessier-Dargent (2015), les entrepreneurs par nécessité semblent échouer plus. Ils présentent un impact économique moindre et une pérennité inférieure aux entrepreneurs par opportunité. D'autres travaux évoquent plutôt l'impact négatif de l'entrepreneuriat par nécessité sur le développement économique d'un pays (Acs, 2006 ; Blackburn et Ram, 2006 ; Andersson et Wadensjö, 2007 ; Audretsch, 2008).

Toutefois, dans une étude sur la mortalité des entreprises au Burkina Faso (MEBF, 2015), environ 14% de créations seulement sur un échantillon de 1560 sont le fait des femmes (alors qu'elles représentent un peu plus de moitié de la population) contre 86% pour les hommes. Cette étude révèle également que 82% de créateurs n'ont pas été scolarisés ou ont moins que le Baccalauréat. Seulement 18% des créateurs ont un diplôme de l'enseignement supérieur (au moins le baccalauréat). Ces résultats, malgré des dispositifs d'accompagnement (FAIJ entre autres) qui s'adressent aux scolarisés, restent toujours proches de ceux de Ouédraogo (1999) obtenus 16 ans auparavant, avec 69,3% qui ont quitté l'école avant la classe de terminale.

Pourtant les auteurs comme (Borges, 2005 ; Verstraete, 2000 ; Van Der Sijde, 2008 ; etc.) soutiennent que les individus ayant une éducation supérieure sont plus enclins à créer des

⁶Ce rapport a concerné 2 850 individus âgés de 18 à 64 ans.

entreprises. On peut alors s'interroger sur l'efficacité des dispositifs d'accompagnement au Burkina Faso, même s'ils sont de création relativement récente.

Selon les données de l'étude sur la mortalité des entreprises (MEBF, 2015), les femmes sont propriétaires de 219 entreprises sur les 1560 que compte l'échantillon, soit 14% des créations. Les hommes quant à eux ont 1341 entreprises soit 86%. Les femmes sont propriétaires de 15,63% des entreprises qui ont fait faillite contre 84,37% pour les hommes.

Parmi les créateurs diplômés de l'enseignement supérieur 19,40% sont des femmes. Ainsi donc la proportion des femmes entrepreneures augmente avec le niveau d'éducation. D'autre part, le taux d'échec est de 48,11% chez les créateurs diplômés de l'enseignement supérieur. Il est de 53,24% pour les femmes diplômées contre 46,87% chez les hommes, alors même que le taux de mortalité globale s'établit à 16,37% entre 2006 à 2015. Ce taux était de 38% en 2010 selon le rapport de la MEBF⁷ sur le profil et la mortalité des entreprises. Le taux de mortalité est donc supérieur chez les diplômés de l'enseignement supérieur et est plus élevé chez les femmes au sein de cette population.

Au regard du rôle important que joue la création d'entreprises dans une économie, bien comprendre le phénomène et créer un environnement stimulant s'avère nécessaire. A titre d'exemple, les USA ont trouvé des ressources entrepreneuriales parmi leurs jeunes étudiants bien formés et qui bénéficient de l'environnement stimulant des parcs scientifiques et des campus universitaires. Il est donc important de savoir quels types d'individus créent des entreprises, pour quelles raisons ils le font et dans quels contextes ils opèrent (Tounès, 2003).

Les premières recherches en entrepreneuriat identifiaient les causes qui amènent les individus à devenir entrepreneurs, leurs traits et leurs caractéristiques psychologiques. Ce n'est qu'au début des années 90 que la notion de processus est reconnue par les chercheurs en entrepreneuriat. A ce titre, Gartner (1988) ; Fillion (1990) ; Bygrave et Hofer, (1991) estimaient tout aussi important de comprendre comment se crée et se développe une entreprise, que de continuer à chercher quelles sont les caractéristiques de celles et ceux qui créent une entreprise. Les façons de voir, de penser et d'appliquer la notion de processus ont évolué au fil du temps et nous observons aujourd'hui quelques problèmes dans la mobilisation de ce concept (Fayolle, 2004). Le processus entrepreneurial n'est généralement pas un phénomène répétitif. Il s'inscrit dans une perspective d'action entrepreneuriale (Guyot et Vandewattyne, 2008), voire dans une

⁷ Cette étude a été réalisée à partir d'un échantillon aléatoire de 295 entreprises, sur une base de 3284.

perspective pragmatique (Schmitt et Filion, 2009). A l'instar de Filion et al (2006), nous considérons dans notre recherche que le processus entrepreneurial comprend l'ensemble des activités que le créateur d'entreprise réalise pour concevoir, mettre en place et démarrer une entreprise dans un contexte donné. En effet, dans le processus de création de leurs entreprises, les individus réalisent plusieurs activités. Il est important de souligner à ce niveau que le processus de création d'entreprises est dynamique et particulier à chaque cas (Reynolds et Miller, 1992; Delmar et Shane, 2002). En conséquence, il peut arriver que les étapes et les activités ne se réalisent pas toujours dans l'ordre indiqué ou se chevauchent.

Dans la recherche sur le processus certains chercheurs se sont intéressés aux variables qui déterminent le processus (Gartner, 1985 ; Davidson, 2005). Ils ont une vision déterministe du processus. D'autres, se sont plutôt intéressés au processus vu comme une ensemble d'étapes (Bruyat, 1993 ; Youaleu et Filion, 1996 ; Hernandez, 2001 ; Aouni, 2006 ; Filion et al, 2006 ; etc). Ils se sont intéressés aux étapes et aux activités réalisées par les entrepreneurs au niveau des étapes. Ils ont une vision dynamique du processus. Dans ce groupe de chercheurs, certains se sont intéressés au processus dans son ensemble (Bruyat, 1993 ; Hernandez, 2001 ; Filion et al, 2006 ; etc). D'autres par contre à une étape du processus. Bird (1988) et Emin (2003) par exemple se sont intéressés à l'étape de l'intention ; Schieb-Bienfait (2000) au projet, Degeorge (2007) et Moussa Mouloungui (2012) au déclenchement.

Les travaux de ces auteurs, orientent vers deux tendances dans l'étude du processus. La première qui porte sur les facteurs d'influence du processus avec Gartner (2005) comme chef de file, qui serait déterministe. Au niveau de cette tendance, l'influence des caractéristiques individuelles et de l'environnement sur le processus entrepreneurial a eu un intérêt particulier de la part des chercheurs.

Par exemple, (Copin et Marion, 1992 ; Filion, 1997 ; McClelland, 1961 ; Bouchiki et Kimberly, 1994 ; Kamdem et Nkakleu, 2015 ; etc.) ont essayé *de construire* le profil type d'un entrepreneur à succès. Ainsi, un examen de la littérature portant sur le profil type de l'entrepreneur fait ressortir certaines caractéristiques psychologiques et sociologiques particulières qui peuvent cependant varier selon les types d'entrepreneurs. De même, plusieurs travaux (Barbaroux, 2015 ; Joveneau, 1993 ; Cipriani, 2012 ; Uzunidis, 2002 ; Nkakleu et al, 2018) se sont focalisés sur des variables environnementales (système de relations du créateurs, dispositifs d'accompagnement, système financier, la demande, la main d'œuvre, la culture, etc) pour étudier l'impact de l'environnement sur l'entrepreneuriat. Les résultats de ces travaux sont de fois contradictoires. Filion (1991) ; Aldrich (1999) ; Mezhoudi (2001) et Nkakleu (2007) ont

mis en exergue le rôle positif du micro environnement notamment le système de relations de l'entrepreneur. Concernant le macro environnement, Boutillier et Uzunidis (2002) ; Lasch et al. (2005) ; Benredjem (2009) et Isenberg (2011) ont montré le rôle positif du contexte économique (la demande et la disponibilité de la main d'œuvre de qualité) sur le processus. Reynolds et al (1999) ; Estay (2003) et Barreneche (2014) ont quant à eux souligné l'influence positive du contexte culturel. Enfin, Lasch et al (2005) ; Nkakleu et al (2010) ; Bouslikhane, (2011) ; Toutain et al (2014) ; Albertini et al (2015) et Barbaroux (2015) ont mis en exergue l'influence positive du contexte institutionnel. Toutefois, Riverin (2002) et Gasse et al (2004) ont trouvé qu'il n'y a pas de différence significative entre ceux qui ont bénéficié de dispositifs institutionnels d'accompagnement et ceux qui n'en ont pas bénéficié.

En effet, même si l'approche déterministe a le mérite d'identifier les facteurs d'influence du processus, elle ne précise cependant pas quand est-ce que ces facteurs sensés déterminer le processus rentrent en ligne de compte. Elle ne précise ni à quelle étape ni comment ces facteurs influencent-ils les étapes du processus de façon explicite. En plus l'approche déterministe stipule que l'action du créateur d'entreprise consiste à trouver les outils et méthodes nécessaires, qui, par un processus mécanique de cause à effet, permettent de réaliser un futur prédit (Fayolle et Toutain, 2009). Ainsi, le processus suivrait une logique de causation. Mais, cette idée s'oppose à la logique d'effectuation de Sarasvathy (2001). L'effectuation stipule que l'entrepreneur part d'un ensemble de ressources disponibles à partir desquelles il construit les objectifs possibles.

La deuxième tendance est celle qui s'intéresse aux étapes et activités du processus, un phénomène dynamique. En effet, dans le processus de création de leurs entreprises, les individus réalisent plusieurs activités. Cependant, il est important de souligner à ce niveau que le processus de création d'entreprises est dynamique et particulier à chaque cas (Reynolds et Miller, 1992; Delmar et Shane, 2002). En conséquence, il peut arriver que les étapes et les activités ne se réalisent pas toujours dans l'ordre indiqué ou se chevauchent. Plusieurs modèles de processus à étapes et leurs activités ont été proposés par des chercheurs. Par exemple, Vesper (1990) présente un modèle de processus à 3 étapes comportant chacune une vingtaine d'activités. Son modèle se limite à l'étape du démarrage. Youaleu et Fillion (1996) ont à leur tour proposé un modèle à 9 étapes, dans lequel l'étape d'action, est considérée comme la plus importante et regroupe une dizaine d'activités. Cette étape d'action seule, ressemble le plus au processus de création en soi (Borges et al, 2005). Quant à eux, Gelderen et al (2001) ont présenté un modèle de processus à 4 étapes, chacune des étapes comportant six activités. Leur modèle

aborde l'étape des échanges avec le marché mais ne semble pas insister sur la consolidation. Enfin, Gasse et al (2003) ont également présenté un modèle de processus à 4 étapes. La quatrième étape du modèle, celle des opérations semble à cheval entre les activités de démarrage et de consolidation. Ces travaux confirment qu'il n'existe pas encore de consensus quant au nombre des étapes du processus moins encore sur le meilleur ordre de réalisation des activités. Toutefois, Filion et al (2006), à partir d'une recension de la littérature sur le processus ont produit un cadre conceptuel qui présente en quatre étapes les principales activités du processus de création d'une entreprise. Leur modèle a le mérite d'être une sorte de synthèse des modèles antérieurs. Il a aussi la particularité de prendre en compte véritablement l'étape de consolidation, une étape importante pour la survie de l'entreprise. Cependant, une limite à ce modèle est qu'il ne présente pas en son sein les facteurs (variables) susceptibles d'avoir des influences sur le processus à travers ses étapes.

En somme, la faible proportion des créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso (DES/BF) et leur taux d'échec nettement plus élevé par rapport aux autres d'une part, la hausse du taux de chômage de ces diplômés et le rôle moteur que joue la création d'entreprises dans une économie d'autre part, nous incite à analyser leur processus entrepreneurial.

Pour en avoir une compréhension plus large, il semble alors important dans l'étude du processus de mixer le regard, en s'intéressant non seulement aux activités et étapes du processus mais aussi aux facteurs qui influencent le processus à travers chacune de ses étapes.

Cette posture permet une meilleure compréhension du phénomène de la création d'entreprise, sans laquelle les dispositifs d'appui à la création par exemple, ne pourront guère progresser, risquant ainsi d'être remis en cause par les acteurs du développement économique (Bruyat, 1993).

Ainsi donc, la question principale que nous nous posons dans cette recherche est la suivante :

Comment se construit le processus entrepreneurial chez les primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso ?

Cette question se décline à travers les questions subsidiaires suivantes :

- Quelles sont les activités réalisées par les six primo créateurs DES/BF au cours du processus ?
- Quels sont les facteurs qui influencent le processus de création de ces primo créateurs?
- Comment les étapes du processus de ces primo créateurs sont-elles influencées ?
- Quelle est la logique entrepreneuriale adoptée par ces primo créateurs ?

Objectifs et méthodologie de la recherche

Jazziri et Paturel (2009) soutiennent que le paradigme de processus consiste à décrire et à analyser les différentes étapes de la création d'une nouvelle entreprise *ex nihilo* ou de la reprise d'une entité existante, afin d'en élucider et cerner les problèmes pour y remédier. Dans l'étude de cas en particulier et la recherche qualitative en général, ce sont les « descriptions riches » et les explications pleines de sens (*insightful*) répondant à des questions du type « comment ? » et « pourquoi ? » qui doivent caractériser cette visée. C'est tout cela que recouvre la notion de compréhension (Dumez, 2011).

Les deux objectifs d'une recherche sur le processus sont donc: décrire et expliquer (analyser).

- Pour décrire :

« La description d'un processus conduit à porter une attention particulière aux éléments qui le composent ainsi qu'à l'ordre et à l'enchaînement des éléments dans le temps. C'est l'observation des variables qui composent le processus qui est ici le centre d'une analyse processuelle à visée descriptive. ».

- Pour expliquer :

« L'analyse du processus peut avoir pour objectif d'expliquer le phénomène observé. Il s'agit d'expliquer comment une variable évolue dans le temps (l'objet étudié) en fonction de l'évolution d'autres variables. »

L'objectif principal de cette recherche est donc de mieux comprendre le processus de création de six entreprises par des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. Il s'agira de façon spécifique de :

- Identifier les principales activités menées au niveau des quatre étapes qui composent le processus ;
- Analyser les caractéristiques individuelles et les facteurs de l'environnement qui influencent le processus ainsi que les étapes au niveau desquelles les influences s'exercent;
- Analyser la (les) logique (s) de création adoptée (s) par les primo créateurs.

Cette thèse décrit et explique le processus entrepreneurial de six primo créateurs d'entreprises diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. L'idée principale est de mieux comprendre le processus de création à travers les étapes et activités des étapes d'une part et l'influence des caractéristiques individuelles et environnementales sur le processus d'autre part. Nous avons à cet effet proposer un cadre conceptuel intégratif qui offre une meilleure compréhension du processus entrepreneurial des primo créateurs.

Le positionnement épistémologique choisi est l'interprétativisme, avec la recherche qualitative comme démarche méthodologique adoptée. Dans la recherche qualitative, on cherche à comprendre les acteurs dans une situation ou un contexte (ou dans des situations et des contextes différents), c'est-à-dire que l'objectif n'est pas de mettre en évidence des lois universelles. Les théories maniées et produites par la recherche qualitative ne relèvent pas de la grande théorie, de la recherche de lois universelles, mais bien plutôt de la notion de mécanisme social. Il s'agit de comprendre, dans un contexte ou une situation, quels types d'engrenages, d'enchaînements, de mécanismes, sont à l'œuvre et rendent compte des comportements des acteurs (Yin, 2012). Pour lui, la théorie qui est produite par la recherche qualitative, à partir d'un cas ou de plusieurs, mais qui ne forment pas un échantillon représentatif susceptible d'une généralisation statistique, n'a pas de portée universelle. Il s'agit d'une généralisation théorique: « [...] *analytic generalizations depend on using a study's theoretical framework to establish a logic that might be applicable to other situations.* » (Yin, 2012). Dans la réalité, pour une recherche qualitative, les cadres théoriques ne sont pas toujours exclusifs l'un de l'autre et peuvent partiellement se recouper ou offrir des explications en partie complémentaires (Dumez, 2011). Notre thèse porte sur le processus entrepreneurial des DES/BF, dont les entreprises ont au moins 3 ans d'existence. L'entrepreneur n'est pas un « homo entrepreneurial » homogène, chaque firme créée est unique, les processus de création varient eux-mêmes grandement, et les environnements de création diffèrent (Tessier-Dargent, 2015). On reste en effet dans le cadre de contextes et de situations (Dumez, 2011). Par conséquent, nous mobilisons dans le cadre de cette thèse la théorie de la contingence comme soubassement du cadre théorique utilisé pour étudier le processus.

L'échantillon retenu dans le cadre de cette recherche est composé de six entrepreneurs dont trois femmes et trois hommes. Les six cas sont tous installés à Ouagadougou, ville qui abrite l'essentiel des dispositifs d'accompagnement au Burkina Faso. Nous les avons choisis pour des raisons de proximité entre autres, mais aussi pour leur disponibilité. Ils sont d'âge, de sexe, de profil de formation et d'expériences divers. Ils évoluent dans différents secteurs d'activités. Ils sont tous créateurs et dirigeants de leurs entreprises depuis au moins trois ans. Ils sont de ce fait en mesure de prendre du recul face à l'expérience vécue au cours du processus de création de leurs entreprises (Filion et al. 2006). C'est donc un échantillon qui nous convient dans la mesure où dans la recherche qualitative à visée compréhensive, le but n'est pas la constitution d'un échantillon représentatif mais plutôt de collecter un ensemble de renseignements sur l'expérience de ces individus.

L'intérêt d'une telle recherche est double. Elle peut apporter une contribution à la connaissance du phénomène entrepreneurial en Afrique et particulièrement au Burkina Faso. Mais elle peut aussi permettre aux conseillers en création d'entreprise, aux organismes d'appui et aux banquiers de mieux connaître et comprendre cette catégorie d'entrepreneurs que sont les primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur.

Le plan de la thèse

La présente recherche est structurée autour de deux parties. Chaque partie est à son tour composée de deux chapitres.

Première partie : Compréhension du processus entrepreneurial

La première partie de la thèse présente des immersions dans la littérature qui nous semblent nécessaires pour la compréhension et le positionnement du sujet. Elle est composée de deux chapitres : le chapitre 1 intitulé : Etat de l'art sur le phénomène entrepreneurial et le chapitre 2 intitulé fondement théorique de la recherche sur le processus entrepreneurial.

Le chapitre 1 cerne l'évolution et les constructions théoriques de l'entrepreneuriat. Il présente pour cela, les définitions de l'entrepreneuriat, du processus entrepreneurial et les différentes approches de l'entrepreneuriat dans un premier temps. Dans un deuxième temps il présente quelques modèles conceptuels du processus entrepreneurial.

Le chapitre 2 fait état de l'encrage théorique de la recherche. Il y est présenté dans un premier temps la théorie de la contingence à travers notamment ses composantes l'écologie des populations et la théorie de la dépendance des ressources. Ce chapitre aborde dans un second temps les facteurs de contingence du processus entrepreneurial, qui ont servi à la construction du modèle d'analyse.

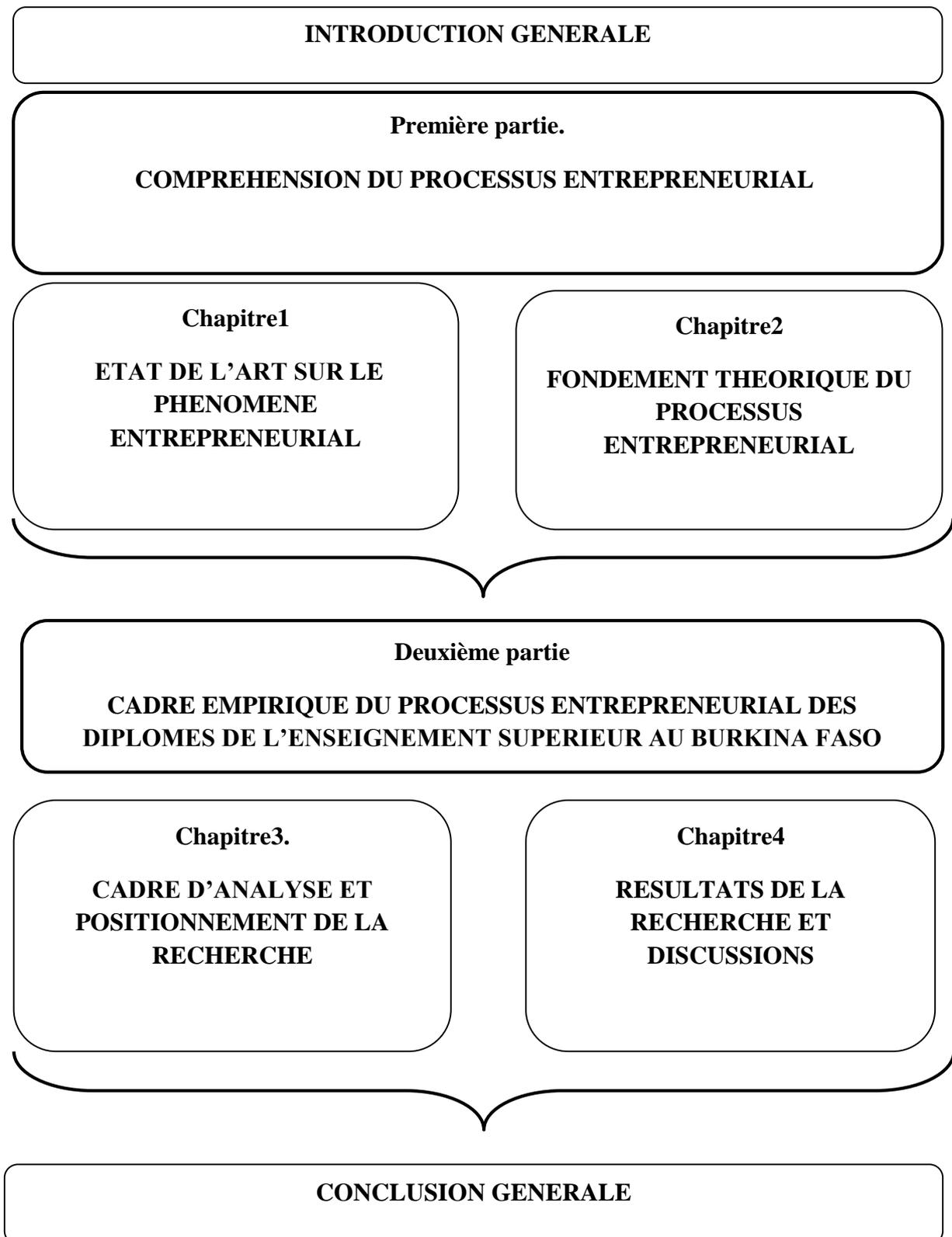
Deuxième partie : Cadre empirique du processus entrepreneurial des DES/BF

La deuxième partie de la thèse présente la méthodologie et les résultats de la recherche. Elle est composée de deux chapitres : le chapitre 3 intitulé cadre d'analyse et positionnement de la recherche et le chapitre 4 intitulé résultats de la recherche et discussions.

En effet, le chapitre 3 aborde dans un premier temps le cadre d'analyse de la recherche et dans un second temps le positionnement épistémologique et méthodologique de la recherche.

Enfin, le chapitre 4 présente d'abord les résultats de la recherche et ensuite les discussions et contributions de la recherche.

Figure 01. Plan de cheminement de la thèse



PARTIE 1.

**COMPREHENSION DU PROCESSUS
ENTREPRENEURIAL**

Traiter du processus entrepreneurial requiert au préalable une bonne compréhension de l'entrepreneuriat, l'évolution de la recherche dans ce champ et un positionnement du chercheur (Tounès, 2003).

Il existe en effet plusieurs définitions et approches de l'entrepreneuriat et du processus entrepreneurial. Depuis son apparition, le terme entrepreneuriat n'a pas réussi à réunir un consensus autour de sa définition si bien que *« le seul consensus envisageable dans sa délimitation sémantique et conceptuelle est justement de reconnaître qu'il ne peut y avoir consensus »* (Vertraete, 2001). Il y va de même pour le processus entrepreneurial. Ainsi, *« en l'absence d'une définition scientifique acceptée par tous, il est de la responsabilité de chaque chercheur d'établir clairement ce qu'il entend par ces termes quand il les utilise »* (Bygrave et Hofer, 1991). Nous nous devons alors de nous positionner dans le champ de l'entrepreneuriat.

Cette partie, composée de deux chapitres a pour objectif de permettre une meilleure compréhension du processus entrepreneurial, à travers une revue de la littérature sur le sujet.

Ainsi dans le chapitre 1, nous présentons quelques définitions et approches de l'entrepreneuriat et du processus entrepreneurial. Nous présentons par la suite quelques modèles du processus entrepreneurial.

Dans le chapitre 2 nous abordons les fondements théoriques de la recherche sur le processus entrepreneurial. Nous y avons présenté dans la première section la théorie de la contingence comme base théorique de notre recherche. Dans la seconde section nous avons présenté des facteurs de contingence qui influencent le processus entrepreneurial.

Chapitre 1. ETAT DE L'ART SUR LE PHENOMENE ENTREPRENEURIAL

Trois approches fondent la recherche en entrepreneuriat : l'approche par les traits, l'approche par les faits, et l'approche processuelle.

Les premières recherches se sont intéressées à ce que fait l'entrepreneur (*What*) en démontrant les rôles remplis par ce dernier au niveau, non seulement de l'entreprise, mais aussi du système économique. Cette approche dite fonctionnelle qui relève du domaine économique a alimenté le sujet durant les deux derniers siècles.

Au début des années 50, l'approche par les traits (*Who*) utilisée surtout dans le domaine psychologique, sociologique ou de psychologie cognitive a pris le pas sur la première approche citée. Les chercheurs s'intéressaient alors à la personne de l'entrepreneur dont les facteurs psychologiques et les traits de personnalité constituaient les facteurs déterminants de la réussite ou de l'échec d'une entreprise nouvellement créée, et ce dans le cadre d'une démarche purement descriptive.

Depuis le début des années 90, l'entrepreneuriat renvoie à une approche fondée sur les processus (*How*) utilisée surtout dans le domaine des sciences de gestion, de l'action ou dans les théories des organisations. Gartner (1985) est présenté comme le précurseur de cette approche. On peut depuis lors saisir le phénomène entrepreneurial comme un processus, initié par un individu, l'entrepreneur, pouvant donner lieu à la création d'une forme organisationnelle (qui peut être une entreprise, mais pas nécessairement) selon Verstraete (2000).

La dimension processuelle reste une approche incontournable car multidisciplinaire pour étudier le phénomène entrepreneurial (Messaghem et Sammut 2011). L'approche par le processus, nous paraît ainsi plus conciliante et intégrative sous l'angle paradigmatique. Il s'agit donc à travers ce chapitre de présenter dans un premier temps et dans une conception paradigmatique l'entrepreneuriat, le processus entrepreneurial et ses différentes approches, et, dans un deuxième temps, quelques modèles conceptuels du processus entrepreneurial qui alimentent le sujet.

I. Lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat

Pour tenter de positionner l'entrepreneuriat dans la recherche, Verstraete et Fayolle (2004), ont mis en évidence quatre principaux paradigmes : le paradigme de l'innovation, le paradigme d'opportunité, le paradigme de création de valeur et le paradigme de création d'organisation. Dans cette section, nous nous inspirons de ces paradigmes pour tenter de comprendre la notion d'entrepreneuriat, les enjeux de l'entrepreneuriat et la notion du processus entrepreneurial.

1.1. L'entrepreneuriat, un concept polysémique

Malgré le grand intérêt que suscite l'entrepreneuriat, ce concept reste encore difficile à définir, pour dire qu'il n'y a pas d'accord, ni au sein de la communauté universitaire, ni chez les praticiens, sur le contenu de l'entrepreneuriat (Hernandez 1999). En effet, la revue de la recherche académique révèle d'emblée que le concept d'entrepreneuriat divise plus qu'il ne réunit (Tounès, 2003). Le constat est déjà formulé à l'aube de la genèse de ce champ par des auteurs de référence dans ce domaine parmi lesquels on peut citer : Shapero et Sokol (1982), Gartner (1990), Filion (1997), etc. Le terme d'entrepreneur possède un statut polysémique. Le champ de l'entrepreneuriat recouvre des objets qui apparaissent comme très divers (Bruyat, 1993). Aujourd'hui, de nombreux chercheurs admettent que des définitions différentes peuvent être utilisées selon les problématiques de recherche retenues.

La polysémie du vocable est illustrée dans une étude réalisée auprès d'hommes politiques, de chercheurs et de chefs d'entreprise de grande renommée, par Gartner (1990) qui a recensé quarante-quatre définitions de l'entrepreneuriat, qui semblent, conclut-il, refléter les différentes parties d'un même phénomène.

L'entrepreneuriat, selon Filion, (1997) se présente comme un "*champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales*".

Selon Hernandez (1999), l'entrepreneuriat au sens large comporte plusieurs aspects tels que la « PMIisation » juridique, la croissance interne, la franchise, l'essaimage, la reprise d'entreprise et la création ex-nihilo.

Dans le même esprit, Birley et Muzyka (1998) voient que le champ de l'entrepreneuriat prend un sens vague et varié dans lequel on retrouve les thèmes du rachat d'entreprise par les salariés, de l'acquisition d'entreprise par une équipe de direction extérieure ("*MBO : Management buy-out*"), du rachat d'entreprise par le management en place ("*MBI: Management buy-in*"), de la

franchise, du développement de nouvelles activités au sein des grandes entreprises ("*corporate entrepreneurship*"), des entreprises familiales et des entreprises publiques.

Scott (1998) quant à lui postule que "*l'entrepreneuriat consiste à mettre à profit de façon créative les valeurs de l'environnement*". Muzyka et Churchill (1998) définissent l'essence de l'entrepreneuriat comme "*la faculté d'identifier et de faire fructifier une valeur marchande en faisant coïncider une innovation et un besoin*".

Comme pour conforter ces divergences, l'Académie de l'Entrepreneuriat observe qu'"*À ce jour, on ne peut pas augurer d'un prochain consensus s'agissant d'une définition de l'entrepreneuriat (comme on ne peut croire en une définition de la firme, ou bien d'autres objets ou champs de recherche, quelle que soit la discipline d'ailleurs). La complexité du phénomène entrepreneurial et la diversité de ses manifestations expliquent sans doute que toute définition réduit, voire ampute, l'appréhension des formes qu'il revêt*". Forte de ce constat et dans le respect de son statut et de son rôle d'organisme fédérateur en matière de recherche, à titre indicatif et provisoire, l'Académie de l'Entrepreneuriat (2008), propose sa définition : "*Au sens large, le champ de l'entrepreneuriat couvre tous les aspects de l'engagement de l'entrepreneur, tant professionnels que personnels, qui apparaissent lors de la création de l'entreprise et tout au long du cycle de vie de celle-ci. Il s'étend aussi à la fonction sociétale de l'entrepreneur et à ses manifestations dans des contextes culturels variés*".

Toutefois, pour Julien et Marchesnay (1996), le vocable d'entrepreneuriat dans la littérature tourne généralement autour de trois concepts : l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise et la création d'entreprise. Il faut dire que toutes ces définitions placent l'entrepreneur au centre de l'entrepreneuriat. C'est pourquoi, nous nous proposons de découvrir qui est l'entrepreneur pour mieux cerner ce qu'est l'entrepreneuriat.

1.1.1. L'entrepreneur

Dans la littérature, l'entrepreneur est présenté comme un innovateur, qui identifie et exploite les opportunités et qui prend des risques pour créer de la valeur en mettant en place une organisation.

1.1.1.1. L'entrepreneur, un innovateur

Le concept d'innovation doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter ainsi qu'à l'École autrichienne (Jazziri et Paturel, 2009). L'innovation est une notion-clé dans la pensée économique. Dans le dictionnaire Larousse l'Innovation est définie comme l'*action d'innover, d'inventer, de créer quelque chose de nouveau (innover : introduire quelque chose de nouveau*

dans un domaine particulier) ; *ce qui est nouveau ; création, transformation*. Elle est ainsi le produit d'une démarche entrepreneuriale, et plus particulièrement celle de l'entrepreneur dynamique, celui qui, selon l'expression de Schumpeter, « nage contre le courant » et bouleverse la routine de la production⁸. Assimilée à un processus de « destruction créatrice », elle introduit une rupture dans l'équilibre économique et est à l'origine de fluctuations dans le processus de croissance. Schumpeter (1935) marque une évolution importante dans la compréhension de la fonction entrepreneuriale et fait de l'entrepreneur un agent économique d'une espèce particulière, le moteur du progrès technique qui fait des combinaisons nouvelles des moyens de production et réalise des innovations. L'auteur distingue alors l'innovation de l'invention. L'innovation implique une décision selon Schumpeter, (1939) qui la définit comme : « *toute tentative de faire les choses différemment dans le domaine de la vie économique devrait être considérée comme une innovation susceptible de fournir un avantage temporaire, et des profits, à une firme* ». L'invention, par contre, en tant qu'elle participe de la recherche fondamentale et non de celle appliquée, est une activité scientifique qui n'est pas nécessairement motivée par le progrès économique. Ainsi, l'entrepreneur ne peut être inventeur que lorsqu'il développe une technique que l'innovateur cherche à exploiter pour la création de richesses, c'est-à-dire qu'exceptionnellement. En tant qu'il se trouve au cœur du système capitaliste, l'entrepreneur est alors, pour Schumpeter, l'innovateur qui engendre « la destruction créatrice » en réalisant des innovations de produits, de procédés et de marchés... ». Cette « destruction créatrice » est la résultante de nouveaux produits et business models qui se lancent sur les marchés et qui remplacent les anciens. Ainsi, la destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme.

Schumpeter (1935) souligne que seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation d'"entrepreneurs" ; doués d'imagination ils font preuve d'initiative et de volonté et assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions et celui économique des innovations.

On s'aperçoit donc aisément que l'innovation tient bien sa place dans le champ de l'entrepreneuriat depuis fort longtemps et reste encore de grande actualité dans les travaux de recherche qui confortent davantage sa place dans ce domaine. Elle en constitue même « *le fondement, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un*

⁸ Encyclopédie Larousse en ligne, consulté le 1- juin 2017.

produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre » (Julien et Marchesnay, 1996).

Drucker (1985) partage largement les idées de Schumpeter et estime que : « *l'innovation est l'instrument spécifique de l'esprit d'entreprise* ». Celle-ci doit apparaître très clairement comme *le meilleur moyen de préserver et de perpétuer l'existence de l'entreprise, comme le fondement même de la sécurité de l'emploi et de la réussite de chaque manager.*

Emin et Schieb-Bienfait (2009) pour leur part, définissent l'innovation comme une « nouvelle combinaison productive », et en identifient cinq types :

- ✓ l'introduction d'un nouveau bien, ou l'amélioration significative de la qualité d'un bien existant ;
- ✓ l'introduction d'une nouvelle méthode de production ;
- ✓ l'ouverture d'un nouveau marché, en particulier un marché à l'exportation sur un nouveau territoire ;
- ✓ la conquête d'une nouvelle source de matières premières ou de produits semi-finis ;
- ✓ la création d'un nouveau type d'organisation industrielle.

A en croire Hayek, (1945), deux types de connaissances sont génératrices d'innovation : les connaissances scientifiques et les connaissances ordinaires même si l'innovation, au sens de Schumpeter (1939), proviendrait essentiellement des connaissances scientifiques.

Alter (2000) quant à lui propose l'innovation ordinaire qui est portée par l'ensemble des acteurs de l'organisation. Ces acteurs détiennent un savoir ou un savoir-faire particulier assimilables aux « *connaissances de circonstances particulières de temps et d'espace* » avancées par Hayek (1945). Des connaissances qui ont souvent un caractère tacite et qui peuvent bien contribuer à l'émergence d'innovations originales et difficilement reproductibles (Jacobson, 1992).

L'innovation correspond de ce point de vue, aux nouveaux produits, à de nouvelles méthodes de production ou d'organisation, aux nouveaux marchés, à de nouvelles sources d'approvisionnement et/ou de nouvelles structures du marché (Paturel, 2007).

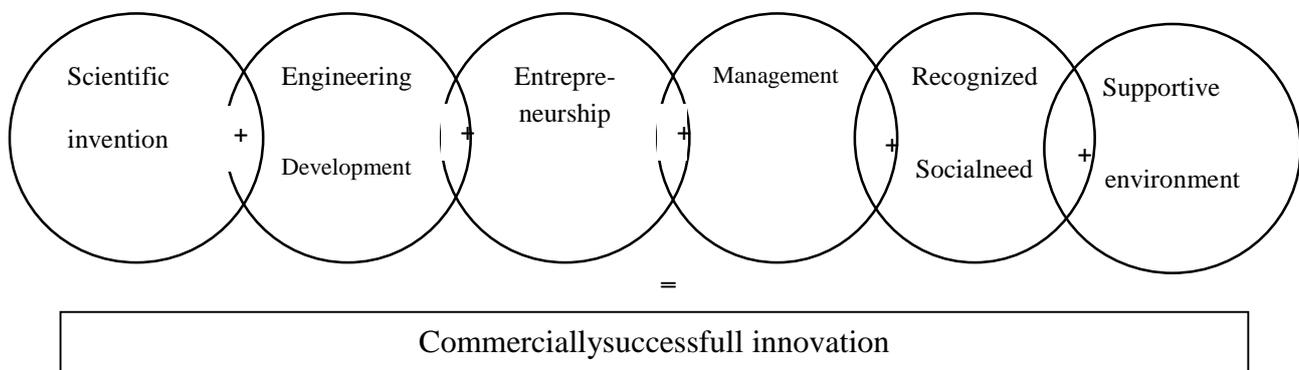
Le concept de l'innovation peut alors être employé largement dans le cadre d'une organisation à but non lucratif à l'instar d'une université et ce, dans le cadre de l'intrapreneuriat (Jazziri et Paturel, 2009). Certains auteurs parlent alors d'innovation sociale définie comme une « *intervention initiée par des acteurs sociaux, pour répondre à une aspiration, subvenir à un besoin, apporter une solution ou profiter d'une opportunité d'action, afin de modifier des relations sociales, de transformer un cadre d'action ou de proposer de nouvelles orientations*

culturelles », par le Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES)⁹, ou comme « toute nouvelle approche, pratique ou intervention ou encore tout nouveau produit mis au point pour améliorer une situation ou solutionner un problème social et ayant trouvé preneur au niveau des institutions, des organisations, des communautés » (Bouchard, 1999).

Ainsi vu, *entreprendre c'est innover, innover c'est entreprendre* (Verstraete et Fayolle, 2004). Pour ces derniers, de nature technologique ou de nature organisationnelle, l'innovation peut être radicale, systématique, sporadique ou globale. Autrement dit l'innovation peut être de rupture (radicale) ou plus incrémentale.

Toujours selon eux, l'idée que l'innovation est la source du développement économique dépasse largement la seule mise sur le marché de produits ou de services innovants par la firme établie et met en exergue le besoin d'entreprendre. Dans cette perspective, l'entrepreneuriat peut alors se réduire à une étape d'un processus plus large. Ce processus est matérialisé par la figure 1.1 suivante.

Figure 1.1.1. The innovation chain equation



Source: Martin (1994)

“Commercially successful innovations require the synthesis of scientific, engineering, entrepreneurial, and managerial skills, combined with a social need and a supportive sociopolitical environment, if a sustained chain reaction is to be achieved.” (p.30). Selon Verstraete et Fayolle (2004), l’auteur considère l’entrepreneuriat comme la condition *sine qua non* de l’exploitation de l’innovation. Les actes correspondants prennent alors des formes diverses, de la création ex-nihilo (sur laquelle il s’attarde davantage) au partenariat entre firmes établies, *spin-off*, intrapreneuriat ou encore acquisition (croissance externe).

⁹CRISES est basé au Québec (CANADA).

La place et le rôle de l'innovation ont été soulevés pour l'essentiel par des auteurs ayant travaillé sur l'entrepreneuriat technologique légitimant ainsi leur objet d'étude (entreprises innovantes, principalement en création ; spin-off universitaires, etc). L'impasse est alors faite sur des formes d'entrepreneuriat d'apparence modestes et pourtant tout aussi importantes et accessibles à des porteurs de projets aux ambitions ou valeurs plus sociales, voire solidaires (Verstraete et Fayolle, 2004). L'innovation dite sociale de ces formes d'entrepreneuriat semble occultée. L'innovation sociale se caractérise par son aspect immatériel, intangible (Bouchard, 2006). Pour cette auteure, les critères pour évaluer le « progrès » réalisé par/grâce à l'innovation sociale pourraient par exemple, du côté du destinataire, être reliés à la qualité et à l'effet du service sur l'utilisateur (effet direct) ou aux effets indirects qu'a sur lui cette consommation, mais aussi à l'évaluation des bénéfices collectifs à l'échelle d'un territoire (impacts sur l'emploi, sur l'environnement...). Elle précise enfin que « *l'économie sociale n'est pas toujours innovante. Lorsqu'elle l'est, les innovations sociales qu'elle porte, peuvent être reprises par des agents économiques ou des administrations publiques, sans pour autant conduire à des changements en profondeur* ».

Le paradigme, même élargi à l'innovation sociale semble donc incapable de prendre en compte la réalité de l'entrepreneuriat en économie sociale et solidaire (Emin et Schieb-Bienfait, 2009). Dans le contexte africain, Kamdem et al (2011), soulignent l'existence d'autres figures de l'entrepreneur adaptées aux contextes socioculturels ambiants telle la conception collective de l'entrepreneuriat marquée par la recherche du bien-être personnel, de la famille ou de la communauté (ethnique, villageoise), du fait des pressions sociales inhérentes aux valeurs sociales propres aux sociétés africaines.

1.1.1.2. L'entrepreneur, identifie et exploite les opportunités

Kirzner (1973) est à l'origine de la théorie de la découverte des opportunités entrepreneuriales. Le paradigme de l'opportunité se présente de façon explicite dans bon nombre de définitions du champ de l'entrepreneuriat. Un champ que Shane et Venkatarman (2000), définissent comme « *l'étude académique de comment, par qui et avec quels effets, les opportunités qui conduisent à la création de futurs biens et services sont découvertes, évaluées et exploitées* ».

Le concept a engendré un réel regain d'intérêt pour ce paradigme dans le domaine de l'entrepreneuriat, selon Chelly (2006). C'est ainsi que plusieurs définitions du concept sont alors proposées, les unes plus larges que les autres, en fonction des postures épistémologiques des chercheurs.

L'opportunité d'affaires tiendrait son origine du marketing, et serait née de la nécessité de répondre à des besoins non encore satisfaits sur le marché, selon Kirzner (1997).

Dans le Larousse, l'opportunité se définit comme « *la qualité de ce qui est opportun, l'occasion favorable, (opportun : qui convient aux lieux, au temps, aux circonstances, qui survient à propos). Les affaires quant à elles désignent l'ensemble des activités financières, commerciales, industrielles ; milieu où elles se pratiquent (ex : elle est dans les affaires) ; relation, suite d'opérations financières, commerciales (ex : traiter une affaire) ».*

En effet, pour ces auteurs « *l'opportunité est considérée, avant tout, comme une source de profit rendue possible par l'existence d'une demande solvable et de ressources requises disponibles* ». D'après Vankataraman (1997), l'opportunité entrepreneuriale consiste alors à fixer des idées, des croyances et des actions qui rendent possible la création de biens et services non encore disponibles sur le marché. Stevenson et Jarillo (1990), quant à eux, proposent de définir l'opportunité comme « *une situation future jugée désirable et faisable* ». Cette situation peut préexister à l'intervention de l'entrepreneur ou être le fruit de son activité. Quelle que soit son origine, la découverte de l'opportunité est un processus individuel que l'on peut également qualifier de subjectif. Ce processus cognitif est fondé sur une évaluation personnelle qui rend la situation plus ou moins favorable selon ses valeurs, son expérience.

Il est possible selon Dutta et Crossan (2005) d'opposer deux conceptions ontologiques relatives aux opportunités : la découverte et l'*enactment* (mise en scène, activation).

La première position d'inspiration positiviste conduit à considérer qu'il existe une réalité objective qui n'attend qu'à être découverte. Cette approche, partagée par Shane et Vankataraman (2000), suggère « *que les opportunités existent indépendamment des entrepreneurs qui les découvrent* ». L'entrepreneuriat s'intéresserait alors à la découverte et l'exploitation d'opportunités profitables. Dans le même registre Bonardi (1998), affirme que la fonction d'entrepreneur peut être scindée en deux contenus distincts :

- ✓ d'abord la *vigilance*¹⁰, qui permet de découvrir des informations et des opportunités de profit, mais qui n'implique pas de prise de risque en tant que telle ;
- ✓ ensuite l'exploitation de l'opportunité découverte, qui implique, elle, une prise de risque et des investissements de ressources (*décision*).

Kirzner (1973), définit la *vigilance* comme étant « *la capacité d'identifier, sans recherche, des opportunités qui ont été négligées jusqu'ici* ». Il pense que les opportunités existent dans

¹⁰Kirzner (1973) a été le premier à utiliser le terme « vigilance » pour expliquer la reconnaissance d'opportunités.

l'environnement mais que seuls les individus dotés de cette « vigilance », et pas les autres, identifient une opportunité, pour dire qu'une vigilance plus élevée augmente la probabilité de la reconnaissance d'une opportunité (Barès et al, 2004).

Le second courant de recherche qualifiée d'approche de *l'enactment* adopte une perspective constructiviste ou interprétative de la réalité. Dans cette conception, « *il peut exister des vérités objectives mais ces vérités interagissent et sont modelées constamment par l'observateur de telle sorte que l'action continue de l'observateur devient elle-même une part de la vérité* ». Cette conception est surtout en phase avec le subjectivisme de Kirzner si l'on en croit à ces auteurs.

En effet Kirzner (1979) définit l'entrepreneur comme étant celui qui, par sa *vigilance*, va révéler des opportunités de profit non encore mises à jour puis décider de les exploiter par lui-même. Et, c'est cette vigilance (et non la maximisation) qui définit l'essence même du comportement entrepreneurial selon Prouteau et al (2007).

C'est la capacité créative de l'entrepreneur qui permet le tri entre la découverte et la passivité, selon Chelly (2004), et l'« *état de vigilance* » en est l'élément discriminant, selon Kirzner (1979).

Verstraete et Fayolle, (2005) sont encore plus explicites sur cette approche car pour eux « *l'opportunité est une construction sociale naissant des interactions et des confrontations entre les porteurs du projet d'entreprendre et leur contexte d'évolution* ».

Quelle que soit la position ontologique retenue, il est possible de distinguer de nombreuses sources d'opportunités entrepreneuriales.

Pour Holcomb (2003), trois facteurs sont à l'origine des opportunités entrepreneuriales :

1. Les facteurs qui déséquilibrent le marché : il peut s'agir de changement dans les attentes et les préférences des consommateurs, les mutations de l'environnement, les changements de prix, la variation du pouvoir d'achat des consommateurs. De nombreux facteurs peuvent conduire l'économie au déséquilibre provoquant ainsi des opportunités entrepreneuriales. Ces activités d'exploitation de nouvelles opportunités vont permettre de ramener l'équilibre. Elles sont donc vitales pour le fonctionnement continu du marché, pour maintenir le *statu quo*. Mais lorsqu'on pense, selon l'auteur, à des entrepreneurs comme Henry Ford, Ray Kroc, ou Bill Gates auxquels nous ajoutons Steve Jobs, Mickael Dell etc., on comprend que l'entrepreneuriat joue un rôle crucial permettant d'aller au-delà du *statu quo*. Toutefois l'auteur précise qu'une fois anticipés, ces facteurs ne constituent plus une source de déséquilibre du marché.

2. Les facteurs qui améliorent les possibilités de production : Si certains facteurs qui améliorent les possibilités de production créent des opportunités entrepreneuriales, d'autres, par contre, pourraient, s'ils ne sont pas anticipés, être à l'origine du déséquilibre de marchés. Holcomb (2003) s'appuie sur l'approche néoclassique de la fonction de production pour montrer que la production peut être augmentée même si les inputs n'augmentent pas, ou qu'elle peut augmenter beaucoup plus que la hausse de la quantité des inputs. Il suffit pour cela que les inputs soient utilisés différemment et cette habilité relève de l'esprit entrepreneurial.

3. Les activités entrepreneuriales antérieures : une fois que l'opportunité est identifiée, évaluée et exploitée par un entrepreneur, elle peut engendrer d'autres nouvelles opportunités pour le même ou pour d'autres entrepreneurs. L'activité des autres entrepreneurs est une source importante d'opportunités, selon l'auteur. Le processus entrepreneurial en lui-même constitue la principale source d'opportunités entrepreneuriales. Cette idée semble partagée auparavant par Drucker (1985) qui avançait que les opportunités peuvent également être considérées comme le résultat d'actions entrepreneuriales, parfois inattendues. Mais aussi, par Kirzner (1997) qui considère que les erreurs entrepreneuriales passées conduisent à des situations de déséquilibre qui pourront être exploitées par de nouveaux entrepreneurs. En raison du caractère dynamique de l'environnement, la stratégie et les tactiques choisies pourraient ne pas être efficaces au moment de l'exploitation de l'opportunité, ou lorsqu'une mauvaise stratégie et/ou tactique auraient été choisies. Ainsi, les efforts déployés dans le processus entrepreneurial peuvent également à leur tour générer de nouvelles opportunités (Plummer, 2007).

En somme, pour Sarasvathy et al. (2002) l'opportunité entrepreneuriale consiste en :

- ✓ de nouvelle (s) idée (s) ou invention (s) qui peuvent conduire ou pas à la réalisation de finalités économiques rendues possibles grâce à ces idées ou inventions ;
- ✓ la croyance en des éléments favorables à la réalisation de ces finalités ;
- ✓ des actions pour mettre en œuvre ces finalités en passant par de nouveaux artefacts économiques spécifiques (les objets peuvent être des biens tels que les produits et services, et/ou entités, telles que les entreprises et les marchés et / ou des institutions telles que les entreprises et les marchés et / ou des institutions telles que les normes et les normes).

Ces auteurs proposent enfin une typologie d'opportunités entrepreneuriales à partir de trois conditions préalables à leur existence : la reconnaissance, la découverte et la création de l'opportunité.

1. La reconnaissance de l'opportunité

Si les sources d'offre et de demande existent bien évidemment, l'opportunité de les saisir à la fois doit être reconnue et le choix pour ce faire doit être mis en œuvre, soit par une entreprise existante, soit par une nouvelle entreprise.

La reconnaissance ou l'identification de l'opportunité entrepreneuriale est abordée sur la base de l'efficacité des marchés. En effet, on parle de l'efficacité du marché lorsque les consommateurs allouent leur revenu de façon optimale à la consommation et les ressources ou facteurs de production alloués également de façon optimale à la production. L'efficacité est atteinte dans un marché de concurrence pure et parfaite.

Ray et Cardozo (1996), affirment que la reconnaissance d'opportunités par des entrepreneurs prospectifs est précédée par un état de vigilance maximale à l'information. Ils appellent cet état « la conscience entrepreneuriale » ou « *entrepreneurial awariness* », qu'ils définissent comme étant « *la propension à repérer des informations sur les produits, les modèles de comportement, en se focalisant tout particulièrement sur les problèmes des producteurs et consommateurs, les besoins et intérêts et les nouvelles possibilités de combinaison des ressources* ».

2. La découverte de l'opportunité

Par contre, si c'est une seule source qui existe, lorsque, par exemple, la demande existe mais qu'il n'y a pas d'offre sur le marché, et vice versa, la source qui manque doit être découverte avant la mise en œuvre de l'autre. Exemples : concernant les applications dans les nouvelles technologies comme les ordinateurs, l'offre existe mais la demande doit être découverte.

3. La création de l'opportunité

Si ni l'offre, ni la demande, n'existent sur le marché, l'une ou les deux doivent être créées. Alors, des inventions ou innovations au niveau du marketing, de la finance, etc. doivent être réalisées pour ainsi, créer des opportunités.

Toutefois Barrès et al. (2004), avancent qu'on ne peut alors concevoir le processus de création et développement d'opportunités entrepreneuriales indépendamment de l'espace relationnel du créateur. Le tableau 1.1 suivant présente une synthèse qui intègre les trois approches de l'opportunité entrepreneuriale.

Tableau 1.1.1. Les trois approches de l'opportunité entrepreneuriale

View	Allocative view	Discovery view	Creative view
Whatis an opportunity	Possibility of putting resource to good use to achieve given ends	Possibility of correcting errors in the system and creating new ways of achieving given ends	Possibility of creating new means as well as new ends
Focus	Focus on System	Focus on Process	Focus on Decisions
Method	Opportunities recognized through deductive process	Opportunities discovered through inductive process	Opportunities created through abductive process
Domain of application	When both demand and Supply are known	Only one or the other known	When both Supply and Demand are unknown
Distribution of opportunity vectors	Opportunity vectors are equally likely	Existent, but unknown probability of opportunity vectors	Probabilities of opportunity vectors are completely non-existent
Assumptions about informations	Complete information available at both aggregate and individual levels	Complete information available at aggregate, but distributed imperfectly among individual agents	Only partial information even at the aggregate level and ignorance is the key to opportunity creation
Assumptions about expectations	Homogeneous expectations both at the micro and macro levels	Homogeneous expectations at the macro level; heterogeneous at the micro level	Heterogeneous at both the micro and macro levels
Management of uncertainty	Uncertainty managed through : Diversification	Uncertainty managed through : Experimentation	Uncertainty managed through : Effectuation
Definitions of success	Success is statistical artifact	Success is out living failures	Success is a mutually negotiated consensus among stakeholders
Unit of competition	Resources compete	Strategies compete	Values compete
Outcomes	Strategies for : Risk management	Strategies for : Failure management	Strategies for : conflict management

Source : Sarasvathy et al. (2002 ; p. 29)

De ce qui précède on peut affirmer, à la suite de Holcomb (2003) ainsi que de Sarasvathy et al. (2002) que le concept d'opportunité est bien au centre de la recherche en entrepreneuriat. Elle est le résultat d'un processus car, étant, à la fois, le point de départ de l'action d'entreprendre et la clé de voûte du développement de l'organisation dans le temps (Gartner, 1990).

On s'aperçoit aussi en accord avec Tessier-Dargent (2015) que ce concept repris par Shane et Venkataraman (2000), Hofer et Bygrave, (1992), Stevenson (1990) centre son intérêt sur la découverte, l'évaluation, et l'exploitation d'opportunités par des individus « compétents », ce qui, d'ores et déjà, fait songer à l'approche controversée dite « *par les traits* ». Une alternative consiste, selon Long et McMullan (1984) et Tessier-Dargent (2015), à considérer que l'opportunité n'est pas un objet préexistant, attendant d'être découvert, mais qu'elle est créée par l'entrepreneur, au fil de son parcours particulier, ce qui renvoie à la posture constructiviste de l'effectuation¹¹.

Les opportunités présentent un caractère à la fois endogène et exogène. Dans certains cas, l'entrepreneur est en quelque sorte celui qui n'a plus qu'à se saisir de l'opportunité alors que dans d'autres cas c'est lui qui est à l'origine de l'opportunité.

Que l'opportunité soit découverte ou créée, tout l'enjeu réside dans son exploitation¹².

Par conséquent, l'entrepreneur opportuniste, (Reynolds et al. 2002) qui ressemble à l'entrepreneur schumpetérien est surtout motivé par la recherche de gains économiques (Carsrud et Brännback, 2011 ; Gabarret et Vedel, 2015).

1.1.1.3. L'entrepreneur, un créateur de valeur qui prend des risques calculés

Le paradigme de la *création de valeur* en entrepreneuriat est fondé par Ronstadt (1984) d'après (Verstraete et Fayolle, 2005). "*Entrepreneurship is the dynamic process of creating incremental wealth. This wealth is created by individuals who assume the major risks in term of equity, time and/or career commitment of providing value for some product or service. The product or service may or may not be new or unique but value, must somehow be infused by some entrepreneur by securing or allocating the necessary skills and resources*". (Ronstad, 1984). De cette définition il ressort que la création de valeur est associée à la notion de risque. D'ailleurs, le mot "entrepreneur"¹³, lui-même désignait ceux que l'on appellera plus tard les fournisseurs aux armées. Dès l'origine, l'entrepreneur a alors été associé à l'aventure, avec une forte connotation militaire (Verin, 1982). Pour lui, quelle que soit l'époque considérée, l'activité de l'entrepreneur est assimilée à une action risquée. L'entrepreneur profite des connaissances des savants pour créer des produits utiles ; c'est l'agriculteur, le manufacturier ou le commerçant

¹¹ Nous reviendrons plus tard sur ce concept au niveau du point sur les modèles conceptuels.

¹² Il semble que les chercheurs s'accordent aujourd'hui sur la possibilité de percevoir ou de créer les opportunités (Sarasvathy et Venkataraman, 2010), ces «opportunités» restant le construit fondamental de la recherche en entrepreneuriat.

¹³ Le mot "entrepreneur", lui-même au même titre que le mot "manager", est né en France, à la fin du XVIIème siècle selon Verin (1982)

qui *"entreprend de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque"* Say (1972). Ce dernier ajoute que l'entrepreneur peut y compromettre, sa fortune et éventuellement y perdre son honneur, capital symbolique en cas de faillite.

Cantillon (1997), lui-même véritable entrepreneur, dépeint cet élément en ces termes : *L'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. Il effectue des achats à des prix certains pour se procurer tous les facteurs nécessaires à sa production. Ses ventes et ses recettes sont par contre aléatoires. Son revenu, le profit, est incertain.*

La création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner (1990). Le paradigme de création de valeur constitue une extension du paradigme de l'innovation adaptée au champ de l'entrepreneuriat (Jazziri et Paturel, 2009).

Un programme de recherche le Global Entrepreneurship Monitor (ou GEM) a été initié en 1997, par le Babson College et la London Business School, pour faire le lien à l'échelle des nations entre l'entrepreneuriat et la création de valeur (croissance économique). Le projet GEM s'est appuyé sur les travaux de Schumpeter pour aborder la relation entre entrepreneuriat et croissance. Le modèle retenu est un modèle évolutionniste où l'entrepreneur joue un rôle central au niveau de la croissance économique. En effet, en innovant sur le marché, l'entrepreneur amène une dynamique obligeant les entrepreneurs à s'adapter voire à sortir du marché.

Les premiers résultats de l'étude GEM (1999) qui portaient sur une dizaine de pays, ont montré que les variations de l'entrepreneuriat coïncidaient pour environ un tiers avec les variations de la croissance économique entre les pays étudiés. Le modèle GEM se compose de six variables principales (Volery et Servais, 2000) : la croissance économique, la dynamique économique, les opportunités et capacités entrepreneuriales, les conditions-cadres pour entreprendre, les conditions-cadres nationales, et enfin le contexte social, culturel et politique.

Sur le paradigme de création de valeur, la thèse de Bruyat (1993) est d'une contribution robuste. En effet, selon cet auteur, l'entrepreneur est celui qui entreprend, se met à faire, organise quelque chose : à savoir la création de valeur (une entreprise, une innovation...). Et, c'est là le cœur du domaine selon lui.

L'entrepreneur ne peut se définir qu'en référence à un objet (création de valeur), objet dont il fait partie, dont il est lui-même la source ou le créateur et dont il est également le résultat.

Le principe dialogique proposé par Morin (1989) signifie que deux ou plusieurs logiques sont liées en une unité, de façon complexe (complémentaire, concurrente et antagoniste) sans que la dualité se perde dans l'unité.

Bruyat (1993) enchaîne et soutient que l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneursip est la dialogique individu/création de valeur. Selon lui, la dialogique individu/création de valeur peut être définie comme suit :

- l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur, etc. Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la "chose" de l'individu, ce qui donne la relation suivante:

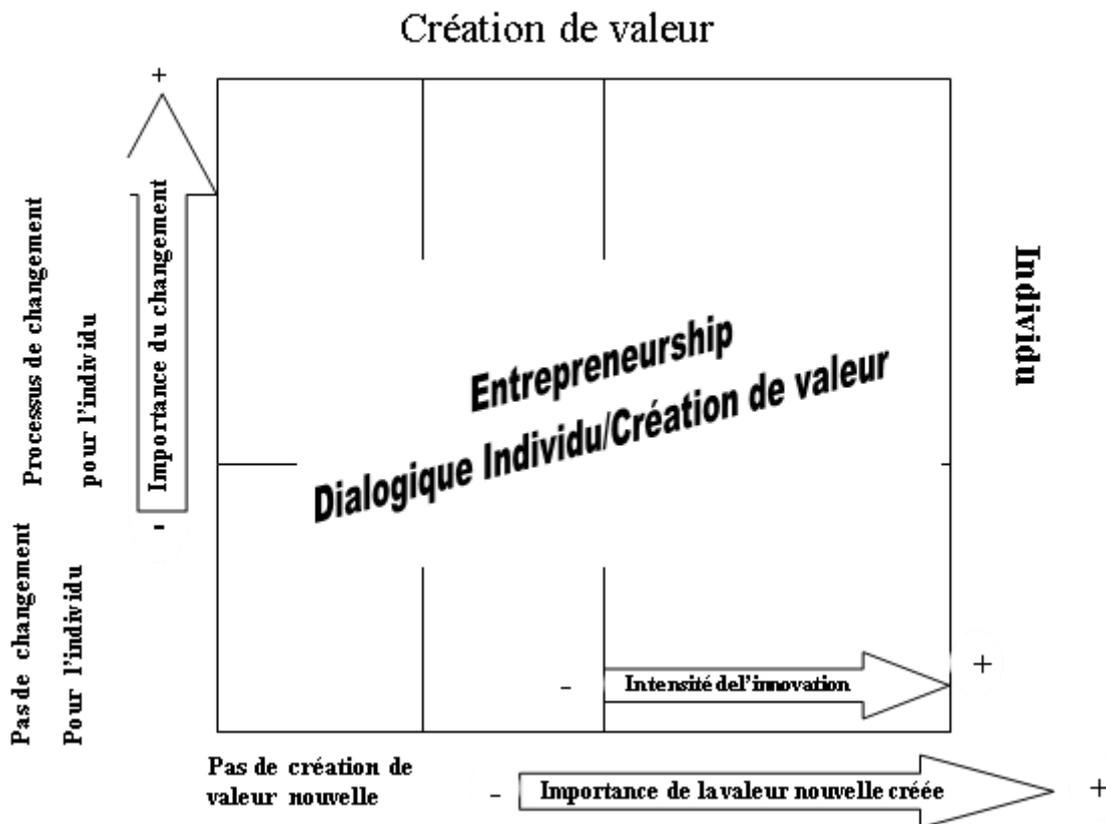
Individu --> création de valeur

- la création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une part prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...), on a alors la relation suivante :

Création de valeur --> individu

Pour que cette dialogique existe, il faut à la fois une liberté et une volonté stratégique de l'individu par rapport à l'objet. Bruyat (1993) présente la dialogique individu/création de la valeur dans la figure 1.2 suivante.

Figure 2.1.2. Dialogique Individu/Création de valeur



Source : Bruyat (1993)

Sur ce graphique on retrouve, *en abscisse le caractère plus ou moins nouveau de la valeur apportée* et *en ordonnée le changement qu'induit cet apport de valeur chez celui qui en est le promoteur*.

Pour Bruyat, l'innovation (réussie) correspond à une situation de forte création de valeur et celle-ci est supposée apporter un grand changement chez l'individu qui en bénéficie. Cette innovation trouve donc sa place à l'extrême droite de la figure.

Cependant, la grille de Bruyat a été largement critiquée par Paturel à maintes reprises (2006 et 2007), surtout au niveau du paradigme de la création de valeur. Selon Paturel (2007), les deux pratiques de l'entrepreneuriat étant la création ex-nihilo et la reprise, l'innovation peut intervenir dans le cadre de chacune de ces modalités afin de créer de la valeur nouvelle ou bien d'économiser de la disparition ou du gaspillage de valeur déjà présente. Ainsi, le fait de créer de la valeur nouvelle pose le problème de l'intensité de cette nouveauté (une innovation de rupture déclenchera a priori plus de valeur nouvelle que l'innovation mise en œuvre au sein d'une reprise d'organisation relativement saine ou avec des germes de difficulté (Deschamps et Paturel, 2005).

Si l'entrepreneuriat constitue un mécanisme majeur dans les processus de création de valeur (Kirchhoff, 1991), il n'en demeure pas moins que la création de valeur relève d'une diversité de pratiques qui ne se réfèrent pas toutes à l'entrepreneuriat (Degeorge, 2007). Pour ce dernier, ce qui peut démarquer ces différents mécanismes, les uns relevant de l'entrepreneuriat, les autres plutôt du management et de la gestion, est, peut-être, la notion de changement très prégnante dans la conception de Bruyat (1993). La création de valeur, à travers les mécanismes de l'entrepreneuriat, est une création de valeur 'nouvelle', c'est-à-dire qu'il y a ou qu'il y aura un changement, plus ou moins intense, dans l'environnement directement concerné par ces processus de création de valeur.

En définitive, on peut retenir dans le cas de l'entrepreneuriat que, la création de valeur renvoie à une valeur nouvelle qui renvoie, elle, à l'idée d'innovation. Il s'agit donc d'une valeur nouvelle issue de l'innovation.

1.1.1.4. L'entrepreneur, crée une organisation

Cette approche a émergé selon Emin et Schieb-Bienfait (2009) au cours de la période 1984-1990, avec notamment les contributions de chercheurs comme Carland et al. (1984) et Gartner (1988, 1990).

Il n'est pas facile d'identifier l'initiateur à l'origine du paradigme de création d'une organisation en entrepreneuriat (Verstraete et Fayolle, 2005). Les derniers pensent qu'on peut convoquer

Schumpeter, dans la mesure où l'entrepreneur conçoit l'organisation ou plutôt les nouvelles combinaisons, lesquelles correspondent davantage à une forme innovante permettant l'investigation des marchés qu'à la création d'une organisation telle que la travaillent aujourd'hui les chercheurs en entrepreneuriat. Cependant, Gartner, par ses écrits, semble être le chef de file de ce courant qui défend l'idée selon laquelle, l'entrepreneuriat est la création de nouvelles organisations. Cela apparaît bien, entre autres, dans la réponse qu'il donne à la question de savoir qui est entrepreneur et qui ne l'est pas : « *Ma réponse à ceux qui me demandent : "suis-je un entrepreneur ?" est "si vous créez une organisation, vous êtes un entrepreneur, si vous n'en créez pas une, vous n'en êtes pas un". Nous sommes ce que nous faisons* » (Gartner, 1993).

Vu sous cet angle, l'étude de l'entrepreneuriat va alors porter sur la création de nouvelles organisations, domaine si cher à Gartner. Il le confirme à travers la phrase suivante: « *I think that those who are familiar with some of my previous writings on entrepreneurship (Gartner, 1985, 1988, 1989, 1990) are aware that the domain of entrepreneurship that interests me is focused on the phenomenon of organization creation* » (Gartner, 1995).

La création d'organisation sous-entend qu'il n'en existait pas auparavant (Bouslikhane, 2011). Elle peut donc signifier l'ensemble des activités permettant à un individu de créer, de faire émerger une nouvelle organisation. L'image donnée dans ce cas peut-être, est celle d'un désordre (situation avant l'organisation) qui s'organise pour devenir une organisation (Bouslikhane, 2011). Pour cet auteur, l'émergence de la relation entre ordre et désordre peut être comprise de deux façons différentes : comme l'apparition de quelque chose qui était jusque-là invisible au sens de Gartner (1989), ou comme une construction de sens pour reprendre les travaux de Weick (1995).

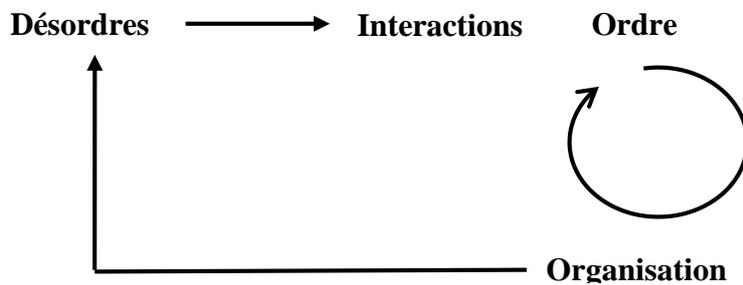
Ainsi, le processus de création d'une organisation peut être considéré comme un processus néguentropique¹⁴. Ce compromis entre ordre et désordre maintient l'organisation dans un équilibre dynamique et s'inscrit dans une approche qualifiée de conjonctive ».

Les entreprises sont envisagées comme des structures dissipatives si l'organisation est constituée d'ordre émanant du désordre. Cette conception de la création de l'organisation trouve ses fondements notamment dans les approches dialogiques développées par Morin (1989). La

¹⁴ La néguentropie c'est lorsque « *les systèmes ouverts, en interaction avec leur environnement, font que la recherche d'ordre et d'organisation modifie le système existant, alors que l'évolution vers le désordre ne requiert aucun effort particulier : l'ordre reste plus improbable que le désordre* » selon Schmitt et Bayad (2000).

dialogique entre l'ordre et le désordre est présentée par ce dernier à travers la figure 1.3 suivante.

Figure 3.1.3. La relation entre désordre, ordre et organisation



Source : Morin (1989)

L'idée de dialogique est également reprise à travers différentes recherches francophones qui présentent l'organisation comme le moyen et le résultat du phénomène entrepreneurial (Verstraete, 2002). Pour Verstraete (2002) la création d'organisation suppose une inexistence préalable de l'organisation pour finalement voir émerger celle-ci. Il s'agit donc selon lui beaucoup plus du processus conduisant à la naissance d'une organisation que de l'organisation elle-même. Le processus en question présente un caractère plus ou moins entrepreneurial dans la mesure où l'organisation émergente peut résulter d'une imitation, d'une reproduction d'activité ou encore d'un transfert d'activité déjà existante comme le souligne Bruyat (1993).

La littérature sur le type d'organisation dans le processus de création d'entreprise ne semble toujours pas assez abondante (N'Guessan, 2006). Une des classifications les plus célèbres est celle de Bruyat et Julien (2000) à travers laquelle ils distinguent quatre formes d'entrepreneuriat que sont : l'entrepreneuriat de reproduction, d'imitation, d'aventure et de valorisation.

L'entrepreneuriat de reproduction

Très peu de nouvelle création de valeur, généralement pas d'innovation, et très peu de changements pour l'individu. Ce serait le cas, par exemple, de la création d'un petit restaurant classique par un chef qui se lance en affaires pour lui-même après plusieurs années d'expérience dans le domaine. L'entrepreneur devient un travailleur autonome en réalisant une activité qu'il ou elle maîtrise déjà parfaitement.

L'entrepreneuriat d'imitation

Bien qu'il n'y ait pas de création de valeur nouvelle importante, l'entrepreneur doit observer des changements profonds dans son savoir-faire, son réseau de relations, etc. Le processus, implique beaucoup d'incertitude, le processus d'apprentissage est susceptible d'être long, et les

erreurs souvent fatales. L'entreprise créée est la même que dans le cas de l'entrepreneuriat de reproduction, mais le processus de création est très différent.

Il peut s'agir par exemple, du cas d'un cadre d'une grande entreprise à la recherche d'un changement radical de mode de vie qui crée un restaurant classique standard.

L'entrepreneuriat d'aventure

Ces cas sont rares (Apple, Microsoft, etc). Quand ils réussissent, ils conduisent à des changements radicaux dans l'environnement par le biais de la création d'une nouvelle valeur significative. C'est souvent une innovation, et parfois un nouveau secteur économique. L'individu subit également une transformation considérable, puisque l'objet créé, à son tour, génère un changement radical de la personne qui l'a créé. Plus le changement est significatif pour le projet et l'individu, plus grande est l'incertitude. La chance ou la capacité à saisir les opportunités au bon moment de l'individu joue également un rôle clé.

L'entrepreneuriat de valorisation

Ce serait le cas, par exemple, d'un ingénieur qui a déjà développé des projets innovants dans une grande entreprise, et qui va développer un nouveau projet pour lui-même, dans un domaine qu'il connaît bien, avec de bonnes perspectives de croissance. Il est l'un des rares à maîtriser vraiment la technologie en question, et il dispose d'un réseau de relations unique (clients et fournisseurs qui lui font confiance, les futurs employés avec un savoir-faire qui le suivront sans hésiter, etc). Il y a ici une innovation et une création de valeurs significatives à travers la valorisation de la qualité spécifique de l'entrepreneur.

Cette classification révèle que la création d'une organisation ne rime pas nécessairement avec l'innovation. Mais la présence de l'innovation augmente la valeur nouvelle créée.

Arocena et al (1983), quant à eux, partant des trois pôles (personnel, relationnel et professionnel) qui constituent le système d'action du créateur, ont analysé les situations particulières des créateurs. Ils ont élaboré une typologie des logiques d'action entrepreneuriale à partir d'une matrice construite autour des deux axes suivants :

– l'activité de l'entreprise créée est-elle en continuité ou en rupture par rapport à l'activité antérieure du créateur ?

– le créateur conserve-t-il ou non la clientèle pour laquelle il travaillait antérieurement ?

Le tableau 1.2. suivant présente la typologie des logiques entrepreneuriales d'Arocena et al (1983).

Tableau 1.2. Typologie des logiques entrepreneuriales

Par rapport aux clients antérieurs, les clients actuels sont :	Par rapport à l'activité antérieure du créateur l'activité de l'entreprise créée est :	
	Identique ou semblable	Différente
Les mêmes	Reproduction	Conversion
D'autres	Adaptation	Mutation

Source : Arocena et al. (1983, p.47),

Cette matrice permet de décrire quatre logiques d'action entrepreneuriale.

La **reproduction** : les créateurs s'appuient essentiellement sur leurs relations préexistantes, personnelles, mais surtout professionnelles.

Les reproducteurs (60 % des entreprises créées) sont mieux armés pour affronter les difficultés de la création d'entreprise car il leur suffit de reprendre les modèles qu'ils connaissent déjà par acquis social, culturel et professionnel.

L'adaptation : ils utilisent autant des relations « données », c'est-à-dire antérieures à la création, que des relations acquises.

La **mutation** : ici, les créateurs se servent largement de relations nouvelles, institutionnelles et surtout professionnelles, ce qui est logique dans une situation de rupture plus ou moins totale avec l'activité antérieure.

Les mutants (20 % des entreprises créées) sont dos au mur, contraints et forcés, ils quittent le monde des salariés le plus souvent à la suite d'un licenciement. La création de leur entreprise est leur dernière chance de vivre autrement qu'au chômage.

La **conversion** : dans cette catégorie (marginale en nombre de cas), le créateur change de produit mais conserve sa clientèle ou son réseau de distribution.

Dans la plupart des cas, ces créateurs dirigeaient auparavant une entreprise ou étaient intégrés dans un réseau commercial, aussi leur contact avec l'environnement s'établit aisément.

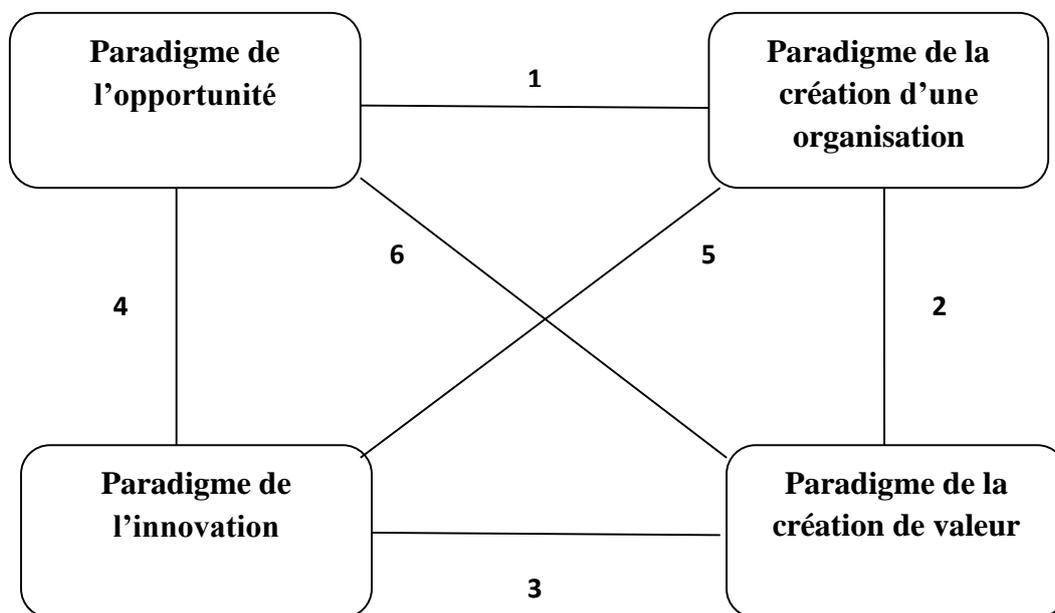
Dans cette optique, « *étudier l'entrepreneuriat revient à étudier comment une organisation vient au monde autrement dit les activités permettant à quelqu'un de créer une nouvelle entité plutôt que celles liées au développement, à la maintenance ou au changement d'unités existantes (théorie de l'émergence organisationnelle)* » (Gartner, 1993).

1.1.1.5. Pour une complémentarité des paradigmes de définition de l'entrepreneuriat

Il existe des complémentarités évidentes entre les paradigmes. Cette complémentarité a été évoquée par Gartner (1990) qui montre que les dimensions clés telles que l'innovation, la création de valeur, la création d'organisation, etc. sont empiriquement associées à la notion d'entrepreneuriat.

Pour illustrer cette idée de liens Verstraete et Fayolle (2004) proposent ce schéma qui met en exergue l'inter relation entre les paradigmes.

Figure 1.4. Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens



Source : Verstraete et Fayolle (2004 ; p.16)

La figure 1.4 permet de mettre en évidence six liens des plus illustratifs entre les quatre paradigmes.

Lien 1 : pour exploiter une opportunité, il convient de s'organiser d'une façon ou d'une autre. Les ressources diverses se cristallisent en une organisation ;

Lien 2 : l'organisation ne peut exister durablement (et l'entrepreneur conserver son statut par rapport à cette organisation-là) sans fournir à ses parties prenantes la valeur qu'elles attendent et dont elle tire les ressources nécessaires à son fonctionnement ;

Lien 3 : lorsque la valeur apportée est importante, une innovation en est souvent à l'origine, qu'elle soit organisationnelle, technique ou commerciale.

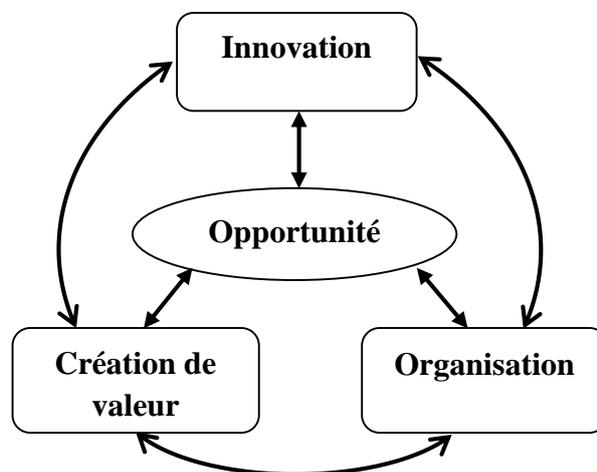
Lien 4 : une innovation peut correspondre à la construction d'une opportunité mise sur le marché, à la fourniture d'un nouveau produit ou service, à l'apparition d'une organisation nouvelle au sein du marché ou du secteur.

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

Lien 6 : une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur au moins pour celui qui l'a identifiée, l'identification pouvant renvoyer à la détection, à la construction ou à la combinaison des deux.

Une relecture des quatre paradigmes abordés montre bien qu'il y a un ou des liens entre eux. Il semble alors difficile de vouloir appréhender l'entrepreneuriat à partir d'un seul de ces paradigmes. Dans ce sens, Messeghem (2006) propose une approche multiparadigmatique de l'entrepreneuriat illustrée par la figure 1.5 ci-dessous et dans laquelle l'opportunité occupe une place centrale.

Figure 1.5. Pour une approche multiparadigmatique



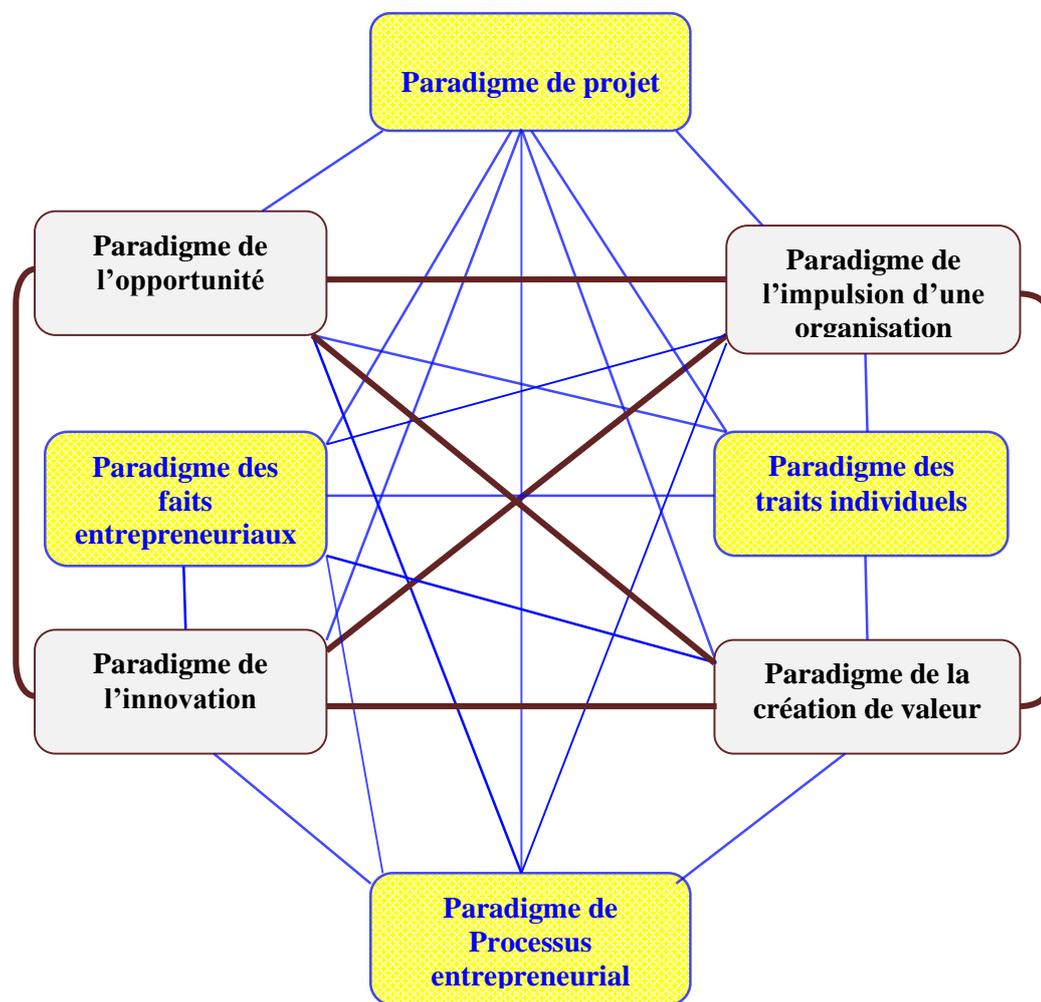
Source : Messeghem (2006, p.9)

La figure 1.5 ci-dessus montre bien que l'on ne peut pas s'enfermer dans un seul paradigme et prétendre appréhender l'entrepreneuriat. Elle montre également la place centrale qu'occupe l'opportunité au sein. De même, comme le souligne l'auteur, *traiter de la question de*

l'opportunité conduit inéluctablement à s'interroger par exemple sur l'organisation ou sur la création de valeur.

Enfin, Jaziri et Paturel (2009) s'inspirant de Paturel (2006) propose une relecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat en ajoutant quatre paradigmes à ceux présentés par Verstraete et Fayolle (2004). Il s'agit du paradigme des traits individuels, du paradigme de projet, du paradigme de processus entrepreneurial et du paradigme des faits entrepreneuriaux. Ce qui amène donc à parler de huit paradigmes en entrepreneuriat dont les liens sont présentés à travers le schéma suivant proposé par les auteurs.

Figure 1.6. Représentation des liens entre les huit paradigmes de l'entrepreneuriat



Source : Jaziri et Paturel (2009, p.15)

Cette figure 1.6 reclasse les huit paradigmes de l'entrepreneuriat selon les liens qui les unissent en trois catégories :

- ✓ la première catégorie met l'accent sur les paradigmes ayant des liens avec tous les autres à savoir les paradigmes *de projet*, *la création de valeur* et *l'impulsion d'organisation*. Cette catégorie est d'autant plus logique selon les auteurs que toute création d'entreprise

quelle que soit la forme du projet notamment (création ex-nihilo, essaimage, reprise d'entreprise ou intrapreneuriat) engendre une impulsion d'une organisation et, par conséquent, la création de valeur nouvelle ou existante (en cas de reprise) au sens de Paturel (2007) ;

- ✓ la deuxième catégorie de paradigme regroupe ceux qui intéressent le plus de chercheurs notamment : paradigme des processus; paradigme de l'opportunité d'affaire; paradigme des faits entrepreneuriaux et paradigme de l'innovation ;
- ✓ la troisième catégorie est liée au paradigme ayant le moins de liens avec les autres à savoir *les traits individuels*. Le peu de liens entre ce paradigme et les autres se justifie par son obsolescence.

Dans l'analyse de la complémentarité des paradigmes, plusieurs types de travaux de recherche (théories économiques, sociologie, etc.) seront successivement interrogés car il s'agit selon Hernandez (2006) d'une nécessité de traiter l'entrepreneuriat comme un processus, qui est encore à la recherche de son « one best way » théorique, un processus beaucoup trop complexe pour être décrit de façon satisfaisante par un seul référentiel théorique.

Pour mieux illustrer cette difficulté Hernandez évoque Gartner (2001) se prononçant sur l'important article de Shane et Venkataraman (2000): « *I believe that their article indicates that a theory of entrepreneurship that could encompass the variety of research efforts and ideas that reflect current entrepreneurship scholarship is unlikely. Is there an elephant in current entrepreneurship scholarship? Can the study of the parts of current entrepreneurship scholarship lead to a comprehensive theory in entrepreneurship? No* ».

De ce qui précède, on peut retenir que le recours aux paradigmes (ils sont omniprésents dans toutes les conceptions du sujet) est une issue heureuse pour qui cherche à définir l'entrepreneuriat. Aussi, se dégage-t-il entre ces paradigmes des liens dont la prise en compte permet une conception plus globale et donc multiparadigmatique de l'entrepreneuriat. Traitant du processus entrepreneurial (de l'idée à la création effective de l'organisation) dans le cadre de cette recherche la conception multiparadigmatique de l'entrepreneuriat semble mieux nous convenir. Elle permet en effet de cerner le phénomène dans sa globalité, en prenant en compte les liens entre les paradigmes.

Ainsi donc pour nous, l'entrepreneur c'est celui qui identifie une opportunité et qui innove pour créer de la valeur en mettant en place une organisation.
--

La question du statut de l'entrepreneuriat dans la communauté académique peut être éclairée par un regard sur l'évolution de la recherche en entrepreneuriat, Ceci nous amène à aborder l'entrepreneuriat comme domaine de recherche.

1.1.2. Les différentes approches de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un champ de recherche investi par plusieurs disciplines.

Casson (1991), constate et regrette cette lacune en ces termes : « *On peut dire de façon très catégorique qu'il n'existe actuellement aucune théorie de l'entrepreneur bien établie. Ce champ d'investigation a été abandonné par les économistes aux sociologues, aux psychologues et aux spécialistes de sciences politiques. À dire vrai, presque toutes les sciences sociales ont une théorie de l'entrepreneur, à l'exception des sciences économiques* ».

Il existe de ce fait différentes approches du phénomène exposées par les chercheurs en fonction de leurs domaines d'intérêt.

Trois approches ont toutefois émergé dans la littérature pour qualifier ou étudier l'entrepreneuriat : l'approche fonctionnelle (what) des économistes ; l'approche centrée sur les individus (why and who) utilisée par les spécialistes des sciences du comportement et l'approche processuelle (how) des gestionnaires. De façon à mieux appréhender l'entrepreneuriat dans le cadre de cette recherche, nous présentons successivement ces trois approches.

1.1.2.1. L'approche fonctionnaliste (What ?)

Si l'on se réfère à Gartner (1988) qui suggère que « *Research on the entrepreneur should focus on what the entrepreneur does and not who the entrepreneur is* », la question fondamentale qui se pose en entrepreneuriat est : « *Que fait l'entrepreneur ?* », Cette question est ainsi à la base de cette approche héritée des économistes avec à leur tête Schumpeter, qui est un des pionniers de l'entrepreneuriat, qui l'associe à l'innovation. Selon Benhabib (2000), cette approche, qui privilégie l'action, est associée à la prise de risque (Knight) à la situation de marché (Hayek) ; à l'efficience (Liebenstein); à la firme (Andrew et Penrose); à l'agence (Williamson) ou aux coûts de transaction (Coase).

Il s'agit dans cette approche, d'identifier d'une part, les fonctions que remplit le créateur du point de vue de son entreprise et, d'autre part, de comprendre le rôle joué par l'entrepreneur et la création d'entreprises dans les dynamiques socioéconomiques (Guyot et Van Rompaey, 2002). C'est, en effet, dès le 18^{ème} siècle que certains auteurs mettent en évidence l'importance de la fonction entrepreneuriale pour l'économie, mais leurs travaux demeurent marginaux par rapport au courant dominant, constitué des approches classiques et néoclassiques (Wennekers

et Thurik, 1999). Ce dernier démontre que les rôles remplis par l'entrepreneur au niveau, non seulement de l'entreprise, mais aussi du système économique, sont abordés par plusieurs auteurs, dont Evans (1959), Penrose (1972), Kirzner (1973) et Drucker (1985).

Pendant longtemps les économistes se sont peu intéressés à l'entrepreneur, ou tout au moins, s'y sont intéressés de façon tout à fait accessoire une fois oubliée l'impulsion donnée par Say (1972). Selon Hernandez, l'un des premiers auteurs modernes à avoir proposé une véritable théorie de l'entrepreneur est incontestablement Casson (1991) dans son ouvrage « *L'entrepreneur* ». Ce dernier propose une théorie de l'entrepreneur considéré comme un coordinateur. C'est l'existence de l'entrepreneur qui rend la coordination possible, coordination nécessaire au bon fonctionnement de l'entreprise. Et c'est de ce travail de coordination qu'il retire son gain : « *L'entrepreneur intervient en négociant avec les personnes concernées de façon à s'approprier au moins une partie, sinon la totalité des avantages de la coordination.* » (Casson, 1991).

Pour Drucker (1985) et Gasse (1988), les fonctions essentielles de l'entrepreneur sont de l'ordre de l'innovation et de la poursuite de l'efficacité. S'inscrivant dans cette approche, Uzinidis (2001) propose trois profils-types d'entrepreneurs : l'entrepreneur technologique, l'entrepreneur de proximité, l'entrepreneur traditionnel.

Selon lui, l'*entrepreneur technologique*, d'abord, est celui qui ressemble le plus à celui décrit par les économistes de la croissance. Initiateur d'innovations, il crée son entreprise dans les secteurs des hautes technologies souvent par de jeunes diplômés avides de pouvoir et d'ambitions financières, comme c'est le cas aujourd'hui avec la « *nouvelle économie* » de l'information et de la communication, les réseaux télématiques et les biotechnologies. Mais la pertinence de la théorie économique libérale sur ce sujet s'arrête là. Selon l'auteur, la réussite de ce type d'entreprise dépend des politiques publiques en matière de recherche et d'industrie, ainsi que de la stratégie des grandes entreprises qui facilitent la création des petites entreprises innovantes.

L'*entrepreneur de proximité*, lui, est situé à l'autre extrémité de la hiérarchie sociale. Il est directement le produit du désordre économique actuel et des mesures appliquées par les gouvernements pour tenter de remédier au chômage et à la précarité. Il bénéficie de l'aide à l'emploi et prend souvent naissance au sein des mouvements associatifs. Son entreprise se situe essentiellement dans les services aux personnes et dans la production artisanale de petites séries. Il réinvente des métiers dévalorisés, ou autrefois pris en charge par la famille élargie : restauration et soins à domicile, soutien scolaire, travaux ménagers, etc. Cet entrepreneur valorise souvent une expérience professionnelle et fait appel à ses relations familiales,

personnelles et politiques pour s'infiltrer dans une économie bien localisée (village, quartier d'une ville).

A côté de l'entrepreneuriat libéral nord-américain qui valorise l'innovation et qui magnifie le culte de l'individu, Torres (2001), évoque trois types d'entrepreneuriat qui puisent leurs racines dans d'autres régions du monde : *l'entrepreneur en réseau* qui trouve ses sources dans l'organisation industrielle de la sous-traitance (par exemple au Japon) ; *l'entrepreneur corporatiste* dont la France fournit un terrain d'élection particulièrement fertile et *l'entrepreneur informel* qui s'illustre essentiellement en Afrique et dans certains pays d'Asie. L'Africain n'est pas un acteur atomisé, il est fortement socialisé et sa référence à l'ethnie, au clan, à la famille élargie, est permanente. La solidarité au groupe est fondamentale et cette logique reste totalement extérieure à l'entreprise au point d'en dévier son fonctionnement par les exigences de solidarité. La relation de pouvoir réinjecte des ressources, faute desquelles les obligations communautaires ne pourraient être durablement satisfaites. La logique au groupe et les contreparties du pouvoir sont l'avant et le revers de la même pièce. Pour satisfaire à une logique extérieure à l'entreprise, on introduit des distorsions dans la logique entrepreneuriale. Mais cette déviance est fondamentalement dangereuse, car il n'y a plus incitation à l'amélioration de la productivité (Albagli et Henault, 1996).

L'entrepreneur traditionnel existe de tout temps, en période de désordre ou de stabilité institutionnelle. Il s'agit du petit commerçant, de l'artisan, du sous-traitant des grandes entreprises. Sans envergure et sans grande possibilité d'agrandissement, il s'appuie sur la tradition économique de la famille ou travaille sous la tutelle d'un donneur d'ordres.

On peut retenir de cette approche qu'elle relègue le *qui* c'est-à-dire la personne même de l'entrepreneur au second plan et privilégie plutôt ce qu'il fait.

1.1.2.2. L'approche centrée sur les individus (Who/Why ?)

L'approche centrée sur les individus encore appelée approche par les traits est défendue par ceux qui considèrent que les dispositions ou les traits constituent les unités de base dans l'étude de la personnalité.

Certains auteurs : Ronstad (1984), Stevenson et Jarillo (1990) ; Timmons (1994) ; etc., privilégient, par exemple, les dimensions psychologiques, d'autres les aspects sociologiques, et d'autres encore les composantes économiques, financières ou managériales. Toutefois la perspective psychologique, déclinée sous le vocable d'école behavioriste, semble la plus répandue (Guyot et Van Rompaey, 2002).

L'idée de base était que les entrepreneurs ont un profil différent du reste de la population et que l'étude des caractéristiques propres à un entrepreneur permettrait de mieux le connaître et de pouvoir prédire plus précisément l'acte d'entreprendre.

Les traits peuvent être décrits par des attributs stables et cohérents susceptibles d'exercer des effets stables et cohérents sur le comportement; par exemple : la prise de risque. Le langage des « *traitistes* » est parsemé de termes tels que *facteurs, dimensions, attitudes, dynamiques, caractéristiques, etc...* et dans lequel la *personnalité* est appréhendée à travers des dispositions générales sous-jacentes qui influencent fortement et d'une manière stable et cohérente le comportement de l'individu par le biais de situations si l'on en croit Benhabib (2000).

De nombreuses études présentent les caractéristiques de la personnalité des entrepreneurs. Pour DeGeorge (2007), Mc Clelland est peut-être le premier chercheur incarnant cette approche psycho-sociologique de l'entrepreneuriat en présentant différentes caractéristiques significatives de la personnalité du dirigeant. Pour lui, les principales caractéristiques des entrepreneurs sont un besoin élevé d'accomplissement (*'need for achievement'*) et une forte confiance en eux (confirmé par Autio et al. 1997 ; Collins et Moore, 1970 ; etc.).

Timmons et al (1985) ont donné une synthèse des principales caractéristiques et comportements des entrepreneurs à travers une cinquantaine de recherches traitant de l'entrepreneuriat. Pour Tait (1995), les qualités communes des chefs sont: la vision stratégique, les relations humaines, la capacité à motiver autrui, l'intégrité, la sincérité, l'ambition et la persévérance.

En opérant des croisements culturels par rapport aux caractéristiques des entrepreneurs à succès, considérant les pays et les types d'affaires, McClelland (1987) a identifié trois groupes d'attitudes entrepreneuriales :

- 1) Les entrepreneurs semblent plus proactifs (ils prennent des initiatives, ils sont affirmatifs et autoritaires) ;
- 2) les entrepreneurs ont une orientation vers l'accomplissement (ils voient et vont vers les opportunités, ils ont une orientation vers l'efficacité dans leurs actes, ils ont un désir de produire ou de vendre des produits ou service de bonne qualité, ils planifient leurs actions, et ils ont des procédures de contrôle) ;
- 3) les entrepreneurs ont un engagement envers les autres (ils ont un engagement au contrat de travail, et reconnaissent l'importance du relationnel dans les affaires).

Bygrave (1989) quant à lui soutient que les entrepreneurs sont largement au-dessus de la moyenne en ce qui concerne leur désir d'exceller (motivation d'accomplissement), leur optimisme personnel, leur volonté à gérer leur destin et leur bonne volonté à prendre des

risques. L'émergence de l'entrepreneur peut aussi être expliquée par l'insatisfaction dans le travail (Gartner, 1985).

En se basant sur le modèle d'analyse de l'engagement de Bruyat (2001), Fayolle et al (2004) introduisent le concept *d'engagement* comme le trait d'union entre l'intention et la création d'une nouvelle entreprise.

Bruyat (2001) expose deux cas distincts où les individus sont confrontés à des choix décisifs. Dans le premier cas, l'entrepreneur a deux alternatives : soit il reste dans son entreprise (et il abandonne momentanément son projet) soit il démissionne pour créer sa propre entreprise.

Le deuxième cas a pour alternative, soit de se consacrer entièrement à son projet de rechercher un emploi ou soit de revenir à la recherche d'emploi au cas où le projet de création serait un échec. Bien que les deux situations soient différentes, elles participent d'un processus qui inclut un ensemble d'actions et de décisions dans le temps et qui se met progressivement en marche et entraîne les individus à un stade de quasi-irréversibilité qui les focalise de plus en plus sur leur projet.

L'éducation, les expériences professionnelles antérieures, la formation, le sexe, la famille peuvent également avoir une influence sur les intentions et les décisions entrepreneuriales (Tounès, 2003 ; Basu et Virick, 2008 ; Giacomini et al, 2010 ; Nishantha, 2009 ; Benredjem, 2009 ; Boissin et al, 2004 ; Gasse et al, 2006 ; etc.).

De nombreuses études ont démontré la surreprésentation des entrepreneurs ayant un père ou une mère entrepreneurs comparativement à la population, en général, (Shapiro, 1975). En outre, le besoin d'accomplissement ne fait pas l'unanimité dans toutes les études concernant le processus entrepreneurial.

La caractérisation, qu'elle porte sur le plan psychologique, sociologique ou autre, des entrepreneurs et des créateurs d'entreprise s'accompagne parfois de tentatives de classification suivant ces caractéristiques. Une des typologies les plus célèbres est celle proposée par Filion (2000)¹⁵ dans le tableau 1.3 suivant.

¹⁵ Filion (2000) recense une vingtaine de critères parmi ceux le plus couramment utilisés pour l'élaboration de typologies en entrepreneuriat que sont : Concept de soi, Engagement, Racine systémique, Vision, Système relationnel, Délégation, Finalité, Autonomie, Internalité, Capacité d'adaptation, Créativité, Innovation, Besoin de réalisation, Besoin de pouvoir, Besoin de reconnaissance, Besoin de sécurité, Attitude face à la croissance, Attitude dans les relations interpersonnelles, Attitude face aux profits, Attitude face au risque, Style de leadership, Style de management, Style de prise de décision et Style stratégique.

Tableau 1.3. Typologie des entrepreneurs (Filion, 2000)

Auteurs	Date	Typologies
Smith	1967	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur artisan 2. L'entrepreneur opportuniste
Collins et Moore	1970	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
Laufer	1975	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le manager ou l'innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan
Miles et Snow	1978	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
Vesper	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs : 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls 2. Bâtisseurs d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèles existants 5. Exploitants d'économies d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomerats 10. Spéculateurs 11. Manipulateurs de valeurs apparentes
Julien et Marchesnay	1987 1996	Deux types de propriétaires-dirigeants : 1. PIC (pérennité, indépendance, croissance) 2. CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)
Carland, Hoy, Carland	1988	Deux types d'acteur organisationnels : 1. L'entrepreneur 2. Le propriétaire de PME
Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs : 1. Artisan 2. Orienté vers le risque 3. Orienté vers la famille 3. Managérial
Filion	1998	Deux types d'entrepreneurs : 1. Opérateur 2. Visionnaire
Marchesnay	1998	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Isolé 2. Nomade 3. Notable 4. Entreprenant
Duchéneaut	1999	Socio-style de créateurs d'entreprises 1. Rebelles (28%) 2. Matures (41%) 3. Initiés (25%) 4. Débutants (6%)

Source : Filion (2000, p.4)

Plusieurs limites ont été relevées en ce qui concerne l'approche par les traits. Il semble impossible de trouver chez un seul individu toutes les qualités que l'on exige de lui pour réussir,

selon même les tenants de cette approche (Fonrouge, 2002 et Bayad et al, 2007 : cités par Omrane et al, 2009). Les traits de personnalité et les motivations ne discriminent pas les entrepreneurs qui réussissent de ceux qui échouent, selon Sexton et Bowman (1985), Brockhaus et Horwitz (1986), Stevenson et Jarillo (1990), Baron (1998) cités par les mêmes auteurs.

Dans plus, Gartner (1988) se demande, si le fait de distinguer l'entrepreneur du non entrepreneur permet pour autant de se rapprocher d'une définition de l'entrepreneur ou de l'entrepreneuriat, conseillant aux chercheurs de focaliser leur travail sur ce que fait l'entrepreneur, l'approche par les traits et les définitions qu'elle engendre posant plus de questions qu'apportant de réponses.

En effet, tout individu est influencé par son environnement et son évolution au cours du temps. L'approche par les traits ne permet d'expliquer pourquoi des individus œuvrant dans des environnements et des contextes similaires réagissent différemment. Enfin, il est réducteur d'expliquer l'entrepreneuriat en se référant à quelques traits psychologiques ou sociologiques (Stevenson et Jarillo, 1990). Il semble alors important de s'engager vers des pistes qui prennent en compte l'aspect processuel et dynamique de l'entrepreneuriat (Schmitt, 2005) afin de pouvoir présenter l'entrepreneuriat en tous ses aspects.

1.1.2.3. L'approche processuelle (How)

Alternative possible à l'approche par les traits, le processus permettrait, d'une certaine façon, de prendre davantage en compte les actes et les activités, en s'intéressant à la question du '*comment*' (Degeorge, 2007). Les principaux auteurs de cette approche sont entre autres Gartner (1985,1988) ; Bygrave et Hofer (1991) ; Bruyat (1993) ; Shane et Venkataraman (2000) ; etc. L'entrepreneuriat est un champ qui étudie la pratique des entrepreneurs pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales (Fillion, 1997). Il s'agit « *d'analyser les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité* » (Fayolle, 2003). Pour Bygrave (1989), « *Entrepreneurship is a process of becoming rather than a state of being* ».

La question du *comment* (how) renvoie alors à la notion du processus entrepreneurial. Le domaine de l'entrepreneuriat n'est plus centré sur l'entrepreneur mais sur le processus entrepreneurial (Hernandez, 1999 ; Fayolle, 2000). L'attention du chercheur est donc dirigée vers le processus menant à la création d'une entreprise et vers les actions et décisions que l'aspirant entrepreneur devra poser s'il veut que son projet devienne réalité (Carter et al, 1995). Selon Bouslikhane (2011), Gartner (1985) est précurseur dans cette approche, suivi des anglo-saxons Bygrave et Hofer (1991) et plus tardivement, des francophones Bruyat (1993) et Fillion

(1999). En rappel, pour Gartner (1985), la dimension “process” est une des variables du modèle du processus de création.

Pour mieux comprendre le processus entrepreneurial, les chercheurs ont fait recours au concept sociologique de logique d’action développé et formalisé par Amblard et al (1996).

« *Les logiques d’action constituent de puissants moteurs qui vont diriger l’acteur et son projet vers le passage à l’acte d’entreprendre* » d’après Fayolle (2003).

Hernandez (2006), affirme à son tour que le travail fondateur concernant l’application du concept de logique d’action au processus entrepreneurial, est incontestablement celui d’une équipe de sociologues : Arocena et al. (1983). Ces derniers se placent dans une perspective sociologique et considèrent « *la création d’entreprise comme la mise en mouvement d’acteurs sociaux divers dans un contexte particulier, global ou local* ». Pour Hernandez (2006), quelles que soient la diversité et la complexité des parcours individuels des entrepreneurs, les éléments de leur histoire individuelle et sociale se rassemblent autour des trois pôles d’Arocena et al (1983), constituant un système d’actions, provoquant l’apparition ou la disparition du projet de création. Ces pôles sont : le pôle personnel, le pôle relationnel et le pôle professionnel. Il donne une définition de ces pôles en se référant aux travaux desdits auteurs.

Le pôle personnel fait référence à la biographie du créateur : son histoire personnelle, sa région d’origine, les divers lieux où il a vécu et travaillé ; les différentes formations suivies, initiales ou complémentaires, les disciplines étudiées, sa mobilité professionnelle dans la même entreprise ou dans plusieurs entreprises, dans le même secteur ou dans plusieurs secteurs. Ses motivations sont un élément moteur de l’émergence de l’idée de créer : « *Placées entre ce qu’il vit et les projets vers lesquels il tend, les motivations sont au centre du pôle personnel.* ». Ses projets, même peu formalisés au départ, sont une force qui le mène de l’apparition de l’idée de créer jusqu’à la définition d’un projet clair qui sera systématiquement poursuivi.

Le pôle relationnel décrit l’environnement immédiat du créateur, les réseaux de relations qu’il s’est peu à peu constitués dans sa vie quotidienne, à trois niveaux : familial, professionnel et social. L’environnement familial d’abord est un premier déterminant essentiel du processus entrepreneurial. Il le facilite ou l’inhibe. Le réseau professionnel, ensuite, va être utilisé à certains moments de la création, plus ou moins fortement selon les besoins. Le créateur, enfin, s’appuie sur son réseau social au sens large, connaissance du milieu local et de ses mécanismes, relations avec des membres d’institutions diverses, administrations, commerciales, politiques.

Le pôle professionnel prend en compte le vécu professionnel et la connaissance de la vie de l’entreprise, les acquis professionnels accumulés. Ces acquis peuvent être la maîtrise d’un savoir-faire, d’une technologie particulière, les compétences liées à un métier. Cela peut être

aussi la connaissance d'un produit ou d'un service et son marché, la maîtrise de la gestion, l'expérience de la vie en entreprise, l'expérience antérieure de la création d'une autre entreprise, la connaissance approfondie d'un contexte industriel local.

Ces pôles présentent les caractéristiques suivantes (Arocena *et al*, 1983) :

- ils sont indissociables : « Il n'est pas possible de trouver la présence isolée de l'un d'entre eux ; toute création réussie, – au moins dans une certaine mesure, prend nécessairement appui sur ces trois pôles » ;

- ils sont en interaction constante : « Ce ne sont pas trois domaines séparés, ayant chacun sa propre dynamique. Les caractéristiques attribuées à l'un des pôles vont nécessairement entraîner des modifications et une structuration spécifique des autres et réciproquement. » ;

- le poids des pôles n'est pas constant : « Aussi le poids et l'importance des trois pôles sont variables et donnent des caractéristiques spécifiques au processus de création inaugurée dans le processus de déclenchement ».

On voit donc que le processus est abordé dans la littérature sous divers angles. Certains essaient d'identifier les éléments déclencheurs de la création et leur impact sur le développement de l'entreprise. Comme le souligne Janssen (2000 : cité par Guyot et Van Rompaey, 2002), ces éléments peuvent être « positifs », comme c'est le cas de la perception d'une opportunité de marché (Hakim, 1989 ; Storey, 1994 ; Penrose, 1959 ; Gort et Klepper, 1982 ; Geroski et Schwalbach, 1991) ou « négatifs », comme la perte d'un emploi (Wynarczyk *et al*, 1993 ; Janssen, 2000). Toujours selon Guyot et Van Rompaey (2002), Owens (1978) adopte une démarche anthropologique pour l'analyse du processus de création et considère tant les stratégies que les mobiles des créateurs. Ganty et Hiernaux (1981) abordent quant à eux, entre autres, la question des « événements déclencheurs » d'un point de vue sociologique et articulent ceux-ci avec la trajectoire biographique des créateurs, sur la base d'entretiens réalisés avec des créateurs francophones belges.

Finalement, le processus de création est un champ de recherche riche et diversifié. La notion de processus permet de ne plus se limiter à l'entrepreneur en tant que tel, mais de l'envisager comme faisant partie d'une globalité. Schmitt (2009) affirme que de nouveaux thèmes de recherche ont pu voir le jour à partir de cette approche par les processus : l'entrepreneuriat familial, la reprise d'entreprise, la franchise, l'entrepreneuriat féminin, l'entrepreneuriat ethnique, l'opportunité d'affaires, la création de valeur, l'accompagnement entrepreneurial, le projet entrepreneurial, etc. Les écrits qui y sont consacrés sont, en effet, nombreux et abordent la question suivant des angles très diversifiés. Bien qu'ils ne soient pas toujours à l'abri des dérapages normatifs et idéologiques, les auteurs estiment que ces travaux mettent bien en

évidence, comme le résumant Moati et al (1997), le triple ressort économique de l'activité créatrice d'entreprise :

- certaines caractéristiques des créateurs
- le contexte macroéconomique
- les caractéristiques sectorielles.

Toutefois, l'approche par le processus comporte aussi des limites. En effet, cette approche situe l'effort de recherche pendant la période de gestation du projet d'entreprise et donc peu utile pour prédire l'occurrence du phénomène et l'identité de l'acteur (Audet, 2001). Le tableau suivant nous présente une vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat.

Tableau 1.4. Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat

Questions principales	What (approche fonctionnelle)	Who/Why (approche sur les individus)	How (approche sur les processus)
Echelle du temps	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
Domaine scientifique principal	Economie	Psychologie Sociologie Psychologie cognitive Anthropologie sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des organisations
Objet d'étude	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles Traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
Paradigme dominant	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme Positivisme
Méthodologie	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative Quantitative
Hypothèse de base	L'entrepreneur joue (ou ne joue pas) un rôle dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
Lien avec la demande sociale	Etat Collectivités territoriales Responsables économiques	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateur	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Educateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : Fayolle (2005, p.17)

Le tableau 1.4 rappelle que différentes disciplines se sont intéressées, et continuent de s'intéresser, au phénomène entrepreneurial. Il ressort que l'approche fonctionnelle se concentre sur les fonctions de l'entrepreneur par rapport au fonctionnement économique de la société. Cette conception de l'entrepreneuriat (par les faits) n'est pas jugée plus convaincante pour les chercheurs que l'approche par les traits. L'approche sur les individus propose d'étudier l'entrepreneur et ses caractéristiques personnelles. Chaque auteur donne une définition traduisant sa propre vision de l'entrepreneur et, même si des chevauchements existent entre les différentes tentatives (Sharma et Chrisman, 1999), de nombreuses typologies ont contribué à rendre compte de la diversité de l'acteur et à conclure que chaque entrepreneur est un individu à part entière que l'on ne peut définir comme un type unique (Ettinger, 1989). Enfin, l'approche sur les processus s'intéresse au processus entrepreneurial (création d'activités, d'organisations...).

L'entrepreneuriat n'est plus un simple phénomène de mode. Au-delà de la seule observation des pratiques de gestion individuelle d'unités de petite taille, force est de constater l'émergence d'une société et d'une économie entrepreneuriales, suscitant l'attention des politiques, en termes notamment de dispositions législatives destinées à accompagner, puis à encourager la création d'entreprises » (Hernandez et Marchesnay, 2008). Les enjeux sur le sujet sont donc importants.

1.2. Les enjeux de l'entrepreneuriat

Les enjeux liés à l'entrepreneuriat s'expriment généralement en termes d'attentes ou d'impacts possibles de l'entrepreneuriat sur l'individu et sur la société.

1.2.1. Les enjeux pour l'individu

Le mouvement des créations d'entreprise redonne à la personne de l'entrepreneur un rôle primordial dans la vie du XXIème siècle.

Fleischmann (2006), passe en revue, à travers les âges et les continents, depuis la démocratie athénienne jusqu'à la Grameen Bank au Bangladesh, le rôle émancipateur de l'entrepreneuriat pour les femmes, les esclaves, les citoyens en général, et tente de démontrer comment l'aventure entrepreneuriale crée de la valeur, y compris sociale, pour l'individu et son environnement, libérant le potentiel créatif et jouant un rôle moteur dans l'intégration sociale et le développement personnel. L'entrepreneuriat serait ainsi une forme d'émancipation.

Brasseur (2010), quant à lui évoque l'entrepreneuriat, comme un processus de résilience¹⁶, une faculté de rebondir en surmontant les chocs de la vie. Un adulte résilient a besoin de retrouver la confiance en lui et dans ses ressources, et l'entrepreneuriat peut permettre de mobiliser des mécanismes tels que l'imagination, la créativité, l'investissement affectif, l'engagement, qui lui redonneront des atouts pour l'avenir.

Dans leur étude, De Clercq et Honig (2011) se sont intéressés aux personnes désavantagées, qui ont des difficultés à s'insérer dans le monde du travail en raison de caractéristiques intrinsèques ou exogènes. Ils ont montré dans quelle mesure l'entrepreneuriat est un facteur d'intégration et d'ascension sociale, dans la mesure où les multiples spécificités de ces publics sont correctement prises en compte.

1.2.2. Les enjeux pour la société

Le bien-être d'un pays dépend de l'excellence de la qualité de sa population active et du dynamisme de ses entrepreneurs (Say, 1972).

Chez Guyot et Van Rompaey (2002), on note un nombre important de travaux consacrés à l'examen du rôle de l'entrepreneur dans le développement de l'économie portant sur l'effet de la création d'entreprises et de l'entrepreneuriat sur l'emploi.

Ils citent à titre d'exemples des recherches menées par Birch (1979), Lilien (1982), Birley (1986, 1987), Kirchoff et Phillips (1988), Libert (1999), Begin (1991) et l'Agence pour la Création d'Entreprises (1998), Henley (1999). Relativement au rôle spécifique des PME, on peut évoquer notamment les recherches de Baroin (1984), Greffe (1984), etc.

Selon le Global Entrepreneurship Monitor (Volery et Servais, 2001) il existe une forte corrélation entre la croissance de l'activité économique et le taux d'activité entrepreneuriale.

Baumol (1990) cité par Bonnet (2012), montre que si le nombre total d'entrepreneurs (l'intensité entrepreneuriale) est variable en fonction des sociétés, leur contribution à la croissance l'est encore plus.

Toujours selon Bonnet (2012) le modèle économique actuel donne à l'entrepreneuriat une importance cruciale dans le développement économique. Ceci est d'autant plus vrai que « *l'identification d'un profit de marché par un entrepreneur crée des opportunités pour les*

¹⁶La résilience, est un concept issu des travaux de la psychologue américaine Emmy Werner dans les années 1950, sur des enfants en Haïti. Ce concept est largement développé en France par le psychiatre Boris Cyrulnik, (1993, 1997, 1999, 2006). Ce concept se retrouve de plus en plus dans les travaux de recherche en entrepreneuriat.

autres », selon, Holcombe (2003). C'est pour cette raison que, plus il y a d'entrepreneurs, plus la société partage de nouvelles informations qui créent de nouvelles opportunités de création d'entreprises.

Stel Van et al. (2005) montrent cependant que l'impact de l'activité entrepreneuriale sur la croissance économique est plus important dans les pays développés que dans les pays en développement.

Pour le cas spécifique de l'Afrique, le glissement de la littérature vers la restitution de l'approche de développement privilégiant l'entrepreneuriat se dessine dès les années 1961 par les écrits de Hanson¹⁷ cités par Justin (2009).

Dans les années 1998, Metais parlait déjà de « l'Afrique des entrepreneurs » alors que Péklé (2006), soutiendra que l'ère est maintenant à *la perspective microéconomique du développement* accordant une reconnaissance de plus en plus grande au rôle de l'initiative privée dans la dynamique économique de l'Afrique.

Pour stimuler l'esprit d'entreprise l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE, 1999) insiste tout particulièrement sur *les effets positifs des mesures de déréglementation des secteurs monopolistiques*, et souligne que le secteur public doit, pour favoriser la concurrence (améliorer la qualité et baisser les prix de biens et services), faire appel à la sous-traitance et donc à la création des PME/PMI. Ceci permettrait d'effectuer un transfert d'activités du public vers le privé grâce au développement du capital- risque et à une grande flexibilité du marché du travail.

Selon cette logique, *les gouvernements sont appelés à alléger les formalités de la création et reprise d'entreprise*. Les mesures en faveur de la création sont désormais une composante majeure d'une politique publique qui cherche à favoriser l'emploi, à promouvoir l'innovation et à accélérer le rajeunissement des marchés (Boutillier et Uzunidis, 2002).

¹⁷ L'auteur prend comme critère l'équilibre entre le secteur public et le secteur privé d'entreprises, avance trois modèles de développement visant les économies du Sud :

- dans un premier temps, l'Etat agissant comme pionnier dans nombreux domaines, diminue de plus en plus son emprise sur l'économie directe afin que l'entreprise privée devienne capable de prendre elle-même la relève. Il se limite alors à entretenir une infrastructure adéquate et des conditions d'encouragement maximales à l'entrepreneur ;

- le deuxième modèle, à l'inverse du premier, considère l'entreprise privée sous toutes ses formes comme étant inexorablement appelée à être absorbée par le secteur public.

- Le troisième modèle correspond à un système intermédiaire dans lequel les entreprises privées et les entreprises publiques sont définies par l'autorité de la planification nationale en vue d'une coexistence plus ou moins permanente. A chacune est assigné un rôle leur permettant d'apporter une contribution précise au développement économique et au bien-être social.

Quant à Shane (2008), elle viendra nuancer cet optimisme autour de l'entrepreneuriat dans *The illusion of entrepreneurship*. Elle relève, en effet, que 70% des entreprises nouvelles disparaissent en dix ans, que le bilan global d'une création d'entreprise est négatif, le plus souvent, pour l'individu (les emplois paient moins, offrent moins d'avantages et sont plus susceptibles de disparaître que dans une firme établie) et que deux tiers des entreprises pérennes ne créent pas d'emploi les dix premières années de leur existence. Il s'y ajoute que la croissance et la création de valeur restent très concentrées au sein de quelques entreprises particulièrement florissantes. Shane (2008) note : « *Nous n'avons aucune preuve que la création d'entreprise génère de la croissance économique, mais plutôt que la croissance économique encourage probablement les individus à créer des entreprises* ».

De plus cette « *entrepreneuriation* » des politiques de développement soulève d'autres problèmes en Afrique, notamment dans le secteur de l'agrobusiness où les terres cultivables sont de plus en plus attribuées à ceux qui ont de gros capitaux qu'aux pauvres.

Suite à cette longue tentative d'élucidation de l'entrepreneuriat, nous pouvons jeter un regard sur le processus entrepreneurial, objet de notre thèse.

1.3. Le processus entrepreneurial

Le processus entrepreneurial correspond à l'association ou la jonction entre la notion de processus et le qualificatif entrepreneurial et se trouve être très présent dans la terminologie de la recherche en entrepreneuriat. Tout comme le mot entrepreneuriat, le processus entrepreneurial est également différemment abordé par les chercheurs.

Pour les besoins de la clarification conceptuelle de ce vocable composé nous procédons à l'analyse de la notion de processus pour mieux cerner l'expression « *processus entrepreneurial* ».

1.3.1. Le processus

Même si elle est de plus en plus utilisée dans le domaine de la Recherche en entrepreneuriat, la notion de processus ne semble pas avoir de définition particulière (Bouslikhane, 2011). Ce dernier prend comme point de départ de son analyse de cette notion, trois définitions traditionnellement utilisées à la suite de celle proposée dans le Dictionnaire Le Larousse :

1. « *Enchaînement ordonné de faits ou de phénomènes, répondant à un certain schéma et aboutissant à quelque chose ou encore suite continue d'opérations, d'actions constituant la manière de faire, de fabriquer quelque chose* » (Larousse, 2017)¹⁸.
2. « *Ensemble d'activités corrélées ou interactives qui transforment des éléments d'entrée en éléments de sortie.* » (ISO 9000)
3. « *Ensemble d'activités reliées entre elles par des flux d'informations ou de matières significatifs et qui se combinent pour fournir un produit matériel ou immatériel important et bien défini.* » (Lorino, 1995, cité par Forest et al. 1997)
4. « *Un processus peut être considéré comme un système organisé d'activités qui utilise des ressources (personnel, équipement, matériels et machines, matière première et informations) pour transformer des éléments entrants (les intrants) en éléments de sortie (les extrants) dont le résultat final attendu est un produit.* » (Bouslikhane, 2011).

Il ressort de ces définitions deux aspects essentiels :

1. Parler de processus permet de sortir de l'analyse de la simple activité pour considérer un ensemble d'activités ou un système.
2. La particularité de ces activités est dans le lien qu'elles ont entre elles et qui permet d'aborder la nature des relations entre les différentes activités.

Au-delà de l'approche systémique à laquelle renvoient ces deux aspects (Bériot, 1992 ; de Rosnay, 1977 ; Lugan, 1993 ; Mèlèse, 1972)¹⁹, on y voit globalement une approche contingente, qui représente, in fine, la base théorique pour traiter du processus entrepreneurial.

1.3.2. Le processus entrepreneurial

Comme le rappelle Fayolle (2002), les travaux sur le processus entrepreneurial sont récents au regard de l'histoire de la recherche en entrepreneuriat, mais de nombreux auteurs s'y inscrivent actuellement. Shapero et Sokol (1982) sont les premiers qui ont éclairé l'optique processuelle du phénomène entrepreneurial. Ils tentent de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le corrélant avec des facteurs situationnels et individuels.

Le processus entrepreneurial est alors un phénomène complexe. Un processus entrepreneurial correspond à un ensemble de décisions, d'actions et d'orientations, qui sont prises en fonction des perceptions de l'entrepreneur (ou de l'équipe entrepreneuriale) concernant les buts du

¹⁸En savoir plus sur <http://www.larousse.fr> consulté le 16 juin 2017.

¹⁹ Cités par Bouslikhane (2011)

projet, ses propres motivations, les ressources disponibles et l'état de l'environnement (Fayolle, 2005). Ainsi défini, il est difficile, voire impossible, de déterminer une cause réellement identifiable et nécessaire pour son déclenchement tant les éléments qui y interviennent semblent imbriqués les uns dans les autres. Il peut commencer dans l'esprit de l'individu, sans qu'il en soit toujours conscient (Bruyat, 1993). Pour autant, un déclencheur peut intervenir sous la forme d'un événement, qu'il soit interne ou externe à l'individu (Degeorge, 2007). Des auteurs ont tenté pour mieux l'opérationnaliser de délimiter le processus entrepreneurial. C'est ainsi que pour Bhave (1994): "*Venture creation is the process that roughly begins with the idea for a business and culminates when the products or services based upon it are sold to customers in the market*".

Hernandez (2001) s'inscrit aussi dans cette approche processuelle en citant différentes étapes qui peuvent rappeler le cycle de vie d'un produit ou d'un marché : conception, gestation, naissance, croissance, déclin et mort. La démarche entrepreneuriale est donc progressive et évolutive dans le temps, se déroule dans un laps de temps plus ou moins long et peut suivre une grande diversité de trajectoires (Omrane et al, 2009).

Le processus entrepreneurial s'inscrit alors dans une perspective d'action entrepreneuriale (Guyot et Vandewattyne, 2008), voire dans une perspective pragmatique (Schmitt et Filion, 2009). Dès lors, il s'agit « *d'analyser les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité* » (Fayolle, 2004).

L'émergence organisationnelle serait alors « *le processus d'organisation qui mène à une nouvelle organisation* » (Gartner, 1993). Ce processus, dont le résultat attendu est la création d'une nouvelle entité, pourrait avoir lieu avant que l'organisation n'existe selon un modèle de recherche prenant en compte : l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus (Bruyat, 1993). Le processus permettant, d'une certaine façon, de prendre davantage en compte les actes et les activités, en s'intéressant à la question du '*comment ?*' (Degeorge, 2007).

En effet, le processus entrepreneurial est abordé dans la littérature sous divers angles.

Si certains essaient d'identifier les éléments déclencheurs de la création et leur impact sur le développement de l'entreprise, Gartner (1985), dans son modèle, précise que le processus correspond aux actions que les entrepreneurs doivent accomplir pour créer une entreprise. A cet effet, il énonce six actions (ou comportements) non obligatoirement successives :

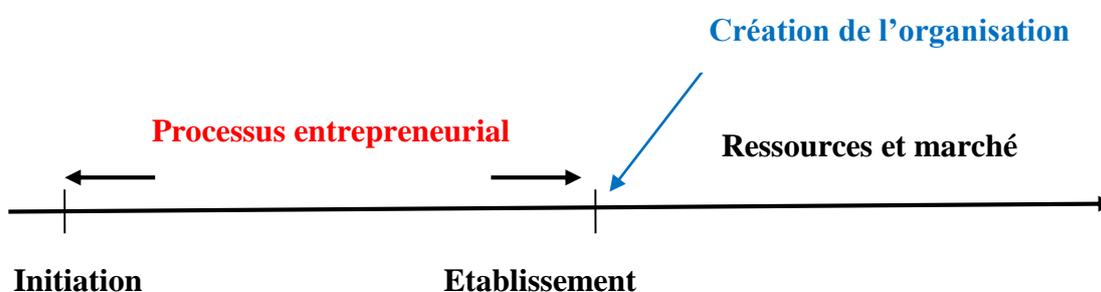
- 1) l'entrepreneur repère une occasion d'affaires ;
- 2) il accumule les ressources ;
- 3) il propose au marché le produit ou le service ;
- 4) il produit le produit ;

- 5) il crée une organisation ; et
- 6) il répond au gouvernement et à la société.

Aouni (2006), elle semble déduire que le processus entrepreneurial chez Gartner, est défini comme étant celui qui précède l'existence d'une organisation : il débiterait par « l'initiation », c'est-à-dire le moment où l'entrepreneur prend la décision de créer une entreprise et se terminerait par « l'établissement », c'est-à-dire l'étape pendant laquelle l'entrepreneur chercherait à obtenir des ressources externes et à créer une niche sur le marché.

Pour cette auteure, la définition du processus entrepreneurial suppose, de ce fait, que les activités concernant la gestion des nouvelles et des jeunes entreprises ne seraient pas comprises dans le champ d'analyse du processus entrepreneurial, comme il apparaît dans la figure 1.7.

Figure 1.7. Représentation du processus entrepreneurial selon la définition de Gartner



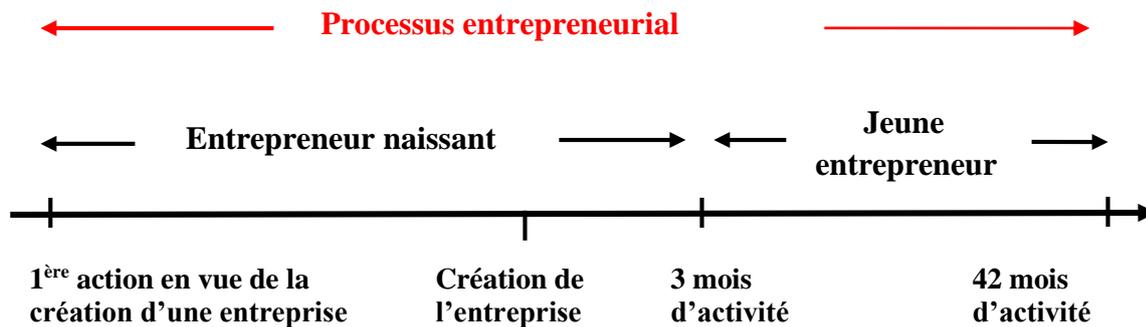
Source : Aouni (2006)

En réponse à cette préoccupation, Reynolds (2000)²⁰, initiateur du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), inclut dans sa définition du processus entrepreneurial, les activités des nouvelles et des jeunes entreprises, à savoir les entreprises n'ayant pas distribué de salaires depuis plus de trois mois et les entreprises ayant distribué des salaires pendant plus de trois mois et depuis moins de 42 mois. Il propose alors un processus entrepreneurial qui comprend deux phases successives.

La première phase du processus entrepreneurial débute lorsqu'un individu engage une quelconque action en vue de la création d'une entreprise dans laquelle il a l'intention de détenir une part du capital. Cette première étape se terminera lorsque la nouvelle entreprise créée dépassera les 3 premiers mois d'activité. Reynolds qualifiera l'individu engagé dans cette première phase d'*entrepreneur naissant*. Ensuite succédera la phase où l'entrepreneur sera qualifié de *jeune entrepreneur*, c'est-à-dire lorsqu'il sera à la tête d'une jeune entreprise.

²⁰ Paul Reynolds est l'initiateur du Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Figure 1.8. Le processus entrepreneurial selon Reynolds (Aouni, 2006)



Source. Aouni (2006)

Hernandez (2001) a par ailleurs, noté que l'approche de Gartner se centre, spécialement, sur les entreprises qui réussissent le mieux, c'est-à-dire, les plus intéressantes pour l'environnement, ce qui occulte les bénéfiques à tirer des études des processus n'ayant pas abouti, dès qu'il s'agit de mieux comprendre ce qui se passe dans ces situations (Fayolle, 2004).

Une diversité de regard a été portée sur le processus entrepreneurial dans la littérature.

Considéré comme précurseur dans la recherche sur le processus, Gartner (1985) a proposé un modèle holistique du processus entrepreneurial. Il considère que le processus dans son modèle est une variable, une entité indépendante et précise que le processus correspond aux actions que les entrepreneurs doivent accomplir pour créer une entreprise. Son modèle est déterministe.

D'autres chercheurs ont abordé le sujet en considérant le processus comme un ensemble d'étapes. Le processus est dynamique. Parmi ces chercheurs, certains ont travaillé sur l'ensemble du processus (Martin, 1984 ; Bruyat, 1993 et Hernandez, 1999). D'autres ont privilégié une partie seulement de ce processus. Sammut (1998) s'est intéressée au processus de démarrage des activités, Van der Veen et Wakkee (2002) se sont intéressés au processus de reconnaissance et d'exploitation de l'opportunité dans une approche visant à décomposer le processus entrepreneurial. Tornokoski (1999) subdivise également le processus en sous processus. L'émergence comprend les phases de création et de démarrage Sammut, (1995). Ceci est conforme à la pensée de Vickery (1985) pour qui le processus concerne les hommes au début et l'entreprise à la fin, et les problèmes de création glissent progressivement de la psychologie vers l'économie et la gestion au fur et à mesure que l'entreprise nouvelle prend corps.

Cependant, l'étude du processus entrepreneurial ne doit pas faire oublier totalement celle de l'acteur, du créateur de l'entreprise. Ce double centre d'intérêt (processus et créateur) constitue peut-être une voie vers une théorie de l'entrepreneuriat moins sujette à controverses que les

diverses tentatives ayant déjà eu lieu. Elle reste cependant bien difficile à établir et pour Hofer et Bygrave (1992) neuf facteurs propres au processus entrepreneurial en font ressortir toute la complexité : « *Le processus entrepreneurial : est initié par un acte humain volontaire, survient au niveau de la firme individuelle, implique un changement d'état, implique une discontinuité, est un processus holistique, est un processus dynamique, est unique, implique de nombreuses variables préalables, génère des conséquences qui sont extrêmement sensibles aux conditions initiales de ces variables.* » Ces caractéristiques constituent un véritable défi pour les chercheurs (Hernandez, 1995).

« *Le processus entrepreneurial comporte toutes les fonctions, activités et actions associées à la perception des opportunités et à la création des organisations pour les accomplir* ». Bygrave et Hofer (1991).

Toujours, dans une perspective non déterministe Sarasvathy (2001) propose une l'effectuation pour étudier le processus entrepreneurial. L'effectuation ou logique effectuale est fondée sur une question d'apparence simple, mais qui n'en comporte pas moins une grande importance : « *Quel est le processus de décision et d'action des entrepreneurs ayant réussi ?* ».

Sarasvathy (2001) a tenu à distinguer deux types de processus partant de l'exemple d'un cuisinier : « *Imagine a chef assigned the task of cooking dinner. There are two ways the task could be organized. The first case would be where the host or client has picked out a menu in advance.*

All the chef needs to do is to list the ingredients needed, shop for them and then actually cook the meal. This is a process of causation. It starts with a given menu and focuses on selecting between effective ways to prepare the meal. The second case would be when the host asks the chef to look through the cupboards in the kitchen for possible ingredients and utensils, and cook a meal. Here, the chef has to imagine possible menus based on the given ingredients and utensils, select one, and then prepare the meal. This is a process of effectuation. It starts with given ingredients and utensils, and focuses on preparing one of many possible desirable meals with them. »

Dans sa recherche de réponse à sa question, Sarasvathy (2001) a rencontré vingt-sept entrepreneurs ayant réussi leur création. Elle a étudié, sur la base d'un exercice de résolution de problèmes auxquels des entrepreneurs sont traditionnellement confrontés, leur processus, leur démarche.

Elle en a tiré diverses conclusions dont certaines déconstruisent le mythe de l'entrepreneur (Tessier-Dargent, 2015). En particulier, les créateurs d'entreprise qui ont eu du succès ne procèdent pas par projection déterministe d'une réalité future, n'ont pas de démarche planifiée,

mais agissent plutôt en fonction des ressources dont ils disposent. Ils ne poursuivent pas une opportunité préexistante, qui leur serait apparue à eux seuls, mais font émerger une idée, qui évolue sur la base de leurs ressources, expérience, réseau et personnalité. Réfléchissant en termes de pertes acceptables et non de retours sur investissement attendus et se focalisant peu sur une analyse détaillée de la concurrence, ils cherchent surtout à construire des partenariats pour capter les opportunités qui se présentent. . Il ne s’agit pas pour eux ni de planifier ou de prévoir, ni d’éviter les surprises, mais au contraire, de les exploiter lorsque l’occasion se présente.

On passe donc d’une logique individuelle et victorieuse, à un processus social émergent. Cette socialisation, on la retrouve dans le bilan effectual élaboré par Sarasvathy dans lequel elle décrit l’individu à travers :

- *ce qu’il est* (issu des variables psychologiques –VP et sociologiques –VS),
- *ce qu’il sait* (scolarité, formation) et *qui il connaît* (issu des variables sociologiques),
- ainsi que *les ressources dont il dispose* (variables économiques –VE et situationnelles, sociologiques –VS).

Ce bilan va déterminer un entrepreneur potentiel, qui entrera ensuite dans un processus entrepreneurial.

Tableau 1.5. Eléments du bilan effectual

<p>1/ Ce que nous sommes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Signalétique, - Savoir-faire, - Savoir-être, - Personnalité et Traits de caractère, - Goûts et Centres d’intérêt, - Motivations, (VP) - Attitudes, (VP) Dogmatismes et idéologies d’affaires, (VP) - Locus of control/maîtrise du destin, (VP) - Intuitions, (VP) - Discontinuité ou déplacement. (VS) 	<p>2/ Ce que nous connaissons :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compétences, - Savoirs, connaissances, - Diplômes et Formations, - Expérience ; - Difficultés rencontrées.
<p>3/ Qui nous connaissons :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réseau, Relations professionnelles (VS) - Amis, (VS) - Familles, influence du cercle domestique, statut des parents, soutien des proches et prédispositions entrepreneuriales, (VS) 	<p>4/ Ce que nous possédons :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ressources financières, (VE) - Ressources technologiques, (VE) - Main d’œuvre, (VE) - Marché, (VE) - Support de l’État. (VE)

Source : Inspiré de Sarasvathy (2001)

L'effectuation, contrairement à la causation, suppose que ce sont les ressources possédées initialement par l'entrepreneur (personnalité, connaissances, relations) et les événements rencontrés, au fur et à mesure du développement du projet, qui permettent de construire l'objectif de l'entreprise. Il n'est ainsi pas nécessaire d'essayer de prédire l'avenir au moment de la création (via la mise en place d'un plan d'affaires, par exemple) soutiennent Read et Sarasvathy (2005). Ces derniers avancent plusieurs propositions sur les modalités de recours de l'effectuation par un entrepreneur novice. En premier lieu, la préférence pour la logique effectuale de l'entrepreneur novice grandira au fur et à mesure que son expertise augmentera. En second lieu, l'entrepreneur novice peut initialement préférer la logique effectuale ou causale, mais peu importe sa préférence, un jeu d'équilibrage entre les deux logiques aura lieu: au final, la logique effectuale prévaudra. En troisième lieu, l'abondance des ressources disponibles pour l'entrepreneur fait décroître l'attrait de la logique effectuale. En dernier lieu, l'intérêt pour la logique effectuale diminuera au fur et à mesure du développement de l'entreprise.

Ainsi, l'on perçoit bien que le processus n'est pas indépendant de l'environnement dans lequel il se déroule, de celui qui le mène (le créateur) et du type d'organisation qu'on veut ou qu'on peut mettre en place. Un modèle crédible de l'entrepreneuriat, loin du « self-made man », doit représenter un individu en interaction avec son environnement, dans un processus de création méthodique (Schmitt, 2007).

Comme le terme « processus » peut donner lieu à plusieurs interprétations, à l'instar de Filion et al (2006), nous considérons dans notre recherche que le processus de création d'une nouvelle entreprise comprend l'ensemble des activités (regroupées par étapes) que le créateur d'entreprise réalise pour concevoir, mettre en place et démarrer une entreprise, en rapport avec son environnement.

Donc, pour étudier le processus entrepreneurial nous allons mobiliser un cadre conceptuel qui matérialise l'interaction entre le processus à travers ses différentes étapes, le créateur (à travers ses caractéristiques) et l'environnement.

II. Les apports des modèles fondés sur le processus entrepreneurial

Le processus entrepreneurial a suscité et continue de susciter l'intérêt chez un certain nombre de chercheurs. La littérature évoquée dans le cadre de ce travail montre deux logiques entrepreneuriales, la causation et l'effectuation. La logique de causation stipule que l'action du créateur d'entreprise consiste à trouver les outils et méthodes nécessaires, qui, par un processus

mécanique de cause à effet, permettent de réaliser un futur prédit (Fayolle et Toutain, 2009). Dans cette logique, l'entrepreneur cerne tous les contours de son activité avant de se lancer. Il établit un business plan, déroule une stratégie dans l'optique de savoir quel produit il va proposer et vendre.

La logique d'effectuation, développée par Sarasvathy (2001) remet en cause l'utilisation simpliste d'un rationalisme fondé sur la prédiction prônée par la logique de causation (Fayolle et Toutain, 2009). Selon la logique d'effectuation, l'entrepreneur part d'un ensemble de ressources disponibles à partir desquelles il construit les objectifs possibles.

Nous avons choisi de présenter quelques modèles qui partagent une même conception du processus entrepreneurial à savoir la logique déterministe (causale) et des modèles qui ont une conception non déterministe du processus entrepreneurial.

2.1. Les modèles déterministes (la logique de causation)

Nous présentons des exemples de modèles qui ont mis l'accent sur l'influence des caractéristiques individuelles et des variables environnementales dans l'étude du processus de création. Il s'agit des modèles suivants : Gartner (1985), Bygrave (1989), Bruyat (1993), Hernandez (1999), et celui de Tounès (2003).

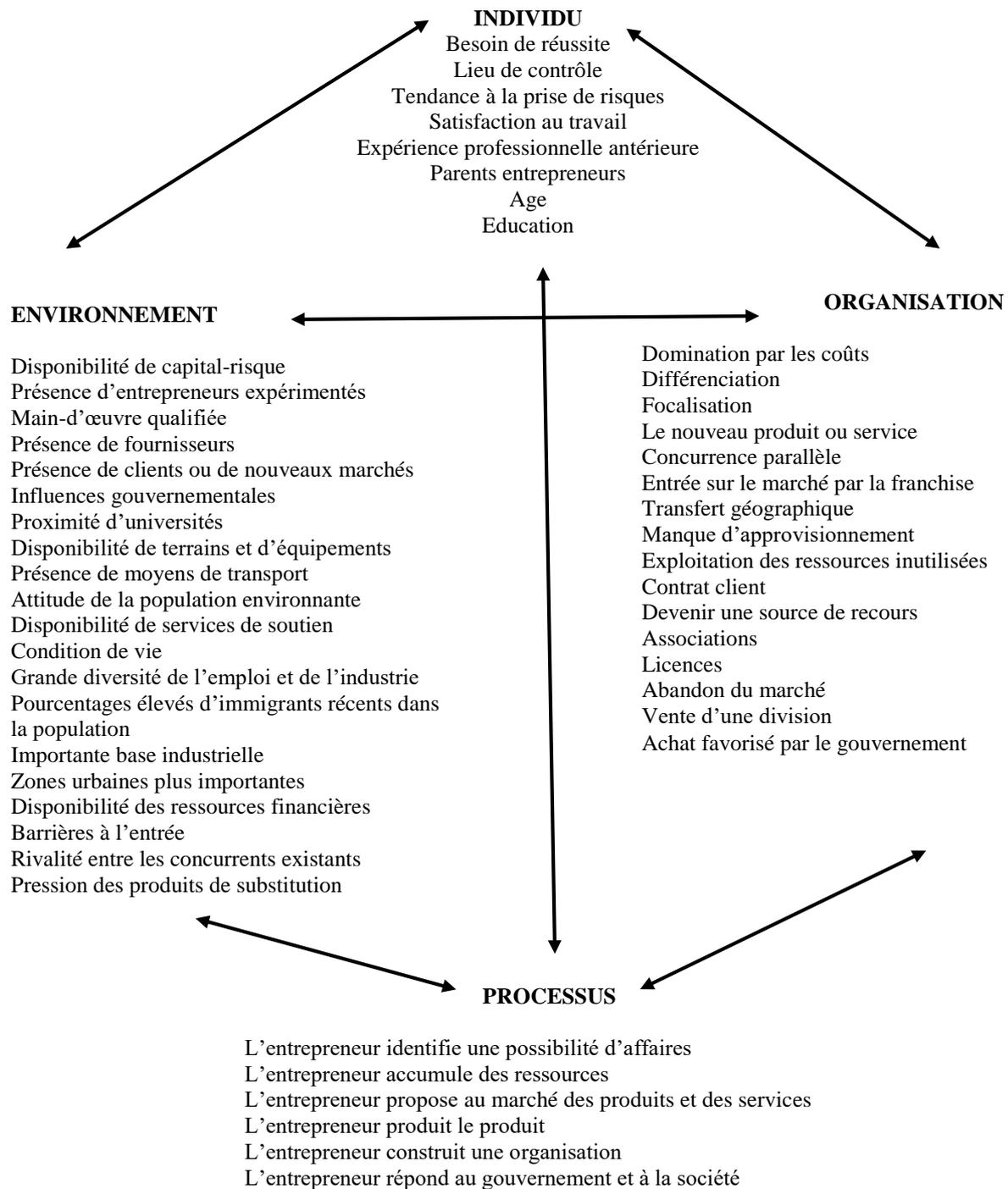
2.1.1. Le modèle de Gartner (1985)

Le modèle de Gartner (1985) met en avant l'émergence organisationnelle. Le modèle s'inscrit dans le cadre de la théorie de la contingence. En effet, les entrepreneurs et leurs entreprises sont différents ainsi que l'environnement dans lequel ils baignent. Chacun est donc unique. Cette théorie soutient qu'à des situations diverses, il existe des modes d'organisation divers. La recherche d'une forme idéale relève de l'utopie (Hernandez, 2001).

Constatant une multitude de variances entre les entrepreneurs et entre leurs firmes, Gartner (1985) construit un cadre théorique qui intègre quatre dimensions de recherches : l'individu, l'environnement, le processus et l'organisation. Ces quatre variables sont en interrelation dans le phénomène de création. Bruyat (1993) s'inscrit dans cette démarche et soutient que, tout modèle de recherche doit prendre en compte l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus.

Le modèle de Garner (1985) comporte 53 variables : 8 variables individuelles, 22 environnementales, 6 variables du processus et 17 variables organisationnelles. La figure 1.9 suivante présente le modèle.

Figure 1.9. Modèle de Gartner (1985)



Source : Gartner (1985, p. 702)

De la figure 1.9 ci-dessus, la création d'entreprise apparaît donc comme l'élément central de l'entrepreneuriat, puisqu'elle met en relation les quatre variables importantes à ce sujet.

Gartner (1985) considère en effet dans son modèle que le processus est une variable, une entité indépendante. Il précise que le processus correspond aux actions que les entrepreneurs doivent

accomplir pour créer une entreprise. L'émergence correspond essentiellement à la phase de finalisation (Capiez et Hernandez, 1998). L'entreprise en fin de démarrage cherche à affirmer son pouvoir de marché à travers les 17 variables organisationnelles de Gartner. En examinant de près ces éléments, on s'aperçoit qu'il s'agit plus d'activités de gestion et d'une organisation, pouvant alors être rattachés à une étape du processus de création, notamment la consolidation chez Filion et al. (2006).

Le modèle de Gartner (1985) a cependant fait l'objet de beaucoup de critiques. En effet, Fayolle (2004), estime que tel que présenté par Gartner (2005), le processus ne peut pas intégrer les autres variables du modèle alors qu'on aurait tendance à penser que l'intérêt de la notion de processus est justement dans cette capacité à intégrer. D'autres critiques ont été évoquées plus haut, notamment celles de Reynolds (2000)²¹ et de Aouni (2006). Filion et (2006) dans le même ordre d'idée, soutiennent qu'il est préférable dans l'étude du processus de traiter avec des entrepreneurs ayant déjà dépassé l'étape du démarrage et ayant débuté l'étape de la consolidation parce qu'ils sont en mesure de prendre du recul face à l'expérience vécue au cours du processus de création de leur entreprise.

Hernandez (2001) souligne par ailleurs que l'approche de Gartner se centre, spécialement, sur les entreprises qui réussissent le mieux, c'est-à-dire, les plus intéressantes pour l'environnement, ce qui occulte les bénéfices à tirer des études des processus n'ayant pas abouti, dès qu'il s'agit de mieux comprendre ce qui se passe dans ces situations (Fayolle, 2004).

Enfin, même si Gartner (1985) présente dans son modèle les facteurs d'influence du processus entrepreneurial, il ne permet cependant pas d'identifier les étapes au niveau desquelles les influences s'exercent, comment elles s'exercent, moins encore les activités réalisées par les créateurs à chaque étape. Il ne permet pas une meilleure compréhension du phénomène de la création d'entreprise. Or sans cette meilleure compréhension du processus, les dispositifs d'appui à la création ne pourront guère progresser, risquant ainsi d'être remis en cause par les acteurs du développement économique (Bruyat, 1993). D'où l'intérêt d'explorer une autre approche pour étudier le processus.

2.1.2. Le modèle de processus de création de Bygrave (1989)

L'essence de l'entrepreneuriat est le changement dans un processus holistique où la stabilité disparaît. Si l'on se contentait d'études transversales, on perdrait toute la richesse de l'approche

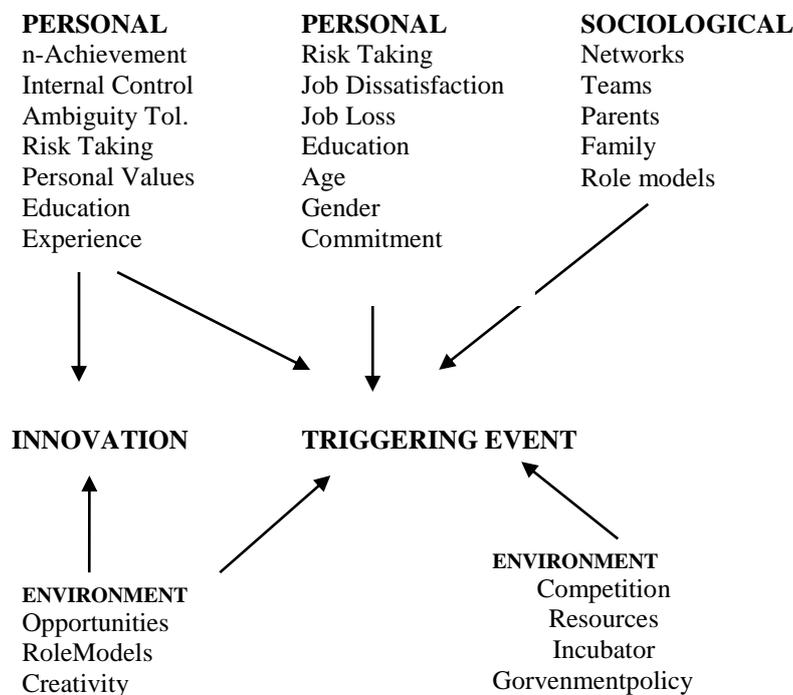
²¹ Paul Reynolds est l'initiateur du Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

longitudinale (Bygrave, 1989). Il conçoit à travers son modèle, l'entrepreneuriat comme un processus en devenir plutôt qu'un état immuable. Il soutient que le processus de création d'entreprise tel que décrit dans son modèle fait partie intégrante du paradigme entrepreneurial et qu'il fera une quasi-unanimité dans le monde de la recherche.

Le processus entrepreneurial amont appelle des variables :

- inhérentes à l'individu qu'il répartit en deux groupes. Le premier agit sur la naissance de l'idée (besoin d'accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expérience antérieure). Le second intervient au niveau du déclenchement de l'événement de création "*Triggering event*" (prise de risque, insatisfaction au travail, perte d'emploi, formation, âge, sexe et engagement) ;
- sociologiques qui sont l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d'entrepreneurs ;
- environnementales réparties elles aussi en deux groupes. Le premier a un impact sur la naissance de l'idée et le déclenchement de l'événement (opportunités, modèles d'entrepreneur et créativité). Le second intervient sur le déclenchement de l'événement et sa mise à exécution (la concurrence, les ressources, les incubateurs ou les pépinières et les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat).

Figure 1.10. Model of start-up process (Bygrave, 1989)



Source : Bygrave (1989, p.8)

Bygrave (1989) décrit le processus entrepreneurial par les huit caractéristiques suivantes :

- l'événement entrepreneurial est une discontinuité ;
- la discontinuité contient aussi bien le prodigieux que le faible progrès ;
- l'événement entrepreneurial est le produit de plusieurs variables ;
- l'événement est déclenché par des changements qui affectent les facteurs qui lui sont antérieurs;
- les changements sont souvent de faible ampleur et non des progrès majeurs ;
- l'événement entrepreneurial est unique : deux événements ne se ressemblent jamais;
- le processus est instable. Son évolution est très sensible aux changements mineurs qui affectent les facteurs qui le déclenchent ;
- le processus est holistique. On ne peut analyser l'événement en analysant isolément les variables en jeu.

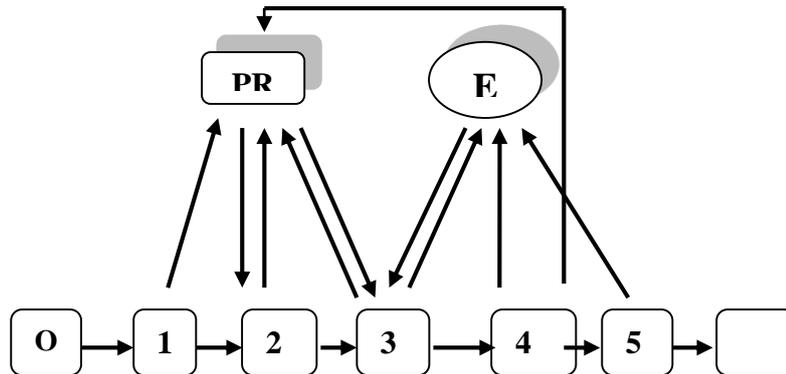
Bygrave (1989), pense qu'il est presque impossible de réduire les problèmes à des facteurs qui peuvent être considérés isolément dans la recherche en entrepreneuriat. Il affirme qu' « *Il faut éviter, chaque fois que possible, le réductionnisme dans la recherche. Il faut envisager l'approche comme un "tout". Pour comprendre les causes de l'événement entrepreneurial, nous avons besoin de comprendre les changements dans les facteurs antérieurs, qui ont déclenché l'événement. Le plus souvent, les créations d'entreprise, y compris celles qui se sont accompagnées d'innovations importantes, sont déclenchées par une succession de changements relativement faibles dans les variables affectant le processus entrepreneurial* ».

Enfin à travers ce modèle, Bygrave ne semble pas insister sur l'organisation créée.

2.1.3. Le modèle de Bruyat (1993)

Dans sa thèse de Doctorat Bruyat (1993) constate que trop de chercheurs semblent négliger la prise en compte conjointe de deux points de vue dans l'évaluation du changement dans le processus entrepreneurial, à savoir l'environnement et l'individu qui sont "*dialogiquement indissociables*". Il soutient que, tout modèle de recherche doit prendre en compte l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus. Il propose alors un schéma du processus de création d'entreprise sous une forme générique comme suit.

Figure 1.11. Une forme générique du processus de création d'une entreprise (Bruyat, 1993)



Source : Bruyat (1993, p. 260)

L'étape 0 : l'action de créer n'est pas perçue. L'individu ne perçoit pas l'action de créer une entreprise du fait de son éducation ou de sa personnalité, de son environnement, des informations disponibles.

Etape 1 : l'action de créer sa propre entreprise est perçue. L'individu a l'information suffisante pour savoir et comprendre (au moins d'une manière approximative) ce qu'est la création d'une entreprise, mais cette action n'est pas prise en compte, elle n'a pas fait l'objet d'une réflexion. Une évolution de la CSIP de l'individu peut provoquer un passage à l'étape suivante ou conduire à un refus de cette action.

Etape 2 : l'action de créer est envisagée. Elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible à sa situation actuelle. Il conçoit le projet de créer sa propre entreprise, projet qui est souvent assez flou, et s'apparente plus à un dessein qu'à un projet. L'acteur tente d'identifier une idée possible de création, il commence à s'informer, à être attentif à ce qui a trait à la création d'entreprise dans les médias ou à travers son réseau de relations. Cependant, il ne consacre que peu de temps et d'énergie à cette activité. Cette situation peut durer longtemps et prend fin lorsque l'individu passe à l'étape suivante ou renonce.

Etape 3 : l'action est recherchée lorsque le créateur cherche activement une idée (s'il ne l'a pas déjà), essaie de l'évaluer tout en exerçant une activité professionnelle salariée. S'il est au chômage, il continue généralement à rechercher un emploi tout en testant son idée de création. C'est durant cette étape que sont réalisées les études de marché, la mise au point des prototypes, l'élaboration d'un plan financier et d'un plan d'affaires...

L'acteur agit, il recherche des informations, il développe un ou des produits. Il commence à s'engager réellement dans le processus, en consacrant du temps et de l'argent à la mise au point et à l'évaluation de son projet. Ce qui différencie cette étape de l'étape précédente, c'est le temps, les moyens et l'énergie que le créateur consacre à son projet.

Durant cette période, le futur créateur a souvent une position hybride, un double statut. Cette étape peut conduire le créateur à renoncer à l'idée de créer une entreprise pour retrouver un emploi salarié. Cette étape peut aussi déboucher sur la création d'une entreprise et le passage à l'étape suivante.

Etape 4 : l'action est lancée : Il s'agit de la phase de lancement. : les négociations avec les clients et les fournisseurs sont en cours, les procédures financières et juridiques sont déclenchées, le matériel nécessaire à la production est commandé et les premières commandes sont livrées. Si l'entreprise parvient à atteindre son seuil de rentabilité et à assurer son équilibre financier, elle passera à la dernière étape 5. Mais elle peut aussi rencontrer des difficultés qui la conduiront, éventuellement, à l'échec ou au renoncement. Cet échec ou ce renoncement peut revêtir des formes diverses : arrêt volontaire sans passif, vente de l'entreprise, dépôt de bilan suivi d'un redressement (avec ou sans le créateur) ou d'une liquidation. Dans ces cas, le créateur pourra de nouveau tenter l'aventure (en récupérant des actifs par exemple) ou il devra renoncer, au moins temporairement et retrouver un emploi salarié (action perçue et refusée).

Etape 5 : l'action est réalisée lorsque l'entreprise devient une entité économique reconnue par ses partenaires extérieurs (clients, fournisseurs, banquiers...), quand elle assure son équilibre d'exploitation (le point mort est atteint). Le créateur a "démonstré" que son projet était viable. Cette étape franchie, l'entrepreneur se trouve dans la problématique du dirigeant de PME. La phase d'émergence est dépassée, mais, en général, la dialogique créateur/entreprise demeure.

P R : l'action est perçue et refusée. Ce refus peut être considéré comme définitif ou temporaire (l'action de créer est refusée pour le moment). L'acteur a, par exemple, envisagé de créer ou tenté de développer une idée, pour renoncer en définitive. Il peut également avoir engagé une action ayant abouti à un échec le conduisant, pour des raisons psychologiques et/ou financières, à abandonner l'idée de recréer une nouvelle entreprise. Mais l'action peut être refusée a priori : c'est, par exemple, le cas de cadres occupant des emplois bien rémunérés et gratifiants (qui ne souhaitent pas consacrer plusieurs années de leur vie à travailler intensément en sacrifiant leurs loisirs et leur vie de famille) et de personnes proches de la retraite.

E représente l'échec de l'action engagée. L'acteur peut retourner à une étape antérieure ou tirer des enseignements négatifs de son expérience et renoncer à l'idée de créer à nouveau. La notion d'échec est toutefois délicate à cerner.

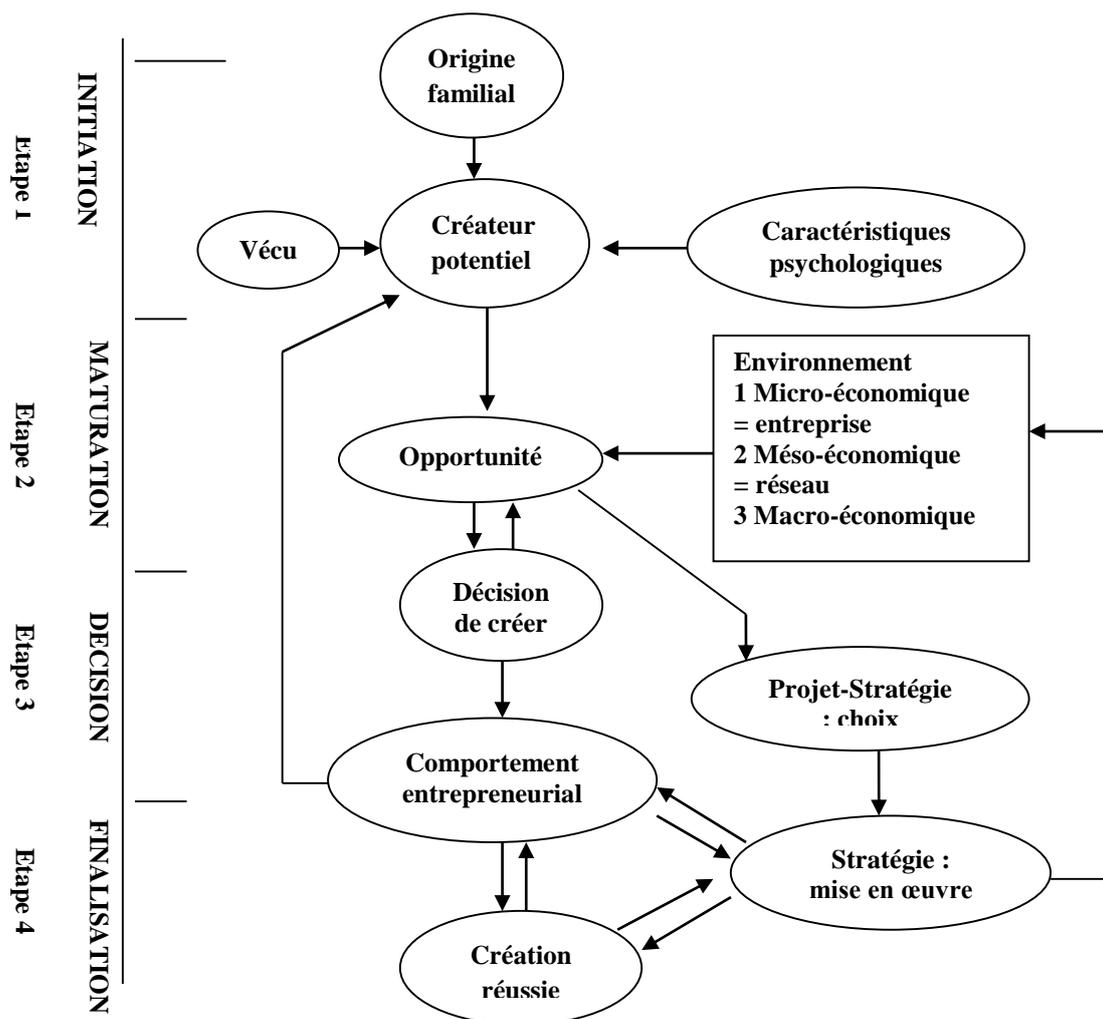
L'auteur reconnaît le caractère "*rustique*" de sa proposition qui met en relief des moments forts dans le processus et où chaque étape correspond à une problématique particulière pour l'acteur. Dans la pratique, il est parfois difficile de déterminer si le créateur est encore dans une étape ou s'il vient de passer à l'étape suivante.

Il présente le processus comme un phénomène linéaire. Il a le mérite de s'intéresser à l'après création et donc à la confirmation.

2.1.4. Le modèle d'Hernandez (1999)

Selon Hernandez (1999), Hofer et Bygrave (1992), neuf facteurs spécifiques font ressortir toute la complexité d'une théorie entrepreneuriale moins sujette à controverse. Le processus entrepreneurial, initié par un acte humain volontaire, est, à la fois, un processus holistique, dynamique et unique qui implique de nombreuses variables préalables et génère des conséquences qui sont extrêmement sensibles aux conditions initiales de ces variables. Lorsqu'il survient au niveau de la firme individuelle, ce processus implique un changement d'état, une sorte de discontinuité. Hernandez propose alors un modèle d'entrepreneuriat qui prend en compte toutes ces caractéristiques et ces contraintes du processus entrepreneurial. Ce modèle comprend quatre étapes : l'Initiation (Etape 1), la Maturation (Etape2), la Décision (Etape3) et la finalisation (Etape4).

Figure 1.12. Modèle stratégique d'entrepreneuriat d'Hernandez (1999)



Source : Hernandez (1999, p.72)

L'étape d'"Initiation" reflète essentiellement la recherche d'opportunité. Celle-ci exprime pour l'auteur l'écoute permanente et l'anticipation de l'environnement sur les évolutions démographique, technologique et des modes de vie.

La phase de "Maturation" doit permettre de vérifier la cohérence entre le créateur et son projet. Lorsqu'il y a inadéquation totale, l'abandon constitue la voie la plus sage.

La "Décision" de créer implique de manifester des comportements entrepreneuriaux en vue de concrétiser ("Finalisation") son projet d'entreprise.

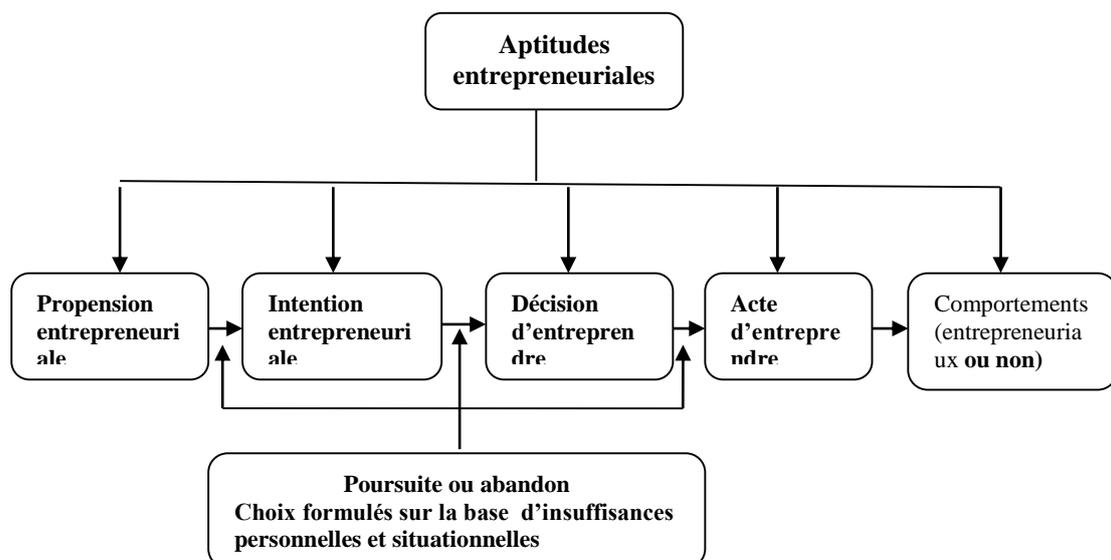
Ce modèle accorde une place importante à l'individu et à l'opportunité d'affaire. Il intègre les caractéristiques sociologiques et psychologiques du créateur à tous les niveaux (comportement entrepreneurial) ; considère l'opportunité comme moteur de la décision de création ; reconnaît à la stratégie un rôle essentiel dans la réussite future de la firme ; met en avant la performance comme condition de pérennité ; fait apparaître le caractère diachronique de la création avec des ajustements plus ou moins longs aux opportunités et menaces de l'environnement.

Même s'il a le mérite de s'intéresser à l'après création, ce modèle ne semble pas accorder une place importante aux motivations du créateur.

2.1.5. Le modèle de processus de Tounès (2003)

L'étude de l'intention qui est en amont du processus entrepreneurial, présente un intérêt particulier pour comprendre le cheminement qui mène à l'acte d'entreprendre (Tounès, 2003). Pour lui, le processus en amont est un continuum qui peut être identifié par les quatre temps forts (la propension, l'intention entrepreneuriale, la décision et l'acte d'entreprendre) suivant le modèle ci-dessus.

Figure 1.13. Les différentes phases du processus entrepreneurial (Tounès, 2003)



Source : Tounès (2003, p.47)

Tounès fait une distinction entre les concepts d'aptitudes entrepreneuriales et de potentiel entrepreneurial. Pour lui un individu possédant de fortes aptitudes entrepreneuriales sera plus "réceptif" aux facteurs personnels et environnementaux qui l'animeront pour créer son entreprise. Cependant, de fortes aptitudes entrepreneuriales ne sont pas toujours accompagnées d'une intention de se mettre à son propre compte, et encore moins de l'acte de création. Les aptitudes entrepreneuriales peuvent s'enrichir à mesure que l'individu progresse au sein du processus. Il peut chercher à augmenter ses aptitudes entrepreneuriales par le suivi de formations par exemple, une fois qu'il a saisi une idée ou une opportunité d'affaire.

Le premier temps fort du processus de Tounès est la propension entrepreneuriale définie comme *"une inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale"* (Fayolle (2000 : cité par Tounès)). Elle peut également être définie comme « *une combinaison des caractéristiques psychologiques et d'expériences professionnelles qui augmente la probabilité pour certains individus à tenter l'aventure entrepreneuriale* » (Learned, 1992). Pour Tounès (2003), la propension entrepreneuriale signifie que sous l'influence de son environnement, notamment la famille, les proches, la formation, et de ses propres expériences entrepreneuriales, l'individu est sensibilisé à l'entrepreneuriat et n'écarte pas l'éventualité de fonder son entreprise. La propension peut se transformer en intention entrepreneuriale. Ces deux concepts se distinguent selon l'auteur par deux aspects majeurs : l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaires plus ou moins formalisé, et l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise, en recherchant notamment les premiers "matériaux" permettant de formaliser cette idée ou ce projet.

Le deuxième temps fort (ou étape 2) est la décision d'entreprendre : elle implique que l'individu est conforté dans son intention. Elle se distingue de cette dernière par deux dimensions essentielles :

- premièrement, la formalisation de l'idée ou du projet est achevée dans ses "moindres détails". L'idée ou le projet sont transformés en opportunité qui est validée par les études financière et marketing.
- deuxièmement, les ressources de différente nature (financières et logistiques) sont globalement mobilisées.

Le troisième temps fort est l'acte d'entreprendre. Il correspond au démarrage "physique" de l'activité qui se manifeste par la réalisation des premiers produits ou services.

Enfin les comportements du créateur d'entreprise, qui sont en aval du processus entrepreneurial. Ils ne sont pas (et ne peuvent pas) tous être qualifiés d'entrepreneux. Certains d'entre eux seront autonomes, meneurs d'hommes, anticiperont le marché, rechercheront en permanence

des opportunités et développeront leurs activités. D'autres, au contraire, pour plusieurs raisons, telles que la recherche de l'équilibre familial ou le manque de ressources, éviteront de s'engager dans des situations entrepreneuriales, se satisferont des positions acquises et se contenteront du maintien d'un niveau d'activité. Pour l'auteur, il serait illusoire de concevoir le processus de création d'entreprise en phases "disjointes". Certes, l'intention précède souvent la décision et l'acte de création. Mais les cheminements entrepreneuriaux des individus sont très différents, pour ne pas dire singuliers. L'acte de création peut naître d'une rencontre soudaine, d'une insatisfaction professionnelle, d'une opportunité saisie lors d'un travail salarié, sans pour autant que les phases d'intention et de décision puissent être nettement distinguées et différenciées dans le temps.

Même s'il n'apparaît pas clairement dans son modèle, Tounès (2003) évoque l'environnement dans le commentaire. Cependant il semble se limiter au micro environnement alors que le macro environnement joue également un rôle déterminant dans le processus de création (Torres et Eminent, 2005 ; Nkakleu et al. 2013 ; Barbaroux, 2015 ; etc.).

Finalement, on peut s'apercevoir que Gartner (1985), modèle fondateur puis Bygrave (1989), n'ont pas mis en exergue de façon implicite les étapes dans leurs modèles. Ils n'ont pas non plus matérialisé les interactions entre les variables et le caractère dynamique du processus. Les modèles qui ont suivi, ont certes corrigé ces limites (même si les trois dimensions aussi importantes restent plus marquées chez Gartner) mais sont restés tout de même dans une logique de causation.

Le point commun à tous ces modèles présentés et qui en constitue une limite est qu'ils présentent tous le processus entrepreneurial comme un processus causal.

2.2. Les modèles non déterministes

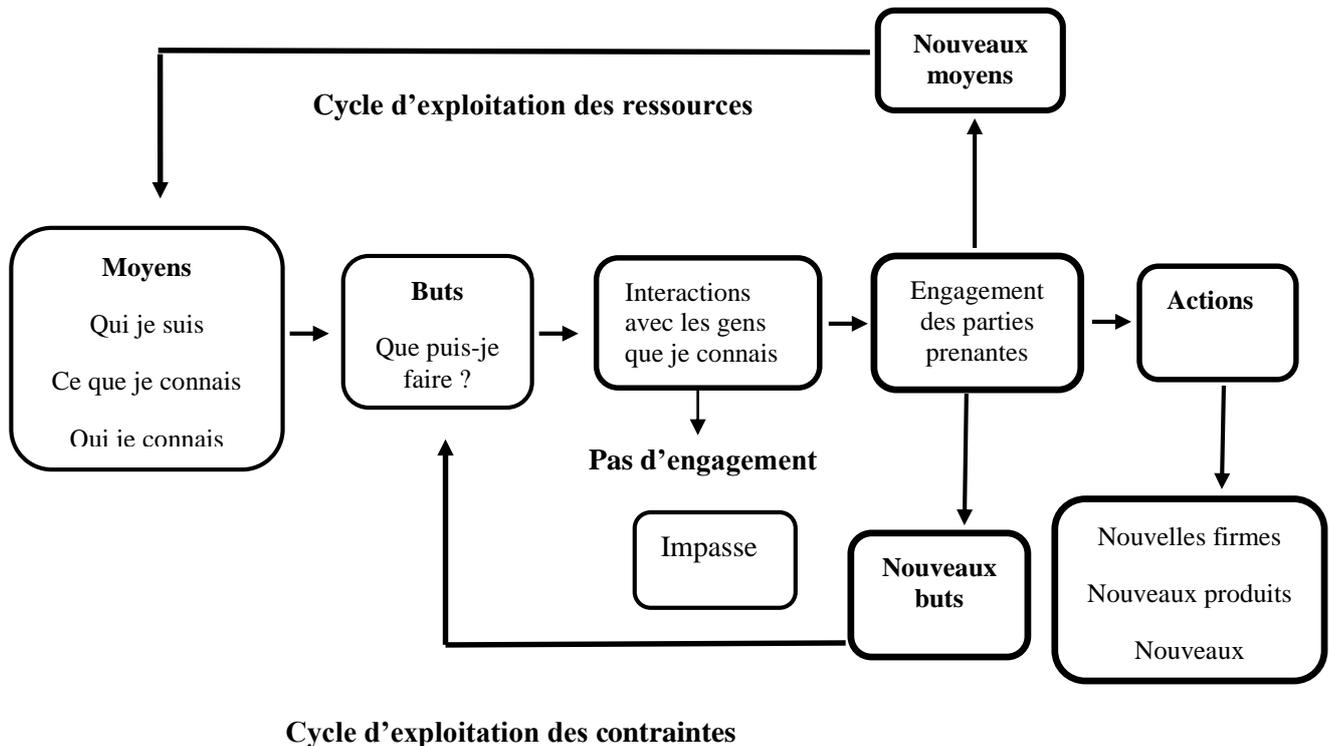
Nous présentons au niveau de cette sous-section deux modèles. Le modèle de Sarasvathy (2001) qui remet en cause la logique de causation dans le processus entrepreneurial et le modèle dynamique du processus à étape de Filion et al (2006) duquel nous nous inspirés pour proposer notre modèle d'analyse.

2.2.1. Le modèle du processus entrepreneurial de Sarasvathy (2001)

Sarasvathy (2001) présente la pensée effectuale en complément des raisonnements causaux classiques, qui impliquent de choisir ou de rassembler des ressources en vue d'atteindre un objectif prédéterminé. Ce mode de fonctionnement est peu adapté à un environnement fortement contraint et évolutif.

Elle présente le processus entrepreneurial comme une boucle à itération successive, permettant d’acquérir de nouvelles ressources, via de nouveaux partenaires, afin d’intégrer de nouvelles contraintes, qui définissent de nouveaux objectifs. La figure 1.17 suivante présente le processus entrepreneurial selon la logique de l’effectuation.

Figure 4.1.14. Modèle du processus entrepreneurial de Sarasvathy (2001)



Source : <http://www.effervea.com/wp-content/uploads/2013/12/processus-entrepreneurial.png>

Les implications de ce travail sont nombreuses pour l’enseignement et l’accompagnement des créateurs d’entreprise. La théorie de l’effectuation permet de redéfinir une pédagogie fondée sur la construction progressive, par l’aspirant-entrepreneur, de compétences clés telles que créer, imaginer, apprendre à s’adapter, à prendre des décisions, à évaluer ses actions » (Fayolle et Toutain, 2009).

Ainsi donc, un des principes de l’effectuation est que les entrepreneurs lancent leur projet sur la base de leur bilan effectuel, à savoir qui ils sont, ce qu’ils savent (éducation, expérience), qui ils connaissent et ce qu’ils possèdent (réseaux, ressources). On peut comparer ce principe à l’organisation d’un repas entre amis : *“J’ouvre mon frigo, je liste les ingrédients à ma disposition et je détermine la recette en fonction de cette liste...”*. Les objectifs sont donc définis par les ressources à disposition (Sarasvathy, 2001). L’effectuation est donc non déterministe et émergente (Brenet, 2015).

2.2.2. Le modèle du processus à étapes de Filion et al (2006)

La notion de processus est associée à la question du « comment » d'un phénomène afin d'identifier les étapes et/ou les acteurs et à décrire différentes manières de faire ou à tenter d'expliquer certaines variations par des différences dans l'enchaînement des étapes. Ces étapes, comme dans tout processus sont de nature continue. Il est de ce fait possible et utile de les diviser en segments spécifiques ou phases permettant ainsi une analyse systématique du phénomène. Partant du fait que l'entrepreneur et/ou l'entrepreneur potentiel effectue différentes activités à des moments bien distincts au cours de l' « aventure » de création et de développement d'une entreprise, nous pouvons considérer ces différentes activités comme des repères de ce continuum même s'il peut y avoir chevauchement d'activités entre les phases (Moussa Mouloungui, 2012).

Dans les recherches sur le processus de création, il n'existe pas encore de consensus quant au meilleur ordre de réalisation des activités (Borges et al, 2005).

Les ouvrages destinés à aider le créateur dans sa démarche présentent tous des étapes séquentielles. L'ANCE propose une méthode, qui est, à peu de choses près, celle des autres manuels ou guides spécialisés. Elle comprend quatre étapes principales : naissance de l'idée, élaboration du projet, lancement des opérations et le démarrage de l'activité.

Notons, au passage, que pour l'ANCE la création commence par la recherche d'une idée viable et ne se termine que lorsque l'entreprise nouvelle a assuré son démarrage et qu'elle a acquis sa "vitesse de croisière".

Schématiquement l'analyse du processus dans sa visée descriptive conduit à repérer et à observer les éléments qui composent le processus, dans leur ordonnancement et leur dynamique. Elle consiste à décrire et à analyser les différentes étapes de la création d'une nouvelle entreprise *ex nihilo* ou de la reprise d'une entité existante, afin d'en élucider et cerner les problèmes pour y remédier (Jazziri et Paturel, 2009). Cette approche souvent opposée à celle de Gartner (1985) a connu l'adhésion de plusieurs auteurs qui ont toutefois abordé le processus différemment dans le cadre de leurs travaux. Les uns se sont intéressés à une partie du processus (Emin, 2003 ; Schieb-Bienfait, 2000 ; Degeorge, 2007 ; etc.), les autres au processus dans son intégralité (Bruyat, 1993 ; Hernandez, 2001 ; Filion et al, 2006 ; etc.). Qu'il soit étudié partiellement ou en intégralité, les auteurs ont rarement retenu le même nombre d'étapes pour le processus. Au demeurant ces étapes du processus n'ont pas la même complexité, celle du démarrage étant présentée comme la plus difficile pour les créateurs (Sammut, 1998 ; Filion et al, 2006 ; CCI-BF, 2013 entre autres), surtout ceux qui créent pour la première fois.

Partant du fait que l'entrepreneur et/ou l'entrepreneur potentiel effectue différentes activités à des moments bien distincts au cours de l' « aventure » de création et de développement d'une entreprise, nous pouvons considérer ces différentes activités comme des repères de ce continuum même s'il peut y avoir chevauchement d'activités entre les phases. A ce niveau aussi il est important de préciser que les créateurs ne réalisent pas tous les mêmes activités, chaque création étant un cas unique. Toutefois, il y a des activités jugées importantes qui doivent être réalisées dans les premiers mois de ce processus (Delmar et Shane, 2003). Ce sont d'abord les activités liées à la planification, par exemple, la rédaction du plan d'affaires, l'estimation du budget financier et la recherche des informations sur le marché. Ensuite, viennent les activités liées à la légitimation, par exemple, l'enregistrement de l'entreprise.

Malgré la diversité des angles d'attaque de l'approche dynamique du processus à étapes, Filion et al (2006) ont proposé un cadre conceptuel d'étude du processus à 4 étapes. Ce cadre qui a l'avantage d'être le fruit d'une recension de la littérature sur le sujet, présente un recueil d'activités réalisées par les créateurs au niveau des différentes étapes du processus de création que sont l'initiation, la préparation, le démarrage et la consolidation (Tableau 1.6).

Tableau 1.6. Cadre conceptuel du processus à étape de Filion et al (2006)

Etapes	Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
Activités	1. Identification de l'occasion d'affaires 2. Réflexion et développement de l'idée d'affaires 3. Décision de créer l'entreprise	1. Rédaction du plan d'affaires 2. Réalisation de l'étude de marché 3. Mobilisation des ressources 4. Constitution de l'équipe entrepreneuriale (partenaires) 5. Enregistrement d'une marque de commerce et/ou d'un brevet	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à temps plein dans le projet 3. Aménagement des installations et des équipements 4. Développement du premier produit ou service 5. Embauche des employés 6. Première vente	1. Réaliser des activités de promotion ou de marketing 2. Vendre 3. Atteindre le seuil de rentabilité 4. Planification formelle 5. Gestion

Source : Filion et al (2006 ; p.3)

Ce cadre conceptuel a le mérite de présenter le processus entrepreneurial à travers les étapes et les activités relevant de chaque étape. Il permet de décrire le processus de création du début à

la fin. Cependant il ne permet pas d'identifier les facteurs qui ont influencé le processus, moins encore les types d'influences et les étapes au niveau desquelles les influences ont lieu. Ce qui limite son pouvoir explicatif du processus de création, ce, en accord avec Schmidt (2007) qui soutient qu'un modèle crédible de l'entrepreneuriat, loin du « self-made man », doit représenter un individu en interaction avec son environnement, dans un processus de création méthodique. L'autre atout du cadre de Filion et al (2006) est qu'il intègre en son sein les deux variables du modèle de Gartner (1985) que sont le processus et l'organisation. Ce qui semble ouvrir la voie à une conciliation entre les deux approches à travers les deux modèles.

A la lumière de ce qui précède, on peut retenir qu'aucune logique (causale ou effectuale) ne suffit à elle seule pour cerner le processus entrepreneurial dans toutes ses dimensions.

De même qu'une approche multiparadigmatique permet de mieux cerner l'entrepreneuriat, il semblerait que le processus entrepreneurial peut être mieux compris à travers une logique intégrative ou duale (causale et effectuale).

Conclusion

L'objectif de ce chapitre était de découvrir l'entrepreneuriat et le processus entrepreneurial à travers la littérature pour enfin déboucher sur des définitions que retiendront dans la suite de notre recherche. De ce tour d'horizon de la littérature, il est ressorti que, l'entrepreneuriat est un domaine de recherche complexe mais qui se structure progressivement. Plusieurs approches peuvent être identifiées. L'entrepreneuriat constitue un phénomène aux multiples facettes. Ainsi, pour définir l'entrepreneuriat il fallait d'abord connaître l'entrepreneur. Partant d'une approche multiparadigmatique, nous avons conclu que l'entrepreneur c'est celui qui crée une entreprise. Par conséquent, l'entrepreneuriat c'est la création d'entreprise. Le processus entrepreneurial quant à lui comprend l'ensemble des activités (regroupées par étapes) que le créateur d'entreprise réalise pour concevoir, mettre en place et démarrer une entreprise, en rapport avec son environnement. Parmi les trois approches celle par le processus (how) nous semble plus prendre en compte les différentes dimensions nécessaires à l'étude du processus entrepreneurial.

Ce positionnement à travers les définitions et la présentation de modèles conceptuels du processus entrepreneurial, prépare le passage au chapitre 2 qui va traiter du fondement théorique et conceptuel de la recherche.

Chapitre 2. FONDEMENT THEORIQUE DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL

Les recherches qui partent de l'histoire, du contexte et de l'environnement des acteurs (individus, groupes, entreprises et organisations), des systèmes de représentations, des normes et des valeurs des sociétés étudiées, pour comprendre l'esprit et le comportement des entrepreneurs montrent que ces derniers pensent et agissent en fonction de leurs contextes socioculturels (Diakite, 2004 ; Lalèyê et al, 1996). Gartner (1985) semble être le précurseur parmi les chercheurs qui ont conçu des modèles qui prennent en compte l'essentiel de ces éléments en s'inscrivant dans une approche processuelle.

L'objet du présent chapitre est de présenter dans un premier temps les fondements théoriques de notre recherche à savoir la théorie de la contingence à travers les trois composantes que sont : l'écologie des populations, la théorie de la dépendance des ressources et la théorie neo-institutionnelle. Dans un deuxième temps nous présentons, les facteurs contingents d'influence du processus entrepreneurial.

I. La théorie de la contingence, base théorique pour comprendre le processus entrepreneurial

L'approche de contingence stipule qu'il est probable qu'un facteur interne ou externe propre à l'organisation ait un effet sur une ou plusieurs de ses composantes (Fabi et al, 1993). La théorie de la contingence cherche à comprendre les rapports unissant la performance de l'organisation à son contexte. Les variables internes sont censées s'adapter à des variables externes, et les auteurs de référence sont Lawrence et Lorsch, Burns et Stalker, Mintzberg²². Cette théorie contingente de l'entreprise correspond donc à une conception de l'entreprise comme un système ouvert, constitué d'un ensemble de sous-systèmes en interaction constante, dont la survie dépend de l'adaptation à son environnement (Katz et Khan 1966). En effet, l'entreprise n'a pas toujours le contrôle absolu de ses actions : elle doit acquérir les ressources nécessaires et disposer de sa production, et elle dépend, par conséquent, de l'environnement extérieur. Cette théorie accorde donc un rôle important à l'environnement dans l'établissement et la réalisation des objectifs de la firme (Thiéart, 1980). Shane (2003) propose un cadre conceptuel intégrateur pour comprendre le processus entrepreneurial. Il met en avant la relation entre l'entrepreneur

22 Pichault F. « Théorie de la contingence » sur www.grh.hec.ulg.ac.be/cours/supports/.../contingence.pdf

et son environnement durant le processus entrepreneurial, soulignant ainsi le rôle des interactions entre l'individu et le contexte.

L'essentiel de la recherche en entrepreneuriat a tenté de combiner différents points de vue, en intégrant plusieurs dimensions, dans une approche plus contingente (Bruyat, 1993). Pour ce dernier, c'est ce que préconisait déjà Vesper (1982), lorsqu'il écrivait : "*In particular, we probably need to move toward further stratification - less statement about the entrepreneur, and more about contingencies and how one type of situation differs from another and why. The results of study should be of value not only for government policymakers and educators, but for individuals who wish to participate in entrepreneurship. And the individual will be interested in research findings that pertain to him or her, not the typical entrepreneur whose circumstances are different*".

Le courant de la contingence part de l'idée que les dirigeants d'entreprise structurent leur organisation et élaborent leur stratégie en fonction de l'évolution de l'environnement de leur firme, et que dans ces conditions l'adaptation de l'entreprise est un impératif de survie pour elle (Miller, 1981). Mais cette adaptation à l'environnement n'est pas linéaire.

Les activités de l'organisation se développent en interdépendance étroite avec l'environnement, qui lui impose des contraintes, mais qu'elle peut aussi transformer et modifier. L'entreprise s'adapte aux types et aux conditions de l'environnement, qui n'est ni statique, ni homogène, en vue de faire face aux incertitudes qu'elle engendre et de les contrôler au maximum (Thompson, 1967). En fait, l'entreprise est un produit de la société, elle y remplit une tâche spécifique qui doit être légitime et répondre à une demande.

S'il est bien vrai que pour certains auteurs (Katz et Gartner, 1988) l'environnement constitue une contrainte à laquelle l'entreprise choisit les moyens de s'adapter, il en résulte que la vision implicite de l'interaction entreprise/environnement dans ces théories est celle du choix stratégique : en face d'un environnement plus ou moins turbulent, l'entreprise réagit par le choix d'une stratégie qui, si elle est adaptée aux circonstances assure son succès (Child, 1972).

La théorie de la contingence relie l'efficacité à l'adaptation, ainsi qu'à la cohérence du concept et de la situation. Il n'existe plus de solution universelle chaque cas étant unique. Selon Mérigot (1992), la théorie de la contingence retient la possibilité de dégager des analogies parmi certaines catégories de situations qu'elle regroupe, et souligne que la valeur d'un principe de management est "contingente" à une configuration de facteurs et à leurs interrelations dans le cadre de ces situations types ainsi définies. Lawrence et Lorsch (1968) en parlant des structures

organisationnelles affirment : « *Il n'y a pas une structure qui est meilleure mais plutôt différentes structures qui sont les meilleures dans différentes conditions* ».

La théorie de la dépendance des ressources et la théorie de l'écologie des populations, issues de la théorie de la contingence, ont formé le cadre théorique sur lequel se sont appuyés les partisans de cette approche pour expliquer comment l'environnement affecte le taux de création d'entreprises (Emin, 2003). Les deux théories donnent à l'environnement un pouvoir considérable sur l'organisation. Cependant, alors que la théorie de la dépendance vis-à-vis des ressources se place du point de vue de l'organisation, l'écologie des populations voit les organisations du point de vue de l'environnement. D'autres auteurs ont associé à ces théories, la théorie institutionnelle (issue elle aussi de la contingence) pour étudier l'entrepreneuriat.

1.1. La théorie de l'écologie des populations

Dans le paradigme moderniste des organisations, les idées concernant les processus de variation, de sélection et de reconnaissance constituent la base de la théorie de l'écologie des populations développée par les auteurs américains Hannan, Freeman et Aldrich entre autres.

La proposition centrale du courant de recherche « écologie des populations » est que les caractéristiques des organisations sont déterminées à la fois par un processus de sélection interne et externe. Les entreprises pérennes sont celles qui reproduisent en interne les pressions de l'environnement externe. Elles sélectionnent et retiennent les variations stratégiques qui s'avéreront viables dans leur environnement (Barnett et Burgelman, 1996). Ce courant lancé par DiMaggio et Powell (1983) souligne l'importance des forces économiques contextuelles sur les possibilités d'entreprendre. Selon Huault (2008), ces derniers voulaient opérer une rupture avec les questionnements classiques de la théorie des organisations qui s'intéressent plus volontiers à la diversité des formes structurelles (Woodward, 1965 ; Hannan et Freeman, 1984), et expliquer la propension des organisations à se ressembler en se posant la question fondamentale suivante : pourquoi les organisations deviennent-elles similaires ? Ils suggèrent en réponse que les causes sont moins le fait de la concurrence et de la recherche d'efficacité que de facteurs de nature institutionnelle. En phase de développement et de maturité, la structuration des champs organisationnels est profondément modelée, médiatisée, canalisée par les arrangements institutionnels qui entretiennent une tendance inexorable à la similarité. Ce modèle structurel dominant forme, pour DiMaggio et Powell (1983), un champ organisationnel ou population organisationnelle (Moreau, 2004) constituée de différents types spécifiques d'organisation. Moreau affirme que le cycle de vie de la population est différent du cycle de vie des différents types d'organisations individuelles qui la composent. Une population apparaît quand les biens

et les services qu'elle propose sont légitimes et désirés par la « société hôte ». Des modèles causaux ont été dressés, qui expliquent qu'un accroissement du nombre total d'organisations similaires précède un déclin de la création de nouvelles organisations. Le cycle de vie d'une population organisationnelle se compose de trois grandes étapes :

- La première étape est caractérisée par un fort taux de naissance et un bas taux de disparition des organisations qui la composent. C'est une phase pionnière durant laquelle se développent des entreprises initiatrices. Le nombre de ces entreprises augmente, et atteint un maximum qui indique la fin de la phase de croissance. L'abondance de ressources permet généralement une expansion rapide de la population organisationnelle.

- Ensuite, il y a une égalité approximative entre les naissances et les disparitions. Durant cette stagnation, les entreprises se diversifient et se spécialisent. Pour Aldrich (2000), c'est aussi la période où s'opère une sélection. Des forces sont à l'œuvre (les pressions compétitives, la logique de structuration interne de l'organisation, les orientations du marché, etc.) qui aident ou au contraire, éliminent certains types d'organisations. Du fait de cette sélection, la taille de la population décline : les taux de disparition des organisations deviennent plus élevés que ceux des créations.

- Enfin, il ne reste que les organisations qui ont été préservées, et qui doivent assurer leur pérennité. Pour continuer à subsister, elles doivent chercher les ressources qui se sont raréfiées. Des luttes s'engagent alors entre les survivantes, et entre les populations d'organisations, pour s'assurer la possession des dernières ressources. Des populations peuvent disparaître, et de nouvelles peuvent apparaître. La période n'est pas propice aux créations d'entreprises : « Les ressources deviennent rares. La compétition sur les ressources augmente les taux de mortalité et maintiennent les taux de création au plus bas » (Aldrich, 2000).

En outre, la conception de l'organisation se battant pour l'obtention de ressources rares dans son secteur économique est revisitée pour y ajouter des enjeux en termes de légitimation au sein de l'ensemble du champ. Cette tendance vers la conformité, nommée isomorphisme, est un élément central de la théorie néo institutionnelle.

1.2. La théorie néo institutionnelle

Développée dans les années 1980, la théorie néo-institutionnelle explique que l'environnement de l'entreprise est caractérisé par des règles et des exigences sociales et culturelles auxquelles celle-ci doit se conformer afin de recevoir la légitimité et le support de son environnement (DiMaggio et Powell, 1991). Cette théorie explique que les organisations qui partagent le même

environnement emploient des pratiques similaires, dû au fait qu'elles se conforment aux pressions institutionnelles pour des motifs de légitimité, ou d'incertitude. Autrement dit, les organisations cherchent de plus en plus à ressembler à d'autres (DiMaggio, 1981)²³. Pour décrire ce processus d'homogénéisation, les auteurs ont adopté le concept écologique de l'isomorphisme. Ce concept permet en effet d'identifier le processus qui conduit l'unité d'une population à ressembler aux unités affrontant les mêmes conditions environnementales. Une telle démarche suggère que les caractéristiques organisationnelles se modifient pour devenir progressivement compatibles avec les traits dominants de l'environnement Huault (2008).

DiMaggio et Powell, ont identifié deux types d'isomorphisme : l'isomorphisme compétitif et l'isomorphisme institutionnel. L'isomorphisme compétitif associe la pression en faveur de la similarité résultant de la compétition sur le marché. L'isomorphisme institutionnel quant à lui, implique les concurrences organisationnelles pour la légitimité politique et institutionnelle, ainsi que la position sur le marché. Toutefois, DiMaggio et Powell (1983) affirment la prégnance de l'isomorphisme institutionnel. Les organisations entrent non seulement en concurrence pour des ressources et des clients mais sont mues par la recherche de pouvoir et de légitimité. Pour gagner cette légitimité, les organisations inventent des mythes sur elles-mêmes, s'adonnent à des activités symboliques et créent des histoires, ce qui participe à leur survie et à leur propre institutionnalisation. On ne trouve que des définitions socialement construites de la performance car, pour survivre, les organisations n'adoptent pas nécessairement les pratiques les plus appropriées aux exigences économiques du moment, mais celles qui apparaissent les mieux acceptées socialement.

DiMaggio et Powell proposent trois mécanismes d'isomorphisme institutionnel : l'isomorphisme coercitif, l'isomorphisme normatif, l'isomorphisme mimétique.

L'isomorphisme coercitif est le résultat de pressions tout autant formelles qu'informelles exercées par les organisations appartenant à un champ ; il est également issu des attentes culturelles d'une société. Mais la coercition peut être plus subtile et concerner l'adoption de rituels informels pour gagner en légitimité. DiMaggio et Powell²⁴ citent à cet égard les travaux de Milofsky (1981) qui montrent que des organisations entretenant une proximité géographique dans des communautés urbaines, sont peu à peu conduites à développer des hiérarchies

²³DiMaggio (1981) décrit l'émergence de modèles organisationnels dominants pour la production de services culturels hauts de gamme aux Etats-Unis à la fin du dix-neuvième siècle et Coser, Kadushin et Powell (1982) montrent le passage d'une diversité à une homogénéité structurelle chez les éditeurs de livres universitaires américains.

²⁴D'après Huault (2008 : p.4)

organisationnelles pour obtenir des subventions et susciter l'appui d'organismes donateurs, eux-mêmes très fortement structurés hiérarchiquement.

L'isomorphisme normatif se distingue, au niveau analytique, du précédent, par l'importance accordée au phénomène de professionnalisation. La professionnalisation est ici appréhendée comme l'ensemble des efforts collectifs des membres d'une profession pour définir leurs conditions et méthodes de travail et établir une base légitime à leurs activités, leur garantissant un degré d'autonomie suffisant.

Deux aspects de la professionnalisation sont considérés comme des sources importantes d'isomorphisme : l'un concerne les dispositifs d'éducation formelle, l'autre est relatif à la croissance des réseaux professionnels par lesquels les modèles organisationnels se diffusent. De tels mécanismes produisent des individus quasi-interchangeables qui réagissent de façon quasi-identique, quels que soient les contextes et les situations.

Ainsi, les membres de la profession décident et agissent non pas mus par la recherche de l'optimum économique mais surtout par la démonstration de la conformité de leurs décisions aux normes produites par la structure sociale. Ces normes ainsi produites et copiées engendrent, dans un processus toujours renouvelé, une homogénéisation croissante des structures. Pour apparaître professionnel, il faut produire des normes à fondements cognitifs qui légitiment l'autonomie professionnelle.

En outre, si l'homogénéisation au sein de champs organisationnels se voit très largement entretenue par l'exercice de pressions institutionnelles normatives et coercitives, elle est également le fruit de l'incapacité fréquente à imaginer des solutions nouvelles. Car les individus en situation d'incertitude sont souvent enclins à chercher "au voisinage de solutions connues" leurs propres solutions (Cohen, 1996). DiMaggio et Powell relèvent alors l'importance de l'isomorphisme mimétique comme comportement des organisations confrontées à un problème dont les causes sont obscures ou les solutions inconnues. Cette dynamique prend la forme de l'imitation des comportements les plus facilement identifiables ou les plus utilisés par les organisations apparaissant comme légitimes dans un champ.

L'isomorphisme mimétique se présente comme une réponse à l'incertitude.

Plus que les autres formes d'isomorphisme, le concept d'isomorphisme mimétique a été souvent repris, utilisé et diffusé dans les travaux en sciences sociales et en management (Mizruchi et Fein, 1999). Le mimétisme en effet représente non seulement un puissant moyen de coordination comme le soulignent volontiers les conventionnalistes, puisqu'il devient une véritable modalité de coordination routinière et un mécanisme de normalisation des comportements. Meyer et Rowan (1977) avaient noté dans la même veine et quelques années

avant DiMaggio et Powell, que rien ne vaut la répétition de comportements qui par le passé ont été perçus par le marché comme performants. Le mimétisme est donc censé engendrer des solutions efficaces à moindre coût. A cet effet, DiMaggio et Powell (1983) mettent en évidence un certain nombre de variables qui incitent à l'homogénéisation des structures, des processus et des modes d'action au sein d'un champ organisationnel. Il s'agit de : la dépendance d'une organisation vis-à-vis d'une autre organisation, l'ambiguïté de ses objectifs, le rôle de l'incertitude, l'importance du degré de professionnalisation et de structuration d'un champ. Galaskiewicz et Wasserman (1989)²⁵ par exemple soutiennent que les organisations sont susceptibles d'imiter celles avec lesquelles elles ont un ou plusieurs liens. De même, dans une étude du mouvement des institutions d'épargne et de crédit de la Californie sur de nouveaux marchés, Haveman (1993) combine des arguments institutionnels avec la théorie de l'écologie des populations pour montrer que les organisations de Californie ont tendance à imiter le comportement des pairs avec succès en les suivant dans les mêmes marchés. Dans l'échantillon de notre recherche, il y a des primo créateurs qui ont choisi de se lancer par imitation. Mme Z affirme s'être engagée dans l'entrepreneuriat parce qu'elle a vu d'autres femmes entreprendre et réussir.

De nombreux travaux touchant l'environnement du financement des entreprises nouvelles (capital risque, capital informel...), l'éducation, et les incubateurs ou pépinières d'entreprises, peuvent s'inscrire dans la théorie de l'écologie des populations (Bruyat, 1994). Notre recherche s'inscrit elle aussi dans ce registre.

1.3. La théorie de la dépendance des ressources

L'approche par les ressources ou Ressource Based View (RBV) s'est développée au milieu des années quatre-vingt avec certains travaux tels que ceux de Wernerfelt (1984) et Barney (1986, 1991). L'approche fondée sur les ressources permet de donner toute leur importance à la culture, l'éducation, la formation et l'expérience ou le genre, dont on attend qu'ils se reflètent dans l'approche de l'entreprise (Vainio-Korhonen et al, 2002). La RBV n'écarte aucune sorte de ressources. Deux primo créateurs dans notre échantillon (M.L et M.Z) ont puisé leurs idées de projet de leurs compétences acquises sur le banc mais aussi à travers leurs expériences. La RBV accorde une égale importance aux ressources tangibles et aux ressources intangibles. Chacune d'elles peut créer un avantage concurrentiel soutenable (Koenig, 1999). Mais la RBV

²⁵ Cités par Mizruchi et Fein (1999)

revendique des sources plus anciennes en référence aux travaux de Penrose (1959)²⁶. Selon elle, la RBV renvoie à une approche patrimoniale de la firme dans laquelle les choix d'allocation et de combinaison des ressources occupent une place centrale. Dans cette approche, le développement de l'entreprise ne dépend pas uniquement de son positionnement externe et du jeu des forces auquel elle est soumise mais des ressources dont elle dispose et notamment de son aptitude à les combiner de manière originale. Mlle K soutenait son idée de création par le fait qu'elle pense proposer des meilleures prestations sur le marché de par son aptitude à mieux combiner les ressources dont elle dispose.

Le processus constitue avec l'environnement, l'entrepreneur et les ressources de la nouvelle entreprise les quatre composantes principales de ce qui constitue le *phénomène entrepreneurial* (Fayolle, 2004; Fayolle et Fillion, 2006; Fillion, 2001; Gartner, 1985).

Pour Isckia (2008), Penrose distingue en effet les "ressources" et les "services" rendus par ces ressources à travers les termes suivants : "*Strictly speaking, it is never resources themselves that are the inputs in the production process, but only the services that the resources can render*". Autrement dit, ce ne sont pas les ressources elles-mêmes qui sont les inputs du processus de production mais seulement les services que ces ressources procurent. Les services représentent donc la combinaison de différentes ressources (*bundles*) ; le choix de ses combinaisons étant du ressort des managers et des objectifs visés par l'entreprise. Le rôle des managers consiste donc précisément à choisir les combinaisons de ressources qui permettront de créer une valeur ajoutée pour les clients (Williams, 1992). Le potentiel d'utilisation des services dépend directement de l'état des connaissances des managers mais aussi de leurs compétences. Ces dernières reflètent leur habilité à combiner et coordonner le déploiement des services de manière à atteindre les objectifs fixés. En effet, les services auxquels fait référence Penrose (1959) sont fonction de l'expérience et des connaissances accumulées (Isckia, 2008). L'environnement constitue une contrainte de poids pour l'action organisationnelle (Pfeffer et Salancik, 1978). Bien que la théorie de la dépendance des ressources soit basée sur l'hypothèse que les organisations sont contrôlées par leurs environnements, ces auteurs estiment également que les gestionnaires peuvent apprendre à « naviguer sur les mers houleuses » de la domination de l'environnement.

La vulnérabilité d'une organisation face à son environnement vient de son besoin en ressources : les matières premières, le travail, le capital, les équipements, les connaissances et les

²⁶ The theory of the growth of the firm d'Edith Penrose [1959] constitue le creuset dans lequel va se développer l'approche par les ressources et ses différentes déclinaisons.

débouchés pour ses produits et ses services, soit autant de ressources contrôlées par l'environnement. Ce sont les ressources possédées initialement par l'entrepreneur (personnalité, connaissances, relations) et les événements rencontrés, au fur et à mesure du développement du projet, qui permettent de construire l'objectif de l'entreprise (Saravathy, 2001). La dépendance qui s'ensuit donne à l'environnement du pouvoir. Celui-ci l'utilise pour imposer aux organisations des exigences telles que des prix concurrentiels, des produits et des services répondant à des besoins, des structures et des processus organisationnels efficaces.

Lichtenstein et Brush (2001) ont fait un examen de la littérature sur le sujet et ont trouvé que les ressources les plus pertinentes pour les nouvelles entreprises sont le capital financier, le système et la structure organisationnelle, le savoir-faire (know-how) en gestion, les employés, l'expertise et la réputation du propriétaire, la technologie, les ressources physiques, le leadership et les systèmes culturels/informels de l'organisation. Après une étude empirique, ces auteurs ont découvert que dans les moments initiaux d'une nouvelle entreprise, les ressources « soft » ou « intangibles », telles que les connaissances/l'expérience/la réputation des entrepreneurs et des employés, le système de service et de vente et les alliances, sont spécialement importantes. Toutefois la RBV a essuyé quelques critiques de la part de certains auteurs. Cette approche par l'intérieur de la firme sous-estime les facteurs exogènes, notamment la demande. Selon Depeyre (2005), l'emballement de la demande d'un produit peut par exemple brusquement survaloriser une ressource (on pense au laboratoire pharmaceutique Roche qui, quelques années avant qu'on n'entende parler de la grippe aviaire envisageait de cesser de produire son Tamiflu, alors que la simple menace d'une pandémie a fait exploser en un an les ventes de ce médicament). Des critiques qui ne semblent pas entamer sa pertinence dans le cadre de la présente recherche. En effet, les ressources (tangibles et intangibles) jouent un rôle important, dans le processus de création. Pour exploiter une idée, il faut mobiliser des ressources, si ce ne sont pas les ressources elles-mêmes qui sont à l'origine de l'idée. Il y a donc là, une dépendance non seulement des ressources, mais aussi du créateur et de l'organisation qu'il crée vis-à-vis de l'environnement. La place qu'occupent les ressources dans cette théorie en rapport avec le processus entrepreneurial fait aussi penser à la théorie de l'effectuation présentée dans le chapitre 1.

Notons aussi que la vision béhavioriste a permis d'envisager une représentation de l'entrepreneuriat comme étant un processus d'apprentissage dynamique où les individus acquièrent continuellement des compétences et des connaissances nécessaires pour réussir dans le processus entrepreneurial (Cope, 2005). Cette perspective suggère que les comportements sont construits durant le temps et que les connaissances sont cumulatives, en ce sens que « ce

qui est appris à une période se construit sur ce qui a été appris à une période précédente » (Minniti et Bygrave, 2001).

La décision de mobiliser cette théorie dans le cadre de ce travail paraît justifiée. En fonction de cette perspective, la RBV permet d'expliquer le processus de création à travers le choix des différentes formes organisationnelles. Elle se conjugue bien avec l'approche écologique de Hannan et Freeman (1977 : cités par Moreau, 2004) qui postule qu'une société jouit de ressources limitées, qui permettent de ne supporter qu'un nombre fixe d'organisations et l'approche institutionnelle. Ce choix est en accord avec Colot et al. (2007), qui soutiennent que le modèle de Gartner (1985) s'inscrit dans le cadre de la théorie de la contingence. En effet les entrepreneurs et leurs entreprises sont différents, ainsi que l'environnement dans lequel ils baignent. Chacun est donc unique. Cette théorie précise qu'à des situations diverses, il existe des modes d'organisations divers.

II. Les facteurs de contingence du processus entrepreneurial

L'étude des activités de l'entrepreneur est depuis quelques années au centre des préoccupations d'un bon nombre de chercheurs en entrepreneurship. De l'avis de Gartner (1988) et d'autres auteurs (Filion, 1990; Stevenson et Hameling, 1990; Bygrave et Hofer, 1991), il est tout aussi important de comprendre comment se crée et se développe une entreprise, que de continuer à chercher quelles sont les caractéristiques de celles et ceux qui créent une entreprise. D'où la proposition faite aux chercheurs de porter désormais leur attention sur la compréhension et la description du processus entrepreneurial.

Le processus constitue avec l'environnement, l'entrepreneur et les ressources de la nouvelle entreprise les quatre composantes principales de ce qui constitue le *phénomène entrepreneurial* (Fayolle, 2004; Fayolle et Filion, 2006; Filion, 2001; Gartner, 1985; Julien et Marchesnay, 1996; Verstraete et Saporta, 2006).

Une bonne compréhension du processus passe alors par une bonne analyse de ses composantes. Il faut en effet analyser d'une part les activités réalisées au niveau des différentes étapes qui conduisent à l'érection de l'entreprise. D'autre part, analyser les deux autres composantes à savoir l'individu (entrepreneur) et l'environnement, qui sont des facteurs de contingence du processus

Concernant le premier volet, une synthèse des activités réalisées au niveau des différentes étapes du processus a été présentée à travers le modèle de Filion et al (2006). Cette section sera consacrée à la présentation des variables individu et environnement dans la littérature.

2.1. L'individu

C'est la personne impliquée dans la création de la nouvelle organisation. Gartner (1985) retient surtout des aspects psychologiques de l'individu : le besoin d'accomplissement, le lieu de contrôle, et la propension à la prise de risque, expérience professionnelle antérieure, parents entrepreneurs, âge, éducation.

L'entrepreneuriat c'est d'abord une façon de penser. Les auteurs s'accordent à le reconnaître et, sans pour autant réduire la démarche à cette seule dimension, force est de constater que l'idée et le projet naissent "dans la tête" du créateur (Saporta, 1994). Ce dernier initie une démarche de mobilisation et d'organisation des ressources dans le but de lancer, puis de développer des entreprises qui viendront combler des besoins. Ce qui donne naissance à l'organisation est avant tout la volonté humaine qui émane de l'individu ou du groupe d'individus (Hernandez, 2001). Les premiers chercheurs en entrepreneuriat (Mc Clelland, 1961 ; Collins et Moore, 1970 ; Ronstad ,1984 ; etc.) ont essayé de répondre à deux questions. Tout d'abord, ils ont tenté d'identifier les créateurs par opposition à ceux qui ne créent pas, de repérer dans une population ceux qui étaient le plus susceptibles de créer une entreprise. Puis ils ont cherché des critères pour séparer les créateurs qui réussissent de ceux qui échouent (Hernandez, 1995). Les chercheurs essayaient en effet à *construire* le profil type d'un entrepreneur à succès. Mais toutes les études menées pour identifier le profil type de l'entrepreneur à fort potentiel de réussite ne sont guère convaincantes (Copin et Marion, 1992). Tout se passe comme si l'entrepreneur était perçu par les chercheurs à partir des prémisses de leur discipline (Filion, 1997). Certains diront que le domaine de l'entrepreneuriat est confus quant à la relative définition de l'entrepreneur. Un examen de la littérature portant sur le profil type de l'entrepreneur fait ressortir certaines caractéristiques psychologiques et sociologiques particulières qui peuvent cependant varier selon les types d'entrepreneurs. On peut citer par exemples : *les motivations, l'âge de l'entrepreneur au lancement de l'entreprise, le niveau d'études, le sexe, l'expérience antérieure du créateur*. Nous présentons successivement ces caractéristiques telles que traitées dans la littérature.

2.1.1. Les motivations

La littérature dominante sur le sujet, a pendant longtemps souligné la dualité des motivations, économiques et non économiques, pour qualifier le « *bon entrepreneur* ». Mais, des études récentes montrent que les motivations sont multidimensionnelles, à la fois économiques et non économiques. L'entrepreneur type a un fort besoin de réalisation personnelle ; il a confiance en lui ; il veut être autonome et indépendant ; il aime les risques modérés ; et il est plein d'énergie et de motivation.

McClelland (1961), souligne que les individus qui ont un fort besoin d'accomplissement sont ceux qui accomplissent plus de choses dans leurs vies, vont vers les activités qui présentent des défis et ont un haut degré d'indépendance. Quant à Bygrave (1989), il soutient que les entrepreneurs sont largement au-dessus de la moyenne en ce qui concerne leur désir d'exceller (motivation d'accomplissement), leur optimisme personnel, leur volonté à gérer leur destin et leur bonne volonté à prendre des risques. Les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts.

Beaucoup d'autres auteurs se sont intéressés aux motivations des créateurs. Selon Kamdem et Nkakleu (2015), les entrepreneurs africains (Sénégal et Cameroun) adoptent des comportements qui trouvent leur justification dans une triple finalité exclusive ou combinée : la recherche de profit, le bien-être personnel ou l'épanouissement des membres de leur communauté d'appartenance qui impose des valeurs de partage dans une société africaine réputée communautaire. Bouchiki et Kimberly (1994) quant à eux identifient cinq motivations principales : le désir d'assouvir une passion, un besoin d'autonomie, un désir de puissance, pour faire fortune, parce que l'on n'a pas d'autre choix. Marchesnay et Messeghem (2001) identifient eux aussi cinq motivations principales : le besoin d'autonomie, de maîtrise de ses actes et décisions, de réalisation personnelle (le *need of achievement*), de socialisation, d'acquisition d'un statut social, de pouvoir, et enfin « le simple besoin de « subsistance ».

Hernandez (2006) dans un article portant sur les trois dimensions de la décision d'entreprendre a, à son tour, identifié cinq types de motivation : *La passion/réalisation personnelle, l'autonomie, le désir de puissance/Besoin de pouvoir, l'aspect financier*²⁷ et *l'obtention d'un revenu* car pour beaucoup de créateurs la raison principale c'est l'absence d'autre solution pour gagner sa vie, la difficulté, voire l'impossibilité, de trouver ou de retrouver un emploi salarié.

Dans son modèle de Shapéro (1975) cherche à comprendre la décision entrepreneuriale. Il estime que beaucoup de créations d'entreprises sont liées à des « déplacements ». Il parle à cet effet de facteurs « push » et « pull » comme des combinaisons d'éléments négatifs (par exemple, licenciement) et/ou positifs (par exemple, repérage d'opportunités) pouvant expliquer la création d'entreprise. Il montre que ce sont des facteurs d'origine psychologique (la disposition à entreprendre), sociologique et économique (les ressources) qui vont provoquer le passage à l'acte d'entreprendre.

²⁷Il correspond au souci de bien ou de mieux gagner sa vie, d'améliorer sa situation financière avec parfois pour certains le rêve de faire fortune (Hernandez, 2006, p.348).

Bravo-Bouyssy (2010), dans une étude exploratoire sur 13 entrepreneurs solo pour comprendre les logiques de création de leurs entreprises, fait cas de la controverse sur les explications de la hausse de la création dite « en solo ». En effet, selon le contexte économique, deux types de thèses s’opposent : la thèse de la décision subie et celle de la prosperity pull. La première soutient que le manque d’opportunité d’emploi conduit à l’auto-emploi, et ceci est interprété comme être « poussé par le chômage » (« unemployment push »), auquel cas la création d’entreprise en solo serait une décision « subie ». Ce premier groupe répond à des situations de nécessité (un licenciement) mais aussi de frustration (l’insatisfaction liée à un emploi), ou encore à un besoin de flexibilité dû à des responsabilités familiales plus importantes (besoin de conciliation entre vie privée et vie professionnelle). Ce travail autonome involontaire serait également favorisé par le développement de la sous-traitance, qui permettrait à d’anciens salariés devenus entrepreneurs d’offrir leurs compétences sur une base contractuelle et temporaire (Beaucage et al, 2004).

À l’inverse, l’autre thèse défend l’idée que la croissance économique offre plus d’opportunités pour devenir auto-employé (« prosperity pull ») (Bogenhold et Staber, 1991) et que des besoins d’indépendance, d’autonomie, d’accomplissement personnel, de défi et de possibilité de gains financiers plus importants peuvent dès lors être à l’origine d’une création en solo. Cette aspiration à gérer soi-même sa réussite professionnelle serait renforcée par la scolarité, l’expérience ou les moyens financiers permettant de réaliser des ambitions entrepreneuriales (Beaucage et al, 2004). Bellanca et Colot (2014) ont répertorié une cinquantaine de facteurs « pull » et « push » évoqués dans la littérature en rapport avec le sujet. Le tableau 2.1 suivant présente ces différents facteurs

Tableau 2.1. Les facteurs "pull" et "push" répertoriés par Bellanca et Colot (2014)

Facteurs de motivation	Auteurs
Nécessité économique, contextuelle, impossibilité de trouver un emploi, chômage, etc.	Shapero (1975), Blais et Toulouse (1990), Julien et Marchesnay (1996), Chu (2000), Robichaud et al. (2001), Fayolle (2003), Kirkwood (2009), Benzing et Chu (2009)
Insatisfaction au travail	Liles (1974), Shapero (1975), Brockhaus (1980), Gartner (1985), Cromie et Hayes (1991), Turan et Kara (2007), Schjoedt et Shaver (2007), Kirkwood et Walton (2010), Chu (2000), Fayolle (2003), Kirkwood (2009)
Exigences familiales	Chu (2000), Kirkwood (2009)

Discrimination à l'emploi des populations immigrées	Willsdon (2005), Butcher et al (2006), Pio (2007), Wahlbeck (2007), Kirkwood (2009),
Indépendance, autonomie, être son propre patron	Hornaday (1982), Goffee et Scase (1985), Scheinberg et MacMillan (1988), Raynolds et Miller (1988), Cooper et al (1989), Birley (1989), Blais et Toulouse (1990), Chu (2000), Robichaud et al. (2001), Fayolle (2003), Baccari (2006), Giacomini et al (2006), Turan et Kara (2007), Kirkwood (2009), Kirkwood et Walton (2010)
Accomplissement, réalisation personnelle	Mc Clelland (1961, 1965, 1969), Hornaday (1982), Goffee et Scase (1985), Gartner (1985), Scheinberg et MacMillan (1988), Raynolds et Miller (1988), Birley (1989), Blais et Toulouse (1990), Chu (2000), Robichaud et al. (2001), Fayolle (2003), Baccari (2006)
Richesse	Scheinberg et MacMillan (1988), Raynolds et Miller (1988), Cooper et al (1989), Fayolle (2003), Baccari (2006), Giacomini et al (2006), Turan et Kara (2007), Kirkwood (2009), Kirkwood et Walton (2010)
Challenge, défi personnel, ambition	Raynolds et Miller (1988), Cooper et al (1989), Fayolle (2003), Julien et Marchesnay (1996), Turan et Kara (2007)
Reconnaissance	Scheinberg et MacMillan (1988), Blais et Toulouse (1990), Fayolle (2003), Julien et Marchesnay (1996), Turan et Kara (2007)
Pouvoir	Blais et Toulouse (1990), Fayolle (2003)
Besoin d'évasion	Scheinberg et MacMillan (1988), Blais et Toulouse (1990)
Jeu intellectuel	Julien et Marchesnay (1996), Fayolle (2003)
Créer de l'emploi, contribuer au développement économique, etc.	Julien et Marchesnay (1996), Baccari (2006)
Opportunité	Belley (1989), Blais et Toulouse (1990), Fayolle (2003), Frederick (2004), Shinnar et Young (2008)
Tradition familiale et désir de travailler en famille	Shapiro et Sokol (1982), Gartner (1985), Aldrich et Cliff (2003), Turan et Kara (2007)

Source : Bellanca et Colot (2014)

Pour sa part, Tessier-Dargent (2015) affirme que depuis les travaux de Reynolds et al. (2001), ces motivations ont donné naissance aux concepts d'entrepreneuriat de nécessité (motivations de création push) et d'entrepreneuriat d'opportunité (motivations de création pull). Le groupe pression (« push ») implique des éléments de nécessité (ex : un revenu familial faible ou insuffisant ou la perte d'un emploi suite à la relocalisation d'une entreprise), de frustration (ex : de l'insatisfaction liée à un emploi offrant peu de possibilités d'avancement) ou encore à un besoin de flexibilité dû à des responsabilités familiales plus importantes. Le groupe attraction (« pull ») regroupe plutôt des besoins d'indépendance et d'autonomie, d'accomplissement personnel, de défi et la possibilité de gains financiers plus importants.

Dans le même sens, certains auteurs (Giacomin et al, 2006) ont tenté d'éclairer, au niveau individuel, les articulations entre la position sociale, la motivation du passage à l'acte de la création d'entreprise et les dynamiques push-pull (tableau 2.2.).

Tableau 2.2. Indicateurs des dynamiques Push et Pull

Push	Pull
Sortir du chômage	Gagner un maximum d'argent
Répondre aux attentes familiales	Etre reconnu socialement
Perpétuer la tradition familiale	Développer de nouveaux produits/services
Ne plus avoir de patron	Développer de nouveaux procédés de fabrication
Etre Autonome	Augmenter les revenus
Créer votre propre emploi	Acquérir du prestige

Source : Giacomin et al. (2006, p.12)

La classification proposée ci-dessus se justifie par le fait que les politiques efficaces pour les entrepreneurs de type push ne sont pas les mêmes que pour les entrepreneurs de type pull. Les auteurs déterminent, ainsi, les articulations entre la dynamique push-pull et la position sociale des individus (Bourguiba, 2007).

Toutefois, dans son étude sur les créateurs solo Bravo-Bouyssy (2010), trouve que la situation de ces créateurs d'entreprises ne peut pas être simplement tranchée entre précarité et stabilité. Des situations intermédiaires pourraient éventuellement expliquer le développement de ces formes de création. La dichotomie push/pull est donc trop simpliste. Elle est ambiguë dans de

nombreux cas (Dawson et Henley, 2012), et l'interprétation varie selon les individus interrogés : par exemple, fuient-ils de mauvaises conditions de travail, ce qui serait une motivation push, ou aspirent-ils à de meilleures conditions de travail, plus de flexibilité et d'autonomie par exemple, ce qui serait une motivation pull. Les incidents dans la vie personnelle des individus (déplacements de Shapiro) qui les poussent à créer ne sont pas classifiables en push/pull : ils sont aussi le résultat de caractéristiques socio-économiques, de l'âge, de l'expérience, de l'éducation, et sont généralement intimement imbriquées. Dans le même sens Bourguiba (2007) estime la dichotomie push-pull semble sensible à l'âge et/ou au statut de l'individu. Les jeunes sont guidés dans leurs désirs de création tant par des facteurs push (désir d'indépendance) que pull (objectif de profit et valorisation sociale). Les entrepreneurs sont fréquemment mus par des motivations à la fois du ressort de la nécessité et du ressort de l'opportunité. Vouloir artificiellement classer les motivations dans une catégorie plutôt qu'une autre simplifie dangereusement la compréhension de leur rationalité (Tessier-Dargent, 2015).

Par ailleurs, surtout, ces motivations peuvent évoluer dans le temps, au cours du processus entrepreneurial. En particulier, les très nombreuses études basées sur les données GEM ne tiennent pas compte de l'hyper simplification du phénomène, dans la dichotomie nécessité opportunité choisie par GEM, qui plus est via une auto-déclaration en tout début de processus, sans suivi longitudinal. Williams et Williams (2001) montrent ainsi que les motivations changent au cours du temps, en particulier en cas de succès de l'entreprise.

En pratique, il ne s'agit pas seulement d'un mix opportunité-nécessité, mais également d'un processus de glissement lent de motivations de type plutôt nécessité vers, généralement, des motivations plutôt d'opportunité, jusque dans deux tiers des cas (Williams et Williams, 2001 ; Cassar, 2007; Estrin et al, 2013). Un individu peut progresser au fur et à mesure du développement de son entreprise et donc de la satisfaction de ses besoins, de l'entrepreneuriat de nécessité à celui d'autoréalisation.

La dichotomie nécessité/opportunité se révèle donc trompeuse, pour celui qui veut catégoriser les entrepreneurs en fonction de la perception initiale qu'ils ont de leur condition, non seulement parce qu'en général les motivations sont mixtes, mais aussi car elles évoluent dans le temps. Il faut donc aller au-delà de cette dichotomie simpliste²⁸, vers une appréciation plus riche, nuancée et dynamique des motivations entrepreneuriales. Les résultats d'une étude sur les entrepreneurs

²⁸ La théorie de la dichotomie entrepreneuriat de nécessité / entrepreneuriat d'opportunité est critiquée dans plus d'une quinzaine d'articles. Ces articles démontrent les inconsistances significatives de ce concept, incapable d'expliquer le phénomène complexe et divers de l'entrepreneuriat de nécessité. Ils appellent à un changement fondamental du mode de pensée. (Tessier-Dargent, 2015)

aux pieds nus de la ville de Douala au Cameroun, réalisée par Nkakleu (2016), mettent en lumière des motivations économiques et non économiques chez ces derniers. Pour les motivations économiques il s'agit essentiellement de : la perte d'emploi, le désir de gagner de l'argent, le désir d'épargner, le salaire insuffisant dans l'emploi occupé, le désir de faire quelque chose ou encore l'opportunité d'affaires. Les motivations non économiques quant à elles, sont essentiellement sociales, parmi lesquelles on peut citer par ordre d'occurrence : l'aide de la famille, la satisfaction des besoins alimentaires des enfants, la scolarisation des enfants, la satisfaction des besoins personnels, l'imitation d'une personne que l'entrepreneur admire, la recherche d'indépendance/autonomie, la réalisation d'une passion, la poursuite des études supérieures, etc. Cette étude révèle aussi des différences de motivations sociales entre les hommes entrepreneurs et les femmes entrepreneurs.

La motivation originelle est rarement la seule cause de création. Celle-ci est plutôt le produit d'un contexte, économique, social et spatial²⁹ dans lequel baigne l'entrepreneur, ainsi que du type d'entrepreneuriat envisageable pour lui (Tessier-Dargent, 2015). Par exemple, les travaux de Giacomini et al. (2006) et de Couteret, (2010) démontrent qu'il ne faut pas systématiquement associer chômage et entrepreneuriat de nécessité. Pour ces auteurs, les motivations pull des uns sont les motivations push des autres. Ainsi, être au chômage n'empêche nullement de créer « par opportunité », loin s'en faut. Dans cette perspective, Caliendo et Kritikos (2009)³⁰ montrent, dans une étude portant sur environ 1900 créateurs, anciens chômeurs, que ces derniers ne sont pas uniquement poussés par le chômage mais qu'ils peuvent également se lancer parce qu'ils ont saisi une opportunité ou parce qu'ils désirent devenir leur propre patron. Cette étude leur permet de distinguer trois groupes de créateurs : le « pull types », les « push types » et les « pull and push types ». Ces derniers étant « tirés » mais aussi « poussés » vers la création de leur propre emploi. En ce qui concerne les créateurs plus âgés (Bourguiba, 2007), deux types émergent. Les chômeurs âgés apparaissent influencés par la seule motivation d'« absence d'emploi » et donc par un entrepreneuriat de nécessité. Les résultats concernant les créateurs âgés non demandeurs d'emploi, tels que les prépensionnés et retraités, sont également

²⁹ Nkakleu (2016) fait à cet effet référence aux travaux très illustratifs, notamment Benzing et al. (2005) qui soulignent des différences régionales dans les motivations des entrepreneurs au Vietnam : les entrepreneurs à Ho Chi Minh city sont plus motivés par la satisfaction personnelle et la croissance alors que leurs homologues à Hanoi sont motivés par la création de leur propre emploi et leur plaisir de trouver le travail à leur famille. Chez les entrepreneurs africains, en particulier ceux du Kenya et de Ghana, ils sont motivés surtout par l'augmentation de leur revenu ou le désir de devenir leur propre patron (Chu et al. 2007).

³⁰ Cités par Bravo-Bouyssi (2010, p.7)

intéressants. En effet, ces individus ne sont concernés ni par les motivations défensives ni par les motivations économiques identifiées. Ceci laisse croire qu'un troisième type d'entrepreneuriat peut exister, celui de « loisir ». Ce dernier résultat ouvre la porte de l'hypothèse d'un *trinôme* entrepreneurial « *push-pull-leisure* ». Plusieurs travaux se sont intéressés aux liens entre les motivations des créateurs et leur réussite. A titre d'exemple, Amit et Muller (1994) dans une étude portant sur des entreprises canadiennes font clairement ressortir que les entrepreneurs « pull » ont plus de succès que les entrepreneurs « push ». Les termes « push » et « pull » étant pris au sens de Shapero et Sokol, (1982).

2.1.2. L'âge de l'entrepreneur au lancement

L'âge du fondateur au moment où il est intéressé à lancer une affaire entre également en jeu. Par exemple, dès les années 1960, Smith (1967) considère l'âge comme un déterminant important dans la typologie des entrepreneurs (Tessier, 2015).

Des gens de tout âge se lancent en affaires, mais au Canada et aux États-Unis, environ les deux tiers de ces personnes ont entre 25 et 40 ans. Les plus jeunes manquent souvent d'expérience et de financement ; les plus âgés, eux ont des contraintes familiales et professionnelles (Gasse, 2012). Dans une étude récente sur les entrepreneurs naissants au Canada (Diochon et al, 2001), on observe que 57% de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans.

Les deux tiers des créateurs en France ont entre 30 et 49 ans (24 % ont moins de 30 ans et 15 % plus de 50 ans). Les plus jeunes (25 ans au plus) représentent 8% des créateurs (Estay, 2003). Autio et al (1997) sur un échantillon de 1956 étudiants (Scandinaves, Américains et Asiatiques) en sciences dures à partir d'un modèle d'intention adapté de celui de Davidsson (1995) ont trouvé que l'âge (et du nombre d'années d'étude) influence fortement l'intention de créer.

L'activité entrepreneuriale plus présente chez les 35-44 ans et les 18-34 ans. Cette tendance confirme ce qui est couramment, donné de rencontrer dans la littérature empirique (GEM-BF, 2015). En effet, la classe des 35-44 correspond à une génération intermédiaire très active où les besoins sont nombreux et les ambitions encore plus grandes (MEBF, 2015).

2.1.3. Le niveau d'études

Le niveau d'études est une variable très présente dans la recherche en entrepreneuriat sur les caractéristiques des futurs créateurs et créateurs d'entreprises. Presque toutes les études récentes (Gasse et D'Amours, 2000) au Canada et ailleurs, indiquent que le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que celui de l'ensemble de la population. Cela est particulièrement vrai des créateurs d'entreprises en technologie de pointe ou à fort potentiel de croissance. Étant

donné que ces entreprises font reposer leurs avantages concurrentiels sur les connaissances de leurs fondateurs, une solide formation est donc nécessaire.

Les recherches sur l'intention de créer ont révélé l'influence positive du niveau d'études. L'intention a tendance à augmenter au fur et à mesure que l'étudiant avance dans son cursus universitaire (Boissin et al, 2004 ; Gasse et al, 2006 ; Boissin et al. 2007 ; Autio et al. 1997). L'analyse par le niveau de diplôme indique que la propension à créer (pourcentage de créateurs par catégorie de diplômés) progresse avec la formation. La majorité des entreprises américaines sont créées par des personnes ayant au moins suivi un premier cycle universitaire (68,4 %) même si au contraire, en France, 50 % des nouveaux entrepreneurs n'ont pas fait d'études supérieures. Toutefois, les plus jeunes (25 ans au plus) qui représentent 8% des créateurs possèdent au minimum un certificat d'aptitude professionnelle (Estay, 2003). Si près du quart des dirigeants de PME ont un niveau inférieur au Baccalauréat, près de 60% ont un niveau supérieur. C'est ce qui ressort d'une étude effectuée en 1994 par le CEPME (Duchénaut, 1996). Dans une étude sur les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME, Gasse (1998), observe que le niveau moyen de scolarité des dirigeants de PME est de 13 ans, et que près de 75% avaient fait des études universitaires.

L'influence du niveau d'études a été amplement étudiée. A juste titre si on se rappelle bien que l'entrepreneur est défini comme un innovateur. Cette capacité d'innovation, la littérature l'explique largement par le degré de formation. L'entrepreneur innovateur se caractérise par un haut niveau de formation et une forte liaison avec de bons réseaux d'informations (Julien et Marchesnay, 1996).

2.1.4. Le sexe

Le genre est aujourd'hui au cœur des développements les plus récents des recherches qui analysent, par exemple, le rôle de l'entrepreneuriat féminin ou, encore, les caractéristiques des entrepreneurs d'un même pays. Le sexe aurait bien un effet sur l'intention de créer une entreprise (Giacomin et al, 2010). 22% des étudiants de Grenoble ont l'intention de créer contre 13% des étudiantes. Cette tendance a été observée par Nishantha (2009) auprès des étudiants sri-lankais et par Benredjem (2009) auprès des étudiants algériens. C'est également une variable personnelle importante pour expliquer l'intention de créer (Boissin et al, 2007).

Les variables personnelles les plus importantes se révèlent être les expériences de travail en PME, le sexe (les hommes sont plus enclins à l'entrepreneuriat que les femmes) et l'existence

de modèles (exemple : parent entrepreneur, variable également significative chez Boissin et al, 2007).

Les femmes françaises représentent 27 % des créateurs *ex-nihilo* et 39 % des repreneurs. Elles exercent majoritairement sous la forme d'une activité indépendante et elles sont en moyenne plus âgées que les hommes (Estay, 2003).

Carrier et al (2006) ont fait une synthèse des recherches réalisées sur l'entrepreneuriat féminin en faisant la synthèse de près de 95 articles et communications sur le sujet. Ils ont regroupé tous les critères étudiés par différents chercheurs. Ces critères et obstacles ont été regroupés en sept grands thèmes qui reviennent le plus souvent dans la littérature sur l'entrepreneuriat féminin et qui sont : les motivations, le style de gestion, la performance, les besoins de formation, la conciliation travail-famille, le réseautage et le financement.

Pour Cooper et al. (1994), le sexe de l'entrepreneur a une incidence défavorable sur la croissance des petites entreprises, mais absolument aucune sur la survie de ces dernières. Une étude menée par Dahlgvist et al. (1999) sur les firmes nouvellement créées en Suède observe un lien négatif entre le fait que l'entrepreneur soit de sexe féminin et la croissance.

Aux États-Unis, les résultats paraissent différents. En effet, les femmes sont plus présentes en matière d'entrepreneuriat et leurs entreprises emploient plus que celles des hommes entre 2002 et 2007.

En France, il est clair que le taux de survie des entreprises créées par des hommes et des femmes dépend de l'expérience des entrepreneurs (Estay, 2003). Toujours selon cet auteur, en Autriche, le taux de naissance d'entreprises créées par des femmes est plus important mais avec un taux de décès plus élevé.

Les pays de l'Afrique Sub-saharienne sont plutôt égalitaires en ce qui concerne la participation économique (Rouatbi, 2015).

Selon les données de l'étude sur la mortalité des entreprises (MEBF, 2015)³¹, 219 entreprises seulement soit 14,03% des 1560 entreprises sont créées par des femmes³². Le taux d'échec est de 48,40% supérieur à celui des hommes 42,65%. Ce résultat est conforme à celui trouvé en Autriche, ci-dessus cité.

Les études sur les différences ont parfois donné des résultats contradictoires. Pour certains, il y a des différences au niveau des intentions entrepreneuriales, des motivations et surtout de la performance, etc. Pour d'autres, il y a peu ou pas, de différences entre les entrepreneures

³¹Op citée

³² L'étude en question a concerné les entreprises formalisées. Les femmes burkinabè sont très présentes dans les activités indépendantes génératrices de revenu, généralement non enregistrées à la MEBF.

femmes et leurs homologues masculins. Ce courant affirme même que les femmes et les hommes entrepreneurs sont plus semblables que des personnes du même genre dans des domaines d'activité différents (Fagenson, 1993 cité par Rouatbi, 2015). Toutefois le fossé du genre demeure remarquable quand il s'agit des préférences individuelles et de la façon de créer une nouvelle entreprise (Rouatbi, 2015). Les résultats sur l'influence de l'âge demeurent difficiles à prévoir.

2.1.5. L'expérience antérieure

L'expérience de l'entrepreneur est également une variable très fréquemment retenue dans les travaux de recherche (Agarwal et al, 2004 ; Filion, 1997 ; Schutjens et Wever, 2000). Elle regroupe la qualification de l'entrepreneur (Cooper et al, 1994), ses expériences professionnelles antérieures (Brüderl et al, 1992), son expérience dans la branche d'activité au sein de laquelle il crée (Praag, 2003) et son passé entrepreneurial (Cooper et al, 1994). L'enjeu lié à cette variable consiste à mettre en évidence le passé de l'entrepreneur et à le mettre en relation avec la réussite de l'entreprise (Tessier-Dargent, 2015).

« Il ne faut pas croire que les créations *ex nihilo* soient effectivement « issues de rien », en ce sens qu'elles sont initiées par des entrepreneurs chargés d'une histoire, de projets et mises en œuvre dans des environnements particuliers existants. Qui plus est, son parcours professionnel lui a permis de constituer un réseau de relations très dense ! Les liens étroits entre activité ante-crédation et activité post-crédation vont lui permettre de s'appuyer très fortement sur ce réseau, en particulier lors de la phase de lancement de la nouvelle activité » (Bruyat, 1994).

Une recherche exploratoire, effectuée par Fayolle (1994), sur les comportements entrepreneuriaux à partir d'un échantillon de vingt ingénieurs ou repreneurs d'entreprises de la région lyonnaise, montre le rôle essentiel de l'expérience professionnelle antérieure. Toutes les créations ou reprises d'entreprises observées dans l'étude ont un lien avec l'activité professionnelle antérieure des ingénieurs entrepreneurs. Selon l'auteur, l'expérience professionnelle antérieure semble apporter à l'ingénieur entrepreneur les connaissances et compétences techniques, les réseaux de relation et l'ouverture sur son environnement, qui vont lui permettre de repérer les meilleures opportunités de création ou de reprise, et influencer très fortement ses premiers comportements et attitudes d'entrepreneurs.

Hebbar (2001)³³, a mis en exergue le rôle l'expérience professionnelle antérieure dans la création. Elle reste pour lui un élément très favorable dans la maîtrise de l'organisation. En

³³ Hebbar Karim (2001), « *Les compétences clés de l'entrepreneur innovateur : l'influence de l'expérience pré-entrepreneuriale* », Xème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique 13-14-15 juin 2001, Faculté des Sciences de l'administration, Université Laval, Québec

effet, le travail dans une entreprise avant la création l'initie à l'action d'organiser, l'action de gérer. Le créateur apprend ce qu'est l'entreprise, ce qu'est une direction, comment fonctionne une société. Mais surtout, l'entrepreneur va se forger sa conception de l'ordre. Une conception qui lui sera très utile notamment afin que celui-ci soit capable de gérer la complexité de l'organisation qu'il initie.

L'expérience que l'entrepreneur aura acquise dans une entreprise avant la création, augmente le champ du raisonnement inférentiel. La diversité des situations de gestion vécue, a un effet très positif sur la capacité de raisonnement inférentiel. L'entrepreneur est capable d'inventer une solution valable sur la base de la diversité des différentes expériences passées. Par l'expérience et son apprentissage antérieur, l'entrepreneur s'intègre dans son environnement et s'approprié les règles qui le régissent. Il est alors capable de se positionner dans cet environnement afin d'atteindre les objectifs requis et cela en développant une vision stratégique.

L'expérience fera que certains entrepreneurs deviendront aptes à prévoir ce qui risque de se passer sur le marché, les réactions des différents acteurs de son environnement. Il sera alors capable d'ajuster son action afin que son projet réussisse. L'entrepreneur sait alors identifier les règles du jeu, ce qui fait qu'on réussit dans son secteur. En fait, plus il aura de l'expérience, plus l'entrepreneur sera capable de dissocier rapidement l'essentiel de l'accessoire, ce qui risque d'avoir des conséquences sur son entreprise et ce qui risque de ne pas en avoir.

Cette méthode de penser en fonction de l'avenir servira l'entrepreneur au moment du lancement de son entreprise, puis une fois celle-ci lancée, sa capacité visionnaire entretient la dialogique entrepreneur/création de valeur au sens de Bruyat (1994).

L'entrepreneur entretient avec son environnement des contacts, il en connaît certains aspects, en ignore d'autres, il agit physiquement et s'entretient avec d'autres personnes de ce qu'il voit et fait. Il en résulte un tissu de liens et l'ensemble des variables environnementales lui paraît davantage ordonné. Cet ordre, selon Verstraete (1997), correspond à une carte mentale que l'individu construit pour écarter l'équivoque. L'entrepreneur, grâce aux différentes informations qu'il obtient de son environnement, est capable de confirmer ou d'infirmer ce qu'il croit vrai.

Ainsi, il semble aisé de comprendre toute l'importance de l'expérience accumulée dans un secteur d'activité avant l'aventure entrepreneuriale dans ce même secteur. Si l'entrepreneur n'a

pas une perception claire de son environnement, il demeure incapable d'élaborer des visions réalisables. Aussi, c'est toute la logique entrepreneuriale persistante qui risque de s'éteindre.

La nouvelle entreprise type s'appuie sur les connaissances et les compétences de son fondateur. Or celles-ci dépendent le plus souvent des expériences acquises par ce dernier au sein de l'organisation incubatrice³⁴ (Lasch et al, 2005). Les caractéristiques de cette organisation influencent l'entrepreneursip de différentes façons. Même si le fondateur a déjà fait preuve d'une certaine mobilité sur le plan géographique, il s'éloigne rarement quand il crée une nouvelle entreprise. En lançant une affaire dans la région où il travaille, l'entrepreneur peut utiliser une information de première main sur les marchés et les fournisseurs et obtenir de l'aide de ses proches, comme l'a rapporté l'étude sur les entrepreneurs naissants (Diochon et al, 2001). Il lui est aussi possible de démarrer à temps partiel tout en gardant son emploi, ou tout en poursuivant ses études, si c'est le cas. Gasse (2000) a confirmé ces observations dans son étude sur les chercheurs-entrepreneurs au Canada ; ceux-ci indiquent que le soutien le plus utile pour le démarrage de leur entreprise était, entre autres, la politique d'essaimage de leur employeur, dont la possibilité de réintégrer éventuellement leur ancien emploi. Cela signifie donc que la nature des nouvelles entreprises créées dans une région a de grandes chances d'avoir un lien avec la nature des organisations déjà en place (Oakey, 1981).

Les périodes difficiles que les organisations, petites et grandes, vivent de temps à autre peuvent être propices à l'éclosion d'entrepreneurs. Dans plusieurs cas, les entreprises établies décident de se départir de certaines opérations ou de confier certaines activités en sous-traitance, créant ainsi autant d'opportunités pour les entrepreneurs potentiels.

Certaines personnes, insatisfaites à cause de relations difficiles avec leur supérieur, ou parce que leurs idées ne sont jamais retenues ou encore parce qu'elles ont perdu leur emploi, sont prêtes à envisager un changement majeur. Ainsi, il semble que plusieurs entrepreneurs aient fondé leurs entreprises à la suite de difficultés internes ou de changements dans l'organisation d'origine. La diversité d'expériences est source d'apprentissage pour l'entrepreneur, il sera apte à saisir la complexité de son milieu. La complexité intrinsèque de l'environnement influence la structure cognitive des dirigeants d'entreprise. Le rôle de l'expérience est un rôle intégrateur. La perception de l'entrepreneur sera alors congruente à son environnement (Hebbar, 2001).

³⁴ Il s'agit de l'organisation où le créateur a forgé son expérience. Elle peut être une entreprise comme c'est souvent le cas, une université ou même un centre de formation.

D'après Boukar (2009), il ressort de certaines études empiriques qu'une expérience de management (Storey et al. 1989) ou de supervision (Dunkelberg et Cooper 1982) a une influence positive sur la croissance de l'entreprise.

S'appuyant sur les théories existantes et les orientations choisies, certains chercheurs se sont exercés à proposer des typologies d'entrepreneurs et d'entrepreneuriats. Ces typologies s'appuient sur des logiques diverses : le profil du dirigeant, les objectifs de l'entrepreneur, les conditions de l'innovation, le comportement de gestion et la logique d'action (Daval et al, 1999). *Une typologie permet de mieux comprendre les points d'ancrage, l'ensemble du système de valeur et de pensée et de créer des repères pour comprendre la cohérence d'ensemble du comportement d'un acteur* (Filion, 1997). Parfois la frontière entre entrepreneuriat et entrepreneur est très floue (Gartner, 1989a). Chaque typologie est construite au regard d'une « logique d'action » propre au chercheur (Marchesnay, 1998). Les typologies ont représenté un courant de recherche important dans les années 70 et 80 selon Daval et al (1999) qui ont proposé à partir de 25 typologies extraites de la littérature, une grille de lecture sur l'entrepreneur à travers 5 catégories centrales de caractéristiques entrepreneuriales que sont : l'histoire de l'entrepreneur, ses aptitudes propres, les besoins entraînant l'acte entrepreneurial, la politique générale de l'entreprise et le management. Filion (2000)³⁵ présente une typologie à partir d'une vingtaine de critères parmi ceux les plus couramment utilisés à cet effet. On peut aussi citer les classifications de Bruyat et Julien (2000), de Reynolds et al (2002), etc.

Mais, l'entrepreneuriat est un phénomène économique et social très hétérogène (Fayolle et Nakara, 2010). Cette fragmentation de l'objet est la conséquence de la variété de ses formes d'expression, mais également de la diversité des contextes dans lesquels le phénomène apparaît et se développe (Bruyat et Julien, 2000)³⁶.

L'environnement et l'individu sont "*dialogiquement indissociables*" (Bruyat, 1993). Boutillier et Uzunidis, (1995, 1999, 2000) précisent que l'entrepreneur ne peut être étudié qu'en rapport avec les structures de la société dans laquelle il évolue. L'entrepreneur contemporain est un entrepreneur socialisé. Il ne peut être compris qu'en rapport avec la société qui lui apporte ce rôle et sa position sociale. Quel que soit l'entrepreneur et quelle que soit son entreprise, l'environnement considéré peut être plus ou moins complexe intrinsèquement. Une personne, même si elle possède les caractéristiques essentielles d'un entrepreneur, ne peut pas créer une

³⁵Op cité.

³⁶ Traduction libre

entreprise si le contexte n'est pas propice à son action. La décision d'entreprendre ne peut devenir effective que si l'environnement la permet. Quand il existe des facteurs de contraintes, la possibilité de devenir un entrepreneur n'apparaît pas. L'entrepreneurship peut se développer chez les personnes en autant que l'environnement soit facilitateur et valorisant pour les entrepreneurs. Plus un milieu se donne les éléments d'une culture entrepreneuriale riche et reconnue, plus les entrepreneurs émergent et se développent tôt dans la vie. Vue l'importance de l'influence de l'environnement sur la création d'entreprise, Gartner en a fait une variable de son modèle.

2.2. L'environnement

L'environnement est une variable clé du processus de création d'entreprises. Dès lors, il est logique de penser que la réflexion entrepreneuriale doit nécessairement inclure l'environnement comme variable influant sur le devenir de l'entreprise : le processus de création d'entreprises est largement sensible à l'action d'éléments externes, donc de l'environnement. Ainsi, la plupart des modèles entrepreneuriaux développés depuis une vingtaine d'années intègrent la variable 'environnement' comme paramètre explicatif et régulateur du processus de création d'entreprises (Daval, 1999). Il est possible selon lui de faire notamment référence à Martin (1984), Long et McMullan (1984), Le Marois (1985), Bird (1992), Bhave (1994), Gnyawali et Fogel (1994), Harvey et Evans (1995), qui ont tous considéré que l'environnement représentait l'un des éléments essentiels d'analyse dans la phase initiale du processus de création d'entreprises. Précurseur de l'analyse processuelle, Gartner soutient que les caractéristiques considérées comme des conditions fixes et imposées à la nouvelle entreprise représentent les variables de l'environnement. Les variables sur lesquelles l'organisation a plus de contrôle représentent des choix stratégiques et sont considérées comme des caractéristiques propres à l'organisation. Les variables extérieures qui obligent l'organisation à une adaptation sont considérées comme les déterminismes de l'environnement.

Bird (1989) dans ses travaux proposent les termes de contexte général et de contexte spécifique, que nous appellerons respectivement macro environnement et micro environnement. Le contexte général comprend les conditions économiques, technologiques et du marché puis les conditions culturelles sociales et politiques. Le contexte spécifique est constitué du déplacement de l'individu (notion empruntée de la théorie de déplacement de Shapero (1975): «push» and «pull»). Il présente un modèle composé de cinq éléments montrant les changements

dans le contexte entrepreneurial (l'incertitude de l'environnement, incertitude des nouvelles entreprises, les opportunités, le comportement entrepreneurial, le succès ou l'échec).

On retrouve également cette décomposition de l'environnement dans les travaux de Moreau (2004) qui soutient que la faculté d'entreprendre et la réussite de la création d'entreprise sont conditionnées par deux éléments :

- la position de la personne dans le système social, et le capital social qui la caractérise (micro): les ressources financières, les connaissances théoriques et empiriques, ainsi que les relations personnelles et institutionnelles, qu'elle pourra mobiliser grâce à cette position.
- des éléments extérieurs (macro), qui sont l'intervention de l'Etat, le niveau de développement des techniques, et la demande solvable des consommateurs.

2.2.1. Le micro environnement

Le micro environnement, c'est l'environnement spécifique ou environnement immédiat de l'individu. Il est constitué principalement de la famille, des proches, des amis, et autres connaissances. Il représente en quelque sorte le capital de l'individu ou le système de relations au sens de Filion (1991). Ce dernier identifie trois niveaux de relations à savoir le niveau primaire, le niveau secondaire et le niveau tertiaire qu'il présente comme suit.

Le niveau primaire concerne les proches, les membres de la famille avec qui on entretient des relations à plusieurs dimensions : affectives mais aussi intellectuelles, sportives, de loisir ou autres. Ce sont les relations les plus déterminantes quant aux valeurs reçues, quant aux images de base qu'entretient la personne, quant aux choix qui seront opérés par la suite aux autres niveaux du système de relations. Dans les cultures où le collectif prime sur l'individuel, elles demeureront encore plus déterminantes pour expliquer ce que l'on fera ou non. Ce niveau de relation est acquis à la naissance. Les relations primaires sont les plus déterminantes, celles qui auront le plus d'effets à long terme sur l'individu. Les choix faits à ce niveau seront souvent déterminants pour expliquer la réussite ou la non-réussite des individus.

Les relations secondaires sont celles qu'on développe en fonction d'une activité précise : collègues de travail, clubs sociaux, activités religieuses, activités d'affaires, politique. Les premières relations secondaires sont celles que la personne développe à la garderie puis à l'école. Par la suite, l'individu sera amené à développer un nombre plus ou moins grand de relations en fonction de la nature et de l'envergure de ses activités. Les entrepreneurs qui réussissent, tout comme ceux qui réussissent en général, quel que soit le domaine, ont un réseau de connaissances de relations souvent impressionnant. Cela leur procure plus d'un avantage

dont celui d'être bien informés, dont aussi celui d'obtenir des commentaires sur ce qu'ils font et de pouvoir, suite aux conseils reçus, s'ajuster en conséquence. Souvent, ce système comprend des gens qui évoluent dans des domaines différents.

Les relations tertiaires sont celles qu'on choisit afin de combler un besoin. Elles n'impliquent pas de relation avec une personne physique, mais plutôt un contact avec des auteurs, des personnes ressources par l'intermédiaire de livres, d'écrits, de vidéos, en fonction d'un intérêt donné.

Le système de relations représente donc le capital social de l'individu au sens de Aldrich (1999) qu'il définit comme l'ensemble du relationnel d'un individu. Bien qu'il ne soit pas toujours accumulé dans le but de créer une entreprise, le capital social aide largement le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, etc., difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles. Le capital social est composé de trois éléments : les relations sociales, la position dans ces relations et la force des liens (Lin, 1999). La valeur du réseau de relations est déterminée par les ressources dont disposent les différents contacts. Dans une étude pilote sur des entrepreneurs camerounais, Nkakleu (2007), découvre que ces derniers ont recours aux réseaux relationnels primaires (famille, connaissances et proches) dans les phases identification et exploitation d'opportunités d'affaires. Il est alors bien clair que l'entrepreneur est un acteur social dont la réussite de l'action doit moins à son initiative individuelle qu'au système économique et social avec lequel il compose. « *Le self-made-man est d'abord un social-made-man* » (Boutillier et Uzunidis, 2002). Un être socialement dépendant selon Simon (1993) qui ajoute que « *la société ne s'impose pas à lui de l'extérieur ; elle constitue au contraire la matrice au sein de laquelle il vit, mûrit et agit sur l'environnement. La société, qui comprend la famille sans pour autant s'y réduire, fournit, outre la nourriture, le foyer et la sécurité pendant l'enfance, les connaissances et le savoir qui seuls permettront à l'individu d'être un jour un adulte accompli* ». L'accomplissement pourra être atteint, évidemment, en créant une entreprise (Mezhoudi, 2001). L'entrepreneur, en tant qu'acteur social, tire avant tout profit de ses relations sociales pour créer son entreprise (Uzunidis, 2002).

Une étude menée par Aldrich et al (1996) confirme que l'existence de liens forts entre professionnels d'un même secteur (confiance) aide le créateur dans sa démarche.

Le rôle de la famille a fait l'objet de beaucoup d'attention de la part des chercheurs en entrepreneuriat. La famille forme pour toujours la première cellule de laquelle émerge l'entrepreneur. C'est évident que ce dernier est influencé par les valeurs culturelles et les croyances partagées par les membres de sa famille. La famille accomplira une double mission,

la première est financière, la deuxième est de réconfort. Elle interviendra pour minimiser les coûts de la création. Les prêts accordés par les parents qui jouent un rôle comparable à celui du business Angel forment un bon réconfort au créateur. « *La famille intervient aussi pour alléger certains fardeaux qui pèsent sur le créateur. En effet, l'intervention de la famille et de l'entourage réduit les difficultés d'approvisionnement auprès des fournisseurs puisqu'on trouvera toujours un parent avec qui on traitera ou quelqu'un, même étranger de la famille, qui fera confiance au créateur parce qu'il a été recommandé par un proche ou qu'un ami s'est proposé caution solidaire de lui* » (Mezhoudi, 2001).

Il semble que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires. Ainsi, plusieurs recherches indiquent que c'est le cas de 50 % d'entre eux (Gasse et D'Amours, 2000). On peut penser que le jeune, grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considère ses parents ou ses proches comme des modèles à imiter. C'est également le cas en Tunisie surtout lorsque le père du créateur était dans un travail libéral, ce dernier se trouve même obligé de relever le défi d'assurer la continuité et de réussir son projet Mezhoudi (2001). La même constatation a été faite par Diochon et al (2001) dans une étude canadienne sur les entrepreneurs activement impliqués dans une création d'entreprise (entrepreneurs naissants), alors que 46% de ceux-ci avaient des parents entrepreneurs ou propriétaires d'entreprise.

L'histoire de James de Rothschild, racontée par Chadeau (1988) illustre déjà parfaitement cette influence.

« *Quand il arriva à Paris en 1812, il semblait surtout riche de la formation reçue à Francfort dans les bureaux de son père Amschel et de quelque argent avancé pour ses premiers frais. Mais en réalité, il plaça tout de suite à Paris plusieurs centaines de milliers de francs avancés par la famille déjà riche. Son aîné, Nathan, millionnaire après seulement 6 ans d'activité intense à Londres fut dès l'origine son mentor et son bailleur de fonds.*

Aussi, nul mystère si à 25 ans, James pesait déjà 4 millions, 10 à 35 ans, et 115 (au moins) lors de sa mort survenue à 75 ans...Louis Renault n'était-il pas fils d'une fabricante de boutons fort prospère, qui soutint toujours son fils de ces deniers ? Quant à Citroën, il était fils, petit-fils et neveu de diamantaires... ». » (Chadeau, 1988).

Les personnes qui proviennent de classes sociales privilégiées, c'est à dire concentrant le plus de ressources matérielles, économiques ou intellectuelles ont plus de possibilités de tenter la création d'une entreprise. De même, l'admiration des entrepreneurs par la société, les relations et les connaissances dans le monde des affaires (Boutiller et Uzunidis, 1999), constituent

également des facteurs essentiels de stimulation et d'encouragement de l'entrepreneuriat dans la plupart des pays et particulièrement dans les pays en développement (Benredjem, 2009).

Toutefois, Greene et Brown (1997) montrent que les entreprises peu innovatrices avec de faibles taux de croissance relèvent de créateurs qui ont un réseau relationnel fondé uniquement sur le milieu familial alors que ceux qui étendent leur réseau ont leurs entreprises avec un taux de croissance plus élevé. D'autre part, des liens familiaux trop étroits peuvent être un désavantage pour l'entrepreneur (Renzulli et al, 1998). Selon eux, le nombre de personnes d'une même famille³⁷ impliquées dans un projet entrepreneurial est inversement proportionnel aux chances de voir la création se concrétiser.

2.2.2. Le macro environnement

C'est le contexte général de l'entreprise que nous décomposons en contexte économique, institutionnel et culturel appelés également variables exogènes. Plusieurs travaux se sont focalisés sur ces variables pour étudier l'impact de l'environnement sur l'entrepreneuriat. Elles expliquent généralement l'influence des dynamismes sectoriels et des politiques gouvernementales sur l'entrepreneuriat. Certains chercheurs mettent en avant l'influence de la croissance économique et démographique ainsi que le chômage, la privatisation et autres phénomènes sur le développement du tissu entrepreneurial (Julien et Marchesnay, 1996). Alors que d'autres s'intéressent aux facteurs environnementaux qui influencent le comportement entrepreneurial comme : la formation en entrepreneuriat dans les lycées et les universités, les organismes d'aide à la création d'entreprise et la présence de pôles de compétitivité (Benredjem, 2009). Boutillier et Uzunidis (1999) soutiennent que la réussite entrepreneuriale doit moins à l'initiative individuelle qu'au système économique et social dans lequel se trouve l'entrepreneur. Hernandez (2001), Gartner (1993), Hayton et al (2002) ont également insisté sur le rôle des facteurs d'ordre socio-économique et culturel dans le phénomène entrepreneurial.

2.2.2.1. Le contexte économique

Le contexte économique peut regrouper entre autres, le nombre d'entreprises déjà présentes, la taille de la population active, le niveau d'industrialisation, etc. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est également analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor. L'étude menée par Reynolds et al (1994) indique un impact

³⁷ Les membres d'une même famille (travailleurs et/ou dirigeants). Ces derniers prennent un peu plus de liberté dans l'entreprise comparativement aux autres. Le pouvoir du créateur est réduit par le lien familiale, surtout en Afrique où ce lien semble encore plus fort.

significatif de la croissance de la demande de biens de consommation sur le nombre de créations d'entreprises dans la plupart des pays.

Selon Lasch et al (2005), un projet de recherche international sur la création d'entreprises aux États-Unis, en Grande Bretagne, en Irlande, en Italie, en Suède, en France et en Allemagne, entre 1980 et 1990, a fourni des résultats importants qui font référence (Reynolds et Storey, 1993) : trois facteurs influencent fortement la création régionale dans tous ces pays : une augmentation de la demande (mesurée par la croissance démographique), un tissu économique local ou régional dominé par des petites entreprises et un degré d'urbanisation élevé. Les résultats pour la France, en utilisant un découpage par départements (Guesnier, 1994), montrent que la croissance démographique est un déterminant majeur, suivie par d'autres variables comme la densité de la population, le pourcentage de diplômés de deuxième cycle dans la population résidentielle, le pourcentage de personnes âgées de vingt à quarante ans et le pourcentage de cadres moyens dans la population active.

Dans une étude sur les « *counties* » en Angleterre, Keeble et Walker (1994) ; Johnson et Parker (1996) ont identifié les déterminants suivants : une forte croissance démographique, une infrastructure bancaire développée et des fonds disponibles, un marché de l'emploi spécialisé et qualifié (part élevée d'ouvriers spécialisés et de cadres, faible part d'artisans) et une demande plus importante dans les agglomérations.

La structure industrielle du territoire influence de façon déterminante la création d'entreprise et le choix du secteur par le créateur. La présence de grandes firmes, par exemple, dans une région peut être favorable à la création d'entreprises si elles offrent de la sous-traitance et s'orientent vers la spécialisation et le partage d'activités (Lasch, 2005).

Certains auteurs sont d'accord sur le fait qu'un nombre élevé de grandes entreprises dans le tissu économique local génère la création d'entreprises de services. Les recherches de Low et MacMillan (1998) révèlent que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations qu'elles entretiennent entre elles. Plus précisément, Baum et Oliver (1992) parviennent à la conclusion suivante : les porteurs de projets intervenant dans un environnement avec une forte intensité d'entreprises ont davantage d'occasions pour apprendre et se créer un réseau de relations, mais ils doivent également faire face à une intensité concurrentielle très forte. Ainsi, Reynolds et al (1994) ont trouvé que la présence de plusieurs PME dans une industrie et la localisation urbaine avaient une incidence sur la création de nouvelles entreprises. Isenberg (2011) considère que le chemin le plus court pour promouvoir l'entrepreneuriat est le fait de créer directement, améliorer, cultiver et faire évoluer un écosystème concentré géographiquement et propice au succès de l'entrepreneuriat.

De même, l'entrepreneuriat est encouragé par un niveau de croissance économique faible (Kirzner, 1979). Yusuf et Schindutte (2000) soutiennent cette théorie en montrant que dans les économies où la croissance économique est faible, de nouvelles firmes ont tendance à apparaître.

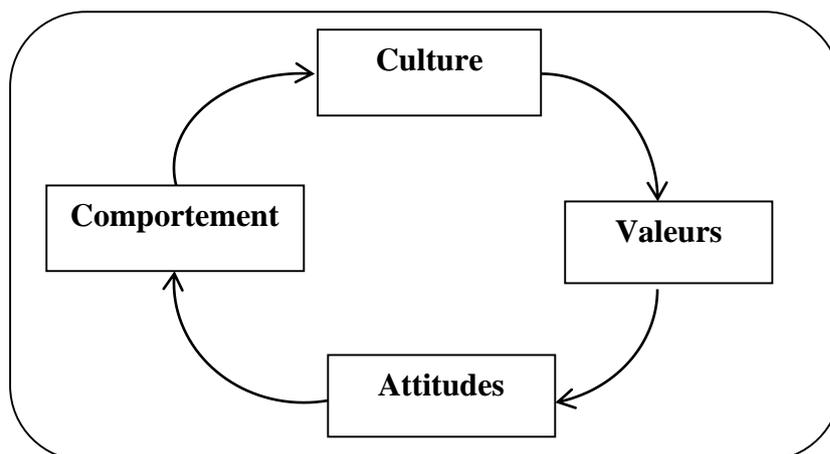
2.2.2.2. *Le contexte culturel*

Le concept de culture réfère à un tout complexe qui inclut les savoirs, les croyances, les lois ou encore les coutumes d'un groupe socioculturel donné (Berthier, 1996).

Cette façon d'aborder la manière de penser, de croire, de comprendre et d'agir de l'entrepreneur place l'aspect culturel au centre du développement de l'activité entrepreneuriale.

D'ailleurs, la logique interactive entre les facteurs socioculturels et le comportement entrepreneurial est illustrée plus précisément dans les travaux d'Adler (1994) qui allient la culture au comportement par la médiation des valeurs et des attitudes envers l'action

Figure 2.1. Influence de la culture sur le comportement



Source. Adler (1994, p.18).

Selon Peter Drucker (1985), l'émergence d'une économie entrepreneuriale est autant un événement culturel et psychologique qu'un événement économique ou technologique. Ainsi, certaines sociétés, communautés ou groupes véhiculent plus facilement les valeurs entrepreneuriales que d'autres.

La démarche de création n'est pas indépendante des propres caractéristiques de l'initiateur et du contexte culturel dans lequel il évolue (Estay, 2003).

D'après Hayton et al (2002), l'argument que la culture et l'environnement nationaux influencent l'entrepreneuriat existe depuis des décennies, mais cette relation a commencé à être étudiée de façon empirique depuis seulement 10 ans. Cette relation entre culture nationale et

entrepreneuriat est, bien évidemment, mise en avant à cause des observations des économistes, sociologues et psychologues, indiquant que différents pays présentent différents niveaux d'intention et d'activité entrepreneuriales.

Si l'entrepreneur joue un rôle dans la société moderne, influençant son développement, il est clair que la société, elle aussi, influence l'entrepreneur, façonnant ses actions et conditionnant son émergence. Dans ce sens, Etzioni (1987) avance que les sociétés ou l'entrepreneuriat a un degré de légitimité plus développé offrent un environnement plus favorable aux initiatives entrepreneuriales, car les individus tendent à s'intéresser davantage à l'entrepreneuriat lorsqu'ils perçoivent le comportement entrepreneurial comme étant socialement légitime. De plus, une culture favorable à l'entrepreneuriat peut influencer les caractéristiques psychologiques et les valeurs individuelles et augmenter le nombre d'entrepreneurs potentiels dans la société (Davidsson et Wiklund, 1997).

L'attitude du milieu vis-à-vis des gens d'affaires et de l'entrepreneurship influence de façon importante cette décision. Des entrepreneurs qui ont réussi peuvent apporter la prospérité dans leur région et changer également la perception des risques et des gratifications associées au prêt et à l'investissement dans de nouvelles entreprises.

La culture booste l'entrepreneuriat en jouant le rôle de l'éducation et de l'apprentissage qui font acquérir aux entrepreneurs les connaissances et compétences nécessaires afin de créer et de piloter leurs entreprises (Gavron et al, 1998; Reynolds et al, 1999)³⁸. D'autres auteurs comme Barreneche (2014) ; Reynolds et al. (1999) ont aussi montré que les facteurs culturels sont positivement corrélés avec l'entrepreneuriat.

Dans le cadre de notre recherche la culture peut être appréhendée à travers l'éducation formelle (lorsque le créateur a suivi un enseignement ou formation en entrepreneuriat) ou informelle (proximité avec des entrepreneurs qui peuvent des parents ou autres ayant eu une influence sur le créateur). Elle intègre aussi les traditions (place de la femme ou des jeunes dans la société).

2.2.2.3. Le contexte institutionnel

L'environnement institutionnel regroupe un certain nombre d'aspects dont les plus abordés par les auteurs en entrepreneuriat sont : le système financier, le dispositif fiscal, le dispositif d'accompagnement, les universités. Quand on parle de l'environnement institutionnel, les chercheurs voient surtout l'Etat à travers ce qu'il fait ou ce qu'il peut faire en faveur de l'entrepreneuriat.

³⁸Cités dans Rouatbi (2015), « L'entrepreneuriat Féminin : Une Question de Genre ou de Culture ? », 9e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Nantes, France, 20-22 mai 2015.

Stinchcombe (1965) remarque qu'un des facteurs qui possède une influence la plus significative est l'action du gouvernement. Seul ce dernier a le pouvoir et la légitimité pour agir sur les conditions économiques et non-économiques, qui à leur tour influencent le niveau d'entrepreneuriat.

Par exemple, le niveau de création d'entreprise par des immigrants dépend de l'accueil que leur réserve le pays qui les accueille. Dans certains pays, les gouvernements sont plus réticents à donner les pleins droits aux immigrants en matière de création d'entreprise. « *Beaucoup d'africains américains aux États Unis ont dû faire face à des barrières systématiques quand ils voulaient créer, sans oublier de sévères ségrégations résidentielles* » (Aldrich, 2000).

L'État est un partenaire nécessaire et indispensable à la création des entreprises (Wilken, 1979). Un environnement juridique par exemple, est susceptible d'encourager ou de limiter l'initiative individuelle. De même, la mise en place de certains dispositifs d'accompagnement peut permettre la réalisation effective d'un projet, voire son développement.

Des enquêtes conduites par les réseaux d'accompagnement, et surtout leur expérience quotidienne, confirment bien le tiercé de tête des facteurs défavorables : accès aux financements, complexité administrative, insuffisance de l'information et de l'accompagnement (Lasch et al, 2005). Chaque pays dispose de caractéristiques institutionnelles distinctes. À travers des mesures spécifiques, le politique peut créer, d'une part, les conditions nécessaires favorables à la création d'une part et à la pérennité des entreprises créées d'autre part. Selon une étude de l'OCDE³⁹ (2004), la promotion de l'esprit d'entreprise « *passé avant tout par l'instauration de conditions générales favorables. Le recours à d'autres instruments, comme les subventions, destinés à stimuler la création d'entreprise ne saurait remédier à l'absence d'environnement favorable* ».

Outre la mise en place d'un statut permettant au chercheur fonctionnaire de devenir créateur d'une entreprise en France par exemple, la loi prévoit un ensemble de mesures qui visent à favoriser la création d'entreprises innovantes : incubateurs publics, concours national de création d'entreprises innovantes de technologie, fonds d'amorçage, statut fiscal de JEI (Jeune Entreprise Innovante), crédit impôt recherche. Ce cadre national est complété selon Brenet (2015) par la généralisation des directions de valorisation des universités récemment constituées en SATT (Sociétés d'Accélération du Transfert de Technologie).

³⁹ OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

A ce titre, l'année 2014 a été marquée par la labellisation de 29 pôles Etudiant pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat Paris Ouest Nord (PEPITE)⁴⁰ et la création du statut « étudiant entrepreneur » afin de favoriser l'entrepreneuriat pour tous les étudiants du supérieur.

Selon « le plan entrepreneuriat » lancé en 2009 par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, le dispositif pour développer l'esprit entrepreneurial chez les étudiants doit se structurer autour de trois axes (Albertini et al, 2015) :

- la création de pôles pour l'entrepreneuriat étudiant ;
- le développement de Junior-entreprise au sein de chaque Université ;
- la mise en place de référents ministériels en entrepreneuriat dans la plupart des Universités.

Dans une communication intitulée "Plan d'action 'Entrepreneuriat 2020' - Raviver l'esprit d'entreprise en Europe", la Commission Européenne préconise la possibilité, pour tout étudiant qui le souhaite, d'être formé à l'entrepreneuriat et d'entreprendre sur son campus. C'est dans ce contexte que l'article 31 de la loi du 22 juillet 2013 reconnaît pour la première fois la formation à l'entrepreneuriat comme l'un des objectifs des formations de l'enseignement supérieur français (APCE⁴¹, 2014).

a. Les dispositifs d'accompagnement

La définition de la notion d'accompagnement comporte plusieurs connotations : une assistance ; une offre globale de services durant le processus entrepreneurial ; une aide ou une assistance aux porteurs de projets ; un appui aux porteurs de projets (Nkakleu et al, 2013). Il est assuré par des structures formelles (cabinets de conseils, structures étatiques, etc.) et des structures informelles (familles, réseaux personnels, etc.).

Les structures formelles d'accompagnement au Burkina Faso sont constituées des structures publiques et privées qui peuvent à leur tour être scindées en structures d'appuis non financiers et structures d'appuis financiers.

En effet, toutes les études le démontrent : l'accompagnement d'amont en aval, dans la durée et sur la base d'actions collectives et de « sur mesure » est décisif. Les réussites les plus probantes

⁴⁰voir le site : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid79223/pepите-poles-etudiants-pour-l-innovation-le-transfert-et-l-entrepreneuriat.html>

⁴¹L'Agence pour la création d'entreprises (APCE) voir le site : <https://www.apce.com/pid222/6-les-aides.html&pagination>

se fondent sur l'accompagnement par un ou des professionnels, généralement bénévoles, qui apportent la confiance et les réponses concrètes au bon moment : qu'on les nomme « mentorat », « parrainage », « tutorat », « coaching », elles ont toutes en commun une relation fondée sur la confiance, sur la demande et non sur l'obligation, sur la spécificité des besoins concrets (Barbaroux, 2015).

A titre illustratif, le taux de survie d'une entreprise ayant été soutenue par un centre européen d'entreprises et d'innovations (C.E.E.I.) lors de sa création est de 85% dans les trois à cinq ans, alors que la moyenne européenne est aux environs de 50% après cinq ans pour celles qui n'ont pas bénéficié de soutien (Joveneau, 1993).

Avec la multiplication des structures d'accompagnement (incubateurs, pépinières) et certaines aides à la création (ACCRE, APCE), la France a gagné quelques places dans le résultat d'études comparatives internationales et permet de soutenir la comparaison avec des pays phares, tels les Etats-Unis, sur le créneau des entreprises débutantes (Torres et Eminent, 2005).

Les structures d'accompagnement entrepreneurial permettent à tout porteur de projet de proposer, confronter, valider une idée, un service, un produit. Dans le cadre d'individus « opportunistes », la mise en place d'un environnement créatif permettrait d'augmenter les regards sur leurs propositions, entrevoir plus de potentiels dans leurs solutions, affiner le concept ou leur permettre de prévoir les stratégies et les risques envisagés. Dans celui des individus par « nécessité » cet environnement, créateur de nouvelles connaissances, permettrait de confronter les leurs dans un objectif d'augmentation ou de confirmation de leurs compétences (Cipriani, 2012).

Les États accordent des aides spécifiques à destination des entrepreneurs sous la forme d'avantages financiers, d'ouverture des marchés publics ou d'assistance aux personnes en difficulté. En l'absence de dispositifs d'accompagnement, les entreprises de petites dimensions, à l'opposé des entreprises de tailles moyennes ou grandes, peinent à « décoller », (Tidjani *et al.* 2010). De ce fait, le meilleur créateur pourra difficilement s'imposer s'il ne mobilise pas un ensemble de ressources : l'accès à l'information, l'argent, la logistique, les savoir-faire de consultants ou de personnels qualifiés, l'accès aux technologies, l'accès au marché (Albert et al, 1994)⁴².

Toutefois l'efficacité de ces dispositifs d'accompagnement est à nuancer à la lecture de certaines sources. En France par exemple, 3000 institutions publiques ou parapubliques interviennent pour soutenir les créateurs d'entreprise. Mais, moins de 2% des entreprises créées

⁴² Cités par Kane et Diallo (2015)

tous les ans bénéficient de leur appui. Lourdeurs bureaucratiques, incompétence des conseillers, services incomplets... les entrepreneurs se plaignent de la déconnexion de l'administration par rapport au monde du marché et par rapport à ses objectifs initiaux (Uzunidis, 2001). Dans le même ordre d'idée, Kamdem (2011) cite des auteurs qui ont trouvé que les prestations des structures d'accompagnement n'influencent pas beaucoup le succès du processus de création et plus singulièrement le démarrage de l'entreprise. Il s'agit de Gasse et al (2004) et de Riverin (2002). Les premiers n'ont trouvé aucune différence significative entre les entreprises opérationnelles et les entreprises non opérationnelles quant à l'utilisation des services d'aide et la réalisation des formations en création. Riverin (2002) quant à lui mentionne que dans l'ensemble des pays étudiés par le Global Entrepreneurship Monitor (GEM), peu de corrélations ont été établies entre le nombre de personnes qui supportent la création d'entreprises et le nombre de créations d'entreprises nouvelles effectivement réalisées. Dans le contexte africain, Nkakleu et al (2013), dans une étude portant sur le Sénégal et le Cameroun, trouvent que les entreprises les plus performantes ont bénéficié d'un accompagnement des structures formelles et informelles avec une dominante des structures informelles pour les entrepreneurs camerounais, et une contribution égalitaire pour les entrepreneurs sénégalais. Mais, la participation des structures formelles d'accompagnement reste faible dans le développement des compétences des entrepreneurs dans les deux pays.

b. Le système financier

La nature du système financier (facilité ou difficulté d'accéder aux aides publiques, le degré du « conservatisme » des banquiers, le niveau de développement du capital-risque, etc.) influence à la fois la capacité d'un individu à devenir entrepreneur et la capacité d'une entreprise à se développer.

Dans les pays développés les Business Angel (BA) constituent un soutien financier important pour les jeunes créateurs. Selon la définition de France Angels (FA), un BA est « *une personne physique qui investit une partie de son patrimoine dans une entreprise innovante à potentiel et qui, en plus de son argent, met gratuitement à disposition de l'entrepreneur, ses compétences, son expérience, ses réseaux relationnels et une partie de son temps* »⁴³.

Toutefois, l'expérience a montré que la gestion macroéconomique de la création et du démarrage d'entreprises fondée sur l'octroi d'aides financières ne réduisait pas sensiblement les taux d'échec et ne facilitait pas le franchissement du cap du démarrage (Sammut, 2001).

⁴³Sur le site <http://www.franceangels.org/> consulté le 12 septembre 2016.

c. Les universités

L'université représente un véritable « réservoir » riche et varié d'entrepreneurs (Verstraete, 2000). Van Der Sijde (2008) considérait l'université comme un laboratoire pour l'entrepreneuriat. Toutefois, l'université s'est pendant longtemps cantonnée à ses métiers historiques : la formation et la recherche. Au travers des expériences menées dans plusieurs pays, l'entrepreneuriat n'était pas intégré à l'université, quel que soit sa finalité : la création d'entreprise ou l'esprit d'entreprendre.

Pourtant, les étudiants dont l'intention d'entreprendre et l'orientation vers une carrière entrepreneuriale sont plus élevées, dans la plupart des cas, viennent des universités qui avaient investi le plus dans l'accompagnement et la formation à l'entrepreneuriat (Varela et Jimenez, 2001). De même, Johannisson (1991) et Autio et al (1997) soulignent l'impact de la formation sur la perception de l'entrepreneuriat des étudiants, ainsi que l'impact des ressources et autres soutiens disponibles dans le milieu universitaire, pour influencer positivement sur les attitudes des étudiants envisageant une carrière entrepreneuriale.

Selon un rapport de la commission européenne (2008), un manque ressenti d'expérience utile et une confiance insuffisante en soi sont deux raisons qui sont souvent avancées par les nouveaux diplômés pour ne pas se lancer dans l'entrepreneuriat peu après l'obtention de leur diplôme. L'expérience universitaire devrait pouvoir répondre à ces deux besoins. Le même rapport indique que les données récentes fournies par certains pays européens montrent que la majorité des cours d'entrepreneuriat sont offerts dans le cadre des études économiques et commerciales (Espagne et Royaume-Uni, par exemple). C'est également le cas au Burkina Faso. Même lorsque des cours sont dispensés, afin de diffuser la culture entrepreneuriale, plusieurs pays transposent des protocoles de création d'entreprises fondés, la plupart du temps, sur des modèles européens ou américains (notamment en ce qui concerne la formation, l'incubation, l'accompagnement...) (Schmitt et al, 2005; Audet et al, 2005 ; Verstraete et Fayolle, 2005). Ces modèles émergent de contextes différents et ne conviennent pas forcément à tous les pays. L'introduction et le développement de l'entrepreneuriat au sein de l'université sont des éléments relativement récents. Ils correspondent essentiellement à plusieurs éléments : les limites du modèle de la grande entreprise, et du salariat ; le rôle de l'Etat qui semblent être le moteur dans le rapprochement entre université et entrepreneuriat (Schmitt, 2008). Ce rapprochement entre l'université et l'entrepreneuriat a fait émerger un nouveau concept :

l'acadépreuriat⁴⁴, qui s'articule autour du souci majeur de déploiement de l'action entrepreneuriale dans les universités. Jaziri et Paturel (2008) définissent l'entrepreneuriat académique ou l'acadépreuriat comme: « *le phénomène par lequel un membre de l'université (étudiant, employé, chercheur, enseignant) crée ou reprend une activité nouvelle ou existante dépendante administrativement ou financièrement de l'université sans pour autant quitter cette dernière (acte d'intraprise), ou crée ou reprend une organisation juridiquement indépendante de l'université tout en abandonnant (éventuellement temporairement) cette dernière (acte d'extraprise). Pour pouvoir employer le terme d'acadépreur, outre un changement plus ou moins intense qui doit exister pour le porteur de projet universitaire (seul ou en équipe) sur les plans statutaire, fonction, métier, géographique ou organisationnel, ce dernier doit capter de la valeur nouvelle (en cas de création ex nihilo) ou existante (en cas de reprise) au sein de l'entité qu'il impulse* ».

L'émergence d'une « université entrepreneuriale » a engendré une remise en cause de la mission universitaire traditionnelle et des attributions que doivent désormais jouer les universités dans le développement social et la croissance économique (Jaziri et Paturel, 2009).

Comme l'a montré l'étude de Gasse (2000), les pratiques d'essaimage des universités et des organismes de recherche peuvent avoir une influence déterminante dans la création d'entreprises chez les chercheurs-entrepreneurs.

Les créations sous forme de *spin-off's* issus du milieu universitaire sont particulièrement intéressantes, puisqu'elles correspondent à un transfert direct de technologie et de savoirs par un jeune diplômé (« essaimage académique ») ou un chercheur d'une université ou d'un laboratoire non universitaire (« essaimage scientifique », ADT⁴⁵ et al, 1998)⁴⁶. L'expérience de Bagby et Rao (1990) montre tout de même que le support de l'université (bourses de recherche et de démarrage surtout), lorsque disponible, est utilisé efficacement par les entrepreneurs

⁴⁴ C'est un concept relativement récent. Selon Jaziri et Patrel (2009), les deux auteurs francophones pionniers qui l'ont utilisé expressément dans leurs réflexions notamment sont : Carrier (2004) et (Paturel en 2005, 2006 et 2007).

⁴⁵ Arbeitsgemeinschaft Deutscher Technologie- und Gründerzentren (ADT), Forschungsagentur Berlin (FAB), Institut für Angewandte Innovationsforschung (IAI), Betriebswirtschaftliches Institut für Empirische Gründungs- und Organisationsforschung (BIFEGO) (1998), *Projekt ATHENE. Ausgründungstechnologieorientierter Unternehmen aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen. Abschlussbericht*, Berlin.

⁴⁶ Cité par Lasch et al (2005).

universitaires, en particulier au cours des premières années de leurs entreprises (Doutriaux, 1992).

Certains, mais pas tous, parmi les groupes importants de nouvelles entreprises à fort potentiel de croissance se sont formés autour des universités. Certaines universités, et particulièrement leurs laboratoires de recherche, certains laboratoires gouvernementaux peuvent aussi avoir le même effet. Ils ont servi d'incubateurs pour les étudiants et le personnel qui ont créé leurs entreprises. L'expérience de l'Université Laval est particulièrement intéressante à cet égard (Gasse, 2002). On peut aussi citer l'exemple des universités américaines (Harvard, MIT, etc.). En effet, que ce soit le développement des incubateurs universitaires en France ou au Mexique, la Charte Nationale sur l'Éducation et la Formation au Maroc, le développement de centres de développement technologique en Turquie, ou encore la création de « business center » en Belgique, ces différentes structures initiées par les pouvoirs publics ont favorisé le développement de l'entrepreneuriat au sein des universités (Bouslikhane, 2011).

Les universités ont certainement contribué à attirer des jeunes gens compétents, embauchés par la suite par les nouvelles entreprises et celles déjà établies. Elles fournissent également des services de consultation, d'expertise et de formation continue.

Le rôle de la formation en entrepreneuriat dans la diffusion de la culture entrepreneuriale a été largement abordé dans la littérature. Plus l'individu avance dans ses études plus il se sent compétent pour entreprendre. Les établissements d'enseignement constituent dans ce cas alors un cadre idéal. On comprend alors pourquoi depuis 2001, le Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) a développé un discours promotionnel visant à soutenir l'implantation d'une culture entrepreneuriale au sein des établissements d'enseignement du Québec, depuis le primaire jusqu'à l'université (Pepin, 2010). Entre 2000 et 2009, le concours national de création d'entreprise a récompensé 2220 lauréats qui ont donné lieu à 1177 créations d'entreprises (MESR, 2010)⁴⁷. Les projets issus de la recherche publique représentent 58% des lauréats en 2009. Du côté des 28 incubateurs en activité, le bilan établi en 2014 fait état de 2600 entreprises créées depuis 2000 mais souligne la stagnation du flux de projets issus de la recherche publique (MESR, 2014 : cité par Brenet, 2015)⁴⁸.

⁴⁷ MESR (2010), *Recherche et développement : innovation et partenariat 2009*, Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche, septembre 2010

⁴⁸ Il s'agit d'un rapport d'étude intitulée « *Évaluation du dispositif d'incubation issu de l'appel à projet du 25 mars 1999* », Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche, septembre 2014 cité par Brenet (2015).

Les universités françaises s'engagent de plus en plus dans la voie de l'entrepreneuriat. Elles développent ainsi une approche de « marketing entrepreneurial » et favorisent de plus en plus d'actions pédagogiques à la fois pour informer, transmettre des connaissances, stimuler l'envie d'agir et accompagner les étudiants qui souhaitent passer à l'acte.

De nombreux efforts d'innovations pédagogiques (Bechard et Grégoire, 1997) sont mis en œuvre au sein des universités afin d'offrir un enseignement interactif, concret et efficace (Fayolle et Verzat, 2009 ; Carrier, 2009).

Trois activités de base visant à stimuler l'entrepreneuriat devraient se trouver dans une université (Klofsten, 2000) :

- activités visant à créer et maintenir une culture entrepreneuriale sur l'ensemble de l'université ;
- cours en entrepreneuriat pour les étudiants ;
- programmes de formation spécifiques pour les étudiants qui souhaitent démarrer leur propre entreprise.

Ces activités devraient travailler ensemble et s'enrichir mutuellement de façon bénéfique.

Dans le même sens, Verzat (2009), a synthétisé plusieurs enquêtes comparatives et rencontres d'experts internationaux du monde académique et politique sur les bonnes pratiques d'éducation à l'entrepreneuriat. Ces études montrent « que les universités dont les étudiants participent le plus à des formations ou activités entrepreneuriales et produisent le plus de transferts (créations, brevets, licences et produits innovants) sont celles qui sont caractérisées par six dimensions principales formant un système cohérent : 1) une stratégie entrepreneuriale portée par la direction générale et traduite en objectifs concrets de formation à l'entrepreneuriat pour toutes les facultés et visant tous les étudiants, 2) des infrastructures spécifiques dédiées à l'entrepreneuriat et ouvertes à toutes les facultés : centres/maisons de l'entrepreneuriat, incubateurs, officines de transfert technologique, centre de recherche sur la formation à l'entrepreneuriat, chaires en entrepreneuriat, 3) un système de financement mixte incluant la génération de revenus par l'université elle-même à travers les activités de transfert (consultance, licences et brevets...) et des fondations dédiées, 4) des pratiques pédagogiques innovantes, actives, pluridisciplinaires et basées sur des enjeux réels, 5) des réseaux et des partenariats très développés avec l'environnement économique et les anciens élèves, et 6) un système formalisé d'évaluation des objectifs auprès de l'ensemble des parties prenantes et des systèmes de rémunération, d'incitation et de formation pour les personnels de l'université ».

L'université entrepreneuriale est donc une organisation dans laquelle les différents acteurs, les procédures et les infrastructures sont cohérentes autour d'un objectif partagé de développement

des créations d'entreprises et de développement des compétences entrepreneuriales des étudiants.

Les programmes pédagogiques de l'entrepreneuriat dans les universités mobilisent trois méthodes ; la méthode démonstrative (pédagogie par l'exemple), la méthode explicative et la méthode expérimentale (pédagogie par la mise en situation). Ces méthodes complémentaires constituent le cadre d'un programme pédagogique fort autour de trois catégories :

- les démarches d'information et de sensibilisation à l'entrepreneuriat pour l'étudiant mais aussi pour l'apprenant,
- les formations de spécialisation,
- les mesures plus concrètes d'accompagnement des projets d'étudiants.

Dans ce dispositif, il convient donc de distinguer différentes actions ; celles ayant pour objectif d'informer, de sensibiliser des étudiants à l'entrepreneuriat et d'autres s'appuyant davantage sur les enjeux de formation ou d'accompagnement des porteurs de projet.

Tableau .2.3. Illustration d'initiatives entrepreneuriales dans les universités françaises structurées autour des PEPITES

Objectifs	Illustrations	Composantes de l'université en mesure de porter l'initiative	Diplômes concernés
Informer/sensibiliser	Rencontres avec des chefs d'entreprises sous diverses formes (journées, conférences, forum, congrès, etc.)	UFR, IUT, IAE, Fondation universitaire, service orientation, information, professionnalisation, etc.	LMD DUT LP (Licences Professionnelles)
	Référentiels de compétences		
	Strat-up weekend		
	Concours		
Former	Formations entrepreneuriales, Projets tuteuré autour de création/reprise d'entreprise, Jeux d'entreprise, Business Model Canevas, Business Plan	UFR, IUT, IAE, Ecoles doctorales, Formation continue	DUT spécialisés, LP spécialisées, LMD spécialisés, DU spécialisé, D2E (Diplôme Etudiant Entrepreneur)
Accompagner	Projet de création	Incubateurs, Pépinières, etc.	

Source : Albertini et al. (2015, p.5)

Les initiatives (non exhaustives) mentionnées précédemment permettent de rendre les étudiants plus enclins à créer (Boissin et al. 2007), de les éveiller à l'entrepreneuriat (Arlotto et al, 2012), de développer en eux une conscience entrepreneuriale (Fayolle, 2012).

Toutefois, selon Gibb (2007) le défi culturel pour devenir plus entrepreneurial à l'université est double :

1) L'université devrait encourager les étudiants à reconnaître les valeurs de la vie entrepreneuriale (liberté, contrôle sur ce qui se passe, responsabilité, autonomie, faire face à un éventail plus large des tâches de gestion...) et à considérer l'entrepreneuriat comme un choix de carrière, en mettant l'accent sur les capacités des entreprises à fort potentiel de croissance ou à fort impact social ou économique (Gibb, 2005). Il est aussi nécessaire de doter les diplômés d'attitudes et de compétences qui leur permettent d'identifier des opportunités et de les amener à la création (Ray, 1997 ; Gibb, 2002). Le développement d'attitudes entrepreneuriales et les intentions des élèves doivent être considérées comme un objectif essentiel par les établissements d'enseignement supérieur (Gasse, 2000 ; Fayolle, 1994).

2) Il convient de « *créer l'empathie avec les manières entrepreneuriales de voir, de sentir, de faire, de penser et d'apprendre* » (Gibb, 2002). L'université devrait passer d'une organisation « savante » à une organisation « apprenante ». La culture organisationnelle des universités doit devenir plus innovante et proactive, et augmenter la tolérance vis-à-vis des risques (Miller, 1983). Elle devrait être ouverte à l'apprentissage à partir de toutes les sources d'information et de toutes les manières. Elle devrait se concentrer moins sur le contenu et la structure des connaissances et bien plus sur la façon dont les cours sont enseignés et comment ils peuvent conduire à un développement personnel des étudiants.

Il faut noter aussi que le contexte socio-économique exerce son influence sur la construction des programmes (Schied-Bienfait, 2000). L'auteure énumère plusieurs paramètres qui doivent être pris en compte : le statut de l'établissement et son implantation géographique, les caractéristiques du tissu industriel, l'existence des laboratoires, la présence de culture entrepreneuriale manifestée par la création d'incubateurs, de dispositif d'aide à la création, le développement de fonds d'amorçage et de capital risque. Ce contexte transforme le système éducatif vers le développement de l'entrepreneuriat dans les établissements universitaires.

Ces initiatives s'accompagnent d'une véritable réflexion scientifique sur l'entrepreneuriat étudiant dans le monde francophone, comme l'atteste le tableau synthèse (voir annexe 1) d'Albertini et al (2015) sur quelques recherches francophones consacrées à l'entrepreneuriat dans les structures de l'enseignement supérieur.

L'Université doit être en interaction forte avec son territoire au travers notamment de ses partenariats avec les entreprises de la région afin que les initiatives entrepreneuriales gagnent en efficacité. Cette interaction Université-Entreprise permet un enrichissement mutuel et aborde la question du rôle des Universités dans le développement de leurs régions (Kitagawa, 2005). Il faut construire un « écosystème éducatif entrepreneurial » (Toutain et al, 2014).

A côtés des travaux sur l'université ou l'éducation entrepreneuriale, des recherches empiriques se sont intéressés à d'autres pans de l'entrepreneuriat en rapport l'université. La plupart de ces recherches empiriques, spécialement francophones, sur l'entrepreneuriat se sont intéressés au processus avant la création (l'intention). Ces recherches sur l'intention ont particulièrement concerné des populations issues de l'enseignement supérieur, à savoir : les étudiants, les ingénieurs ou encore les chercheurs publics (Bourguiba, 2007). Les résultats de ces recherches menées, du côté des universitaires, mettent en avant un décalage important entre attrait, intention et passage à l'acte entrepreneurial chez les étudiants.

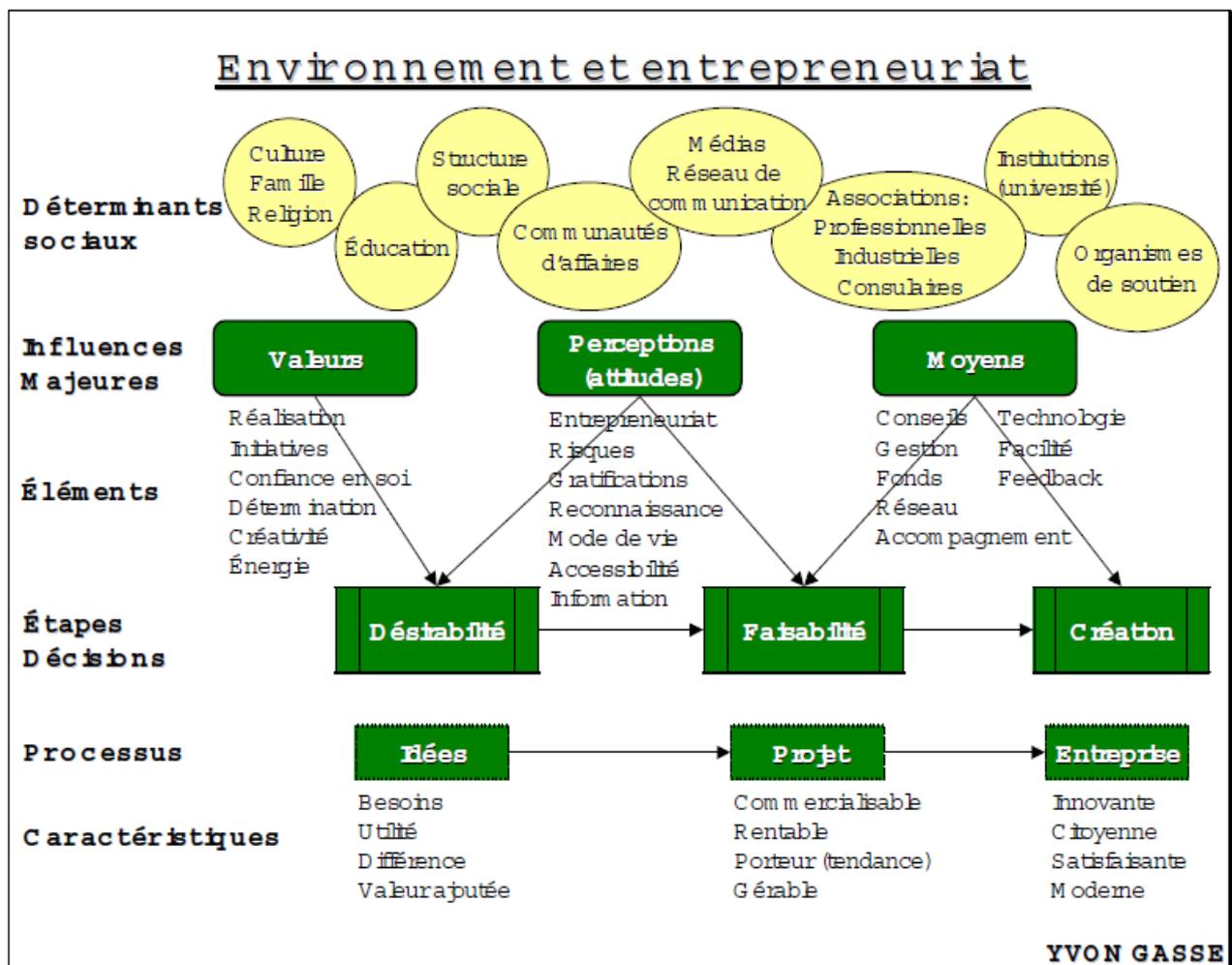
D'autres recherches citées par Degeorge (2007) se sont intéressées à la carrière entrepreneuriale des ingénieurs. Par exemple, Hourquet et Roger (2003) ont analysé le profil des ingénieurs qui, parmi les choix de carrière qui s'offraient à eux, se sont orientés ou envisagent de s'orienter vers une voie entrepreneuriale. Les ancres de carrière de Schein (1996), le professionnalisme (le sentiment d'appartenance à une profession) ainsi que quelques variables discriminantes (âge, sexe et environnement du travail) ont été pris en compte. Les résultats montrent la faible importance accordée à la sécurité et à la grande liberté d'action dont pensent bénéficier les ingénieurs entrepreneurs. La dimension professionnalisme n'est pas clairement discriminante et l'analyse des souhaits d'orientation montre que la voie entrepreneuriale est plutôt un aboutissement de carrière pour les ingénieurs (supposant donc un passage par d'autres étapes et l'abandon fréquent de la dominante technique).

Enfin, le système social en vigueur dans un pays peut influencer les décisions d'entreprendre chez les diplômés. Reprenant l'analyse de Casson, Papillon (2000)⁴⁹, insiste sur l'avantage accordé par les entreprises françaises aux diplômés. Ensuite il relève le coût d'opportunité du changement c'est-à-dire du passage du salariat au non salariat, à l'entrepreneuriat : « le risque supporté par l'entrepreneur n'est pas indépendant des droits associés au statut de salarié. Plus le salaire est garanti et relié à des droits sociaux futurs, plus il est coûteux de quitter ce statut. ». L'auteur constate que le système social français incite peu à créer une entreprise, et ce

⁴⁹ Cité par Hernandez (2006)

d'autant moins qu'on a un diplôme élevé donc des espérances de gains et de statuts importants. Notons que le système social burkinabè est hérité du système français. On peut retenir de ce qui précède que l'entrepreneuriat ou le processus entrepreneurial sont contingents à des facteurs relatifs à l'environnement du créateur ou du potentiel créateur. Gasse (2012), à partir d'un modèle (figure 2.2 suivante) a tenté de représenter l'ensemble des influences de l'environnement sur le processus entrepreneurial.

Figure 2.2. Influence de l'environnement sur le processus entrepreneurial



Source : Gasse (2012, p.3)

Cette figure met en exergue les influences de l'environnement sur le processus entrepreneurial. Les influences majeures à travers les valeurs, les perceptions (ou attitudes) et les moyens. Ces influences se font d'abord sur les étapes de la décision que la désirabilité, la faisabilité et la création. Chacune des étapes de la décision correspond à une étape du processus. La particularité ici, est que Gasse (2012), crée une relation d'antériorité entre la désirabilité et la

faisabilité alors que ces variables étaient jusque-là présentées comme influençant tout simplement l'intention de créer (Ajzen, 1991).

L'auteur souligne que l'intérêt de la figure réside dans la mise en évidence d'une réalité complexe et dynamique. Les différents niveaux d'analyse font apparaître non seulement la multiplicité des liens et des causalités, mais aussi l'interpénétration constante des problématiques individuelles et sociales. Un modèle, même descriptif, n'est qu'une représentation partielle et simplifiée de la réalité ; son seul but étant d'aider à mieux comprendre et à mieux appréhender les phénomènes. La vie nous enseigne que chaque personne, chaque situation et chaque milieu possède sa dynamique propre et ses particularités, celles-ci ne pouvant pas être totalement généralisées ; à la rigueur, cependant, elles peuvent servir d'illustrations.

Conclusion

Ce chapitre avait pour objectif de préciser la position de notre recherche dans le champ de l'entrepreneuriat. La théorie de la contingence notamment l'écologie des populations, la théorie néo institutionnelle et la théorie basée sur les ressources et les compétences, permettent de focaliser la recherche sur le processus entrepreneurial. Ces théories permettent d'identifier les facteurs de contingence du processus entrepreneurial que sont l'individu à travers ses caractéristiques et l'environnement. Ce cadre théorique offre alors la substance nécessaire pour définir les variables de notre modèle conceptuel de notre recherche et leur influences possible sur le processus. Ceci étant, nous pouvons alors passer à la partie empirique de notre recherche.

Conclusion de la partie

A travers cette partie nous avons donné aux lecteurs les clés de compréhension du processus entrepreneurial. Ainsi, il a été présenté dans un premier chapitre l'état de l'art sur le phénomène entrepreneurial. Ce chapitre a, dans sa première section, abordé successivement les principaux paradigmes et les différentes approches en entrepreneuriat, puis les enjeux liés à l'entrepreneuriat et enfin le processus entrepreneurial. Il est ressorti de cette présentation qu'il est difficile de définir ou de cerner le concept de l'entrepreneuriat à travers un seul paradigme, d'où le recours à une lecture multiparadigmatique du phénomène. Il est apparu également que, tout comme le concept de l'entrepreneuriat, le processus entrepreneurial peut aussi donner lieu à plusieurs interprétations.

Dans la seconde section du chapitre, les apports des modèles fondés sur le processus ont été abordés. Il ressorti de l'examen de la littérature à ce niveau deux tendances, à savoir une tendance déterministe et une tendance dynamique. Chacune de ces tendances relève d'une logique de création, la logique causale pour les modèles déterministes et la logique effectuale pour les modèles dynamiques.

Le deuxième chapitre a quant à lui porté sur le fondement théorique de la recherche sur le processus entrepreneurial. Ainsi, dans la première section, la théorie de la contingence à travers ses composantes (la théorie de l'écologie des populations, la théorie institutionnelle et la théorie de la dépendance des ressources) a été présentée comme base théorique pour comprendre le processus entrepreneurial des six primo créateurs DES/BF. Les facteurs de contingence du processus ont par la suite été exposés dans la deuxième section du chapitre. Ces facteurs sont relatifs aux caractéristiques individuelles du créateur et à l'environnement de création. Ces éléments de compréhension du processus entrepreneurial à travers la littérature, ouvrent la voie à l'analyse empirique du processus entrepreneurial des DES/BF.

PARTIE 2.

CADRE EMPIRIQUE DU PROCESSUS ENTREPRNEURIAL DES PRIMO CREATEURS DIPLOMES DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR AU BURKINA FASO

La première partie a déployé le cadre théorique de la recherche à travers les définitions de l'entrepreneuriat, du processus entrepreneurial et quelques modèles conceptuels du processus entrepreneurial (chapitre 1) et les fondements théoriques de la recherche sur le processus entrepreneurial (chapitre 2).

La littérature nous enseigne que le processus entrepreneurial n'est pas homogène. Chaque création est un cas unique. Les individus qui créent sont influencés par des caractéristiques qui leur sont propres mais aussi par des facteurs de l'environnement. De même les modèles mobilisés pour étudier le processus entrepreneurial relèvent soit de l'approche déterministe soit de l'approche dynamique du processus, chacune des approches avec ses limites. L'objectif de cette partie est d'apporter une meilleure compréhension du processus entrepreneurial, à l'aide d'un modèle qui intègre les deux approches à travers une étude de six cas.

Cette deuxième partie intitulée «Cadre empirique du processus entrepreneurial des primo-créateurs diplômés au Burkina-Faso», s'articule autour de deux chapitres.

Dans le chapitre 3 nous avons présenté en premier lieu le cadre d'analyse de la recherche et en second lieu, le positionnement de la recherche déclinée à travers le positionnement épistémologique et la méthodologie de la recherche adoptée.

Enfin dans le chapitre 4, nous avons présenté dans une première section les résultats de la recherche et leur discussion et dans une deuxième section les implications de la recherche.

Chapitre 3. CADRE D'ANALYSE ET POSITIONNEMENT DE LA RECHERCHE

La première partie de cette thèse s'est essentiellement attelée à construire, à partir de la littérature, le cadre conceptuel destiné non seulement à appréhender mais aussi à analyser notre problématique générale.

Ce chapitre a pour objectif de traiter de façon méthodique le processus de construction de notre stratégie de recherche qualitative. Il traduit de manière concrète, l'ensemble des procédés méthodologiques mobilisés devant conduire à des résultats valides. Il comporte deux sections.

La première section est consacrée au cadre d'analyse de notre recherche à travers laquelle nous présentons le contexte entrepreneurial du Burkina Faso, ensuite les créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso sur la base de la littérature et des données à notre disposition. Dans une deuxième section, nous exposons notre positionnement épistémologique et la démarche méthodologique utilisée.

I. Cadre d'analyse de la recherche

Le cadre d'analyse représente en quelque sorte notre terrain d'investigation, notre champ de l'étude ou de recherche : les primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. Il est donc question sur ce point de faire une brève présentation de l'environnement de la création avant de présenter les créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso.

1.1. Le contexte entrepreneurial du Burkina Faso

Le contexte ou l'environnement entrepreneurial est présenté comme un élément qui est susceptible d'influencer le processus entrepreneurial. Cette sous-section présente d'abord l'entrepreneur burkinabè à travers la littérature avant d'aborder le contexte entrepreneurial du pays.

1.1.1. L'entrepreneur burkinabè

L'entrepreneur burkinabè est relativement jeune quand il crée son entreprise. La moyenne d'âge est estimée à 31,70 et la majorité des fondateurs avaient moins de 35 ans au moment de la création de leur entreprise (Dialla, 2004). Ces résultats sont confirmés par l'enquête GEM (2015) avec un TAE de 27% et 24% respectivement pour les tranches d'âge de 25-34 ans et les 34-44 ans. Ensuite, les entrepreneurs burkinabè dans leur majorité 45,4% sont d'origine paysanne, avec 94,3% d'eux dont la mère était ménagère au moment de la création de

l'entreprise (Dialla, 2004). Egalement, la sphère des entreprises semble être la chasse gardée des musulmans et des catholiques qui s'y retrouvent avec des proportions quasi égales 46,9 et 46,4. De plus, 71% des entrepreneurs étaient mariés à la création de leur entreprise et certains d'entre eux estiment avoir eu un soutien considérable de leur épouse (Dialla, 2004). Concernant spécifiquement les femmes, Hien (2002) découvre que 84% d'entre elles sont mariées et ont peu d'enfants (moins de 4). Leurs époux possèdent un niveau d'éducation assez élevé (formation universitaire) et ont des occupations de cadres 38,46% ou de dirigeants d'entreprise 50%. Seules 12% des femmes entrepreneures ont un père ou une mère entrepreneurs alors que 40% d'entre elles n'ont aucun parent entrepreneur.

L'entrepreneur burkinabè est soumis à des impératifs sociaux et familiaux forts, déterminés par la culture dans laquelle il baigne. Tour à tour ressource ou contrainte pour l'entreprise, la famille élargie joue un rôle déterminant, mais souvent difficile à appréhender⁵⁰.

De même les éléments tels que la motivation, le niveau d'étude et l'expérience avant la création ont servi à caractériser l'entrepreneur burkinabè.

1.1.1.1. Les motivations

Ouédraogo (1999) sur la base d'un échantillon de 208 entrepreneurs a dressé un listing des motivations les plus couramment évoquées par ces derniers. Ces motivations sont : le souci d'indépendance et d'être son propre patron ; le besoin d'avoir juste une activité, un emploi ; l'utilisation de son expérience à son propre compte ; le désir d'innover, de proposer quelque chose de nouveau ; le besoin d'avoir un statut social respectable ; le besoin de gagner beaucoup d'argent et faire fortune ; l'insatisfaction par rapport à l'emploi précédent ; le souci d'aider et soutenir la famille ; le désir de créer des emplois ; le besoin de réinsertion au Burkina Faso après une émigration à l'étranger ; le besoin de diriger les hommes ; le goût du risque ; la perte d'emploi ; l'exploitation d'une opportunité. On retrouve parmi ces motivations l'ensemble de celles identifiées par Hien (2002) sur étude qui concernent uniquement les femmes entrepreneures.

1.1.1.2. Le niveau d'études

Dans sa thèse Ouédraogo (1999) montre que la plupart des entrepreneurs burkinabè n'ont pas été scolarisés ou ont échoué à l'école et, environ 52,3% de ceux qui ont été scolarisés n'ont pas atteint la classe de 3ème, tandis que 69,3% ont quitté l'école avant la classe de terminale.

⁵⁰ Eléments tirés du rapport d'étude du RAMPE sur "Les défis de la micro- entreprise en Afrique" (2005).

Selon une étude commanditée par la MEBF (2015), qui a porté sur un échantillon de 1560 entrepreneurs, 1129 soit 72,37% ont au moins un Certificat d'Etudes Primaires (CEP). Dans l'échantillon, 397 soit 25,44 % des créateurs sont diplômés de l'enseignement supérieur étant entendu que le Baccalauréat est le premier diplôme universitaire.

Contrairement à ce qu'enseigne la littérature le taux d'échec au Burkina Faso augmente avec le niveau d'éducation. Il est de 38,6% pour ceux qui n'ont pas fréquenté ou qui n'ont aucun diplôme, 43,58% pour ceux qui ont un diplôme d'études primaires et secondaires (CEP, CAP et BEPC) et 48,11% pour ceux qui ont un diplôme de l'enseignement supérieur (BAC et plus). Un paradoxe, car on peut penser avec la littérature que plus le niveau d'éducation est élevé, plus l'individu est outillé pour mieux gérer son entreprise.

1.1.1.3. L'expérience antérieure

Au Burkina Faso par exemple, 1032 des 1560 créateurs d'entreprises de l'échantillon d'une étude sur la mortalité des entreprises, soit 66,15% des créateurs ont travaillé comme employés avant de créer leurs entreprises (MEBF, 2015). De même, 66,5% des entrepreneurs estiment avoir une expérience dans l'activité actuelle de leur entreprise avant la création de celle-ci, traduisant ainsi un lien direct entre leur profession antérieure et l'activité actuelle (Ouedraogo, 1999). Ainsi donc, indépendamment des facteurs innés, la valeur des entrepreneurs tient d'abord à leur formation, c'est-à-dire à ce qu'ils ont appris dans la période antérieure à leur établissement et dont ils ont ensuite tiré profit pour créer et diriger leur entreprise (Somé, 1995 : cité par Dialla, 2004).

Ces différentes caractéristiques permettent de dresser une typologie des entrepreneurs burkinabè. Ainsi, dans le cadre d'une thèse de doctorat Ouedraogo (1999), à partir d'un modèle quadridimensionnel prenant en compte l'entrepreneur, son environnement, le processus de création de l'entreprise et le type d'entreprise créée dresse une typologie des entrepreneurs burkinabè. Il a identifié dans le tableau 3.1 suivant quatre types d'entrepreneurs : les créateurs artisans (constitués d'anciens ouvriers du secteur informel), les créateurs self-valorisateurs, subdivisés en valorisateurs de compétences (anciens techniciens supérieurs, ingénieurs) et en valorisateurs d'expérience (anciens ouvriers du secteur moderne), les créateurs opportunistes (anciens fonctionnaires, étudiants et cadres du secteur privé) et les créateurs persistants (commerçants).

Tableau 3.1. Ebauche d'une typologie des créateurs d'entreprises au Burkina Faso

Types de créateurs	Créateurs "artisans"	Créateurs self-valorisateurs		Créateurs "opportunistes"	Créateurs "persistants"
		Valorisateurs de compétences	Valorisateurs d'expérience		
Trajectoire professionnelle	anciens ouvriers et apprentis du secteur informel	anciens techniciens supérieurs, ingénieurs	anciens ouvriers, anciens agents de maîtrise en général du secteur moderne	anciens fonctionnaires, comptable d'entreprise, cadre ou agent administratif, employé commercial, étudiants	commerçants ou propriétaires d'autres entreprises dans d'autres secteurs
Décision	planifiée	circonstancielle	+/- planifiée	circonstancielle	planifiée
Motivations dominantes	Etre son propre patron, à la limite créer son emploi	Valoriser ses compétences techniques	Valoriser l'expérience acquise pendant plusieurs années	Exploiter une opportunité, perte d'emploi, insatisfaction professionnelle	Besoin de diversification des activités
Expérience	Moyenne	Relativement faible	Très longue	Pas d'expérience préalable dans l'activité	Pas d'expérience préalable dans l'activité mais forte expérience en affaires
Lien entre trajectoire professionnelle et activité de l'entreprise	Direct	Direct	Direct	Indirect ou aucun lien	Pas de lien direct
Capital de départ	Faible	Moyen	Moyen	Elevé	Très élevé
Secteur d'activité	Menuiserie métallique et du bois, couture, coiffure et esthétique, dépannage et électricité froid	Maintenance informatique et électronique, BTP	Industries mécanique, mécanique automobile, BTP, imprimeries	Nettoyage, assainissement, BTP, industries agroalimentaires	Hôtellerie, transport, boulangeries
Mode de financement de la création	Epargne personnelle, aide de la famille	Epargne personnelle, financement à partir des 1 ^{ers} contrats	Epargne personnelle	Epargne personnelle, financement à partir des 1 ^{ers} contrats	Epargne personnelle, emprunts bancaires

Source : Ouédraogo (1999, p.409).

1.1.2. Le contexte ou environnement de la création d'entreprise au Burkina Faso

Au Burkina Faso, comme dans la plupart des pays en développement, les entreprises évoluent dans un environnement souvent contraignant, tant sur le plan économique (marchés étroits et concurrence forte, main d'œuvre, etc.), institutionnel que culturel.

1.1.2.1. Le contexte économique

Le taux de croissance du PIB du Burkina Faso en termes réels s'est établi à 5,4% en 2016 nettement supérieur aux 4 % de 2015 mais en-dessous de la moyenne de 6 % enregistrée au cours de la décennie 2003-2013⁵¹. En 2017, le taux attendu est de 8%. La croissance économique rime le plus souvent avec une hausse de la demande des biens et services et de la main d'œuvre qui constituent les sous composantes du contexte économique dans notre étude. Toutefois dans son étude sur les motivations entrepreneuriales des femmes au Burkina Faso, Hien (2002) affirme que les facteurs associés au potentiel ou aux caractéristiques du marché semblent avoir été secondaires dans le choix du secteur d'activité. Les deux facteurs d'influence majeurs, selon lui, sont la connaissance du secteur (55%) et l'intérêt marqué pour le secteur en question (36%).

1.1.2.2. Contexte culturel

L'entrepreneur burkinabè n'évolue pas, comme on l'aurait cru, dans un environnement socioculturel hostile (Dialla, 2004). En effet, le réflexe communautaire qui caractérise la culture burkinabè n'est pas forcément un frein à l'éclosion de l'esprit d'entreprise. Le sens des affaires a existé dans les sociétés traditionnelles, comme en atteste d'ailleurs l'existence de nos jours de quelques entrepreneurs de la première génération. Contrairement aux idées reçues, l'esprit communautaire, dans certains cas, peut être un levier pour l'entrepreneur.

Pour sa part, Ouédraogo (1999) estime que la loyauté familiale ou ethnique atténue les rivalités, interdit les comportements immoraux, induit le dévouement à la cause commune et la fidélité à l'entreprise. En plus, les métamorphoses actuelles telles que la montée de l'individualisme et la valorisation de l'image de l'individu (à travers des comportements ostentatoires) sont citées comme des facteurs favorisant l'éclosion de l'esprit d'entreprise. La réussite individuelle est très souvent partagée dans une certaine mesure avec la communauté sur laquelle rejait très souvent cette réussite individuelle (Dialla, 2004). Toutefois, en ce qui concerne les femmes, de nombreuses pratiques coutumières et même certains aspects du droit continuent en effet à les défavoriser notamment en matière de propriété (Hien, 2002). Enfin, Ouédraogo conclut que

⁵¹ <http://www.banquemonde.org/fr/country/burkinafaso/overview>, consulté le 02 Aout 2017 à 2h 40mn.

l'éducation familiale reçue, surtout les valeurs morales (persévérance, vivre du fruit de ses efforts) auraient été déterminantes dans la décision d'entreprendre.

1.1.2.3. Contexte institutionnel

Au Burkina Faso, il a fallu attendre la libéralisation opérée à travers les programmes d'ajustement structurel du début des années 90 pour voir se développer des initiatives de promotion du secteur privé comme moteur de développement. Ces initiatives, éléments d'appréciation du contexte institutionnel, nous les présentons à travers le dispositif d'accompagnement non financier, le système financier et l'université.

a. Les dispositifs d'accompagnement non financier au Burkina Faso

Les structures formelles d'accompagnement non financier au Burkina Faso sont constituées des structures publiques et privées qui peuvent à leur tour être scindées en structures d'appuis non financiers et structures d'appuis financiers. Nous avons répertorié en 2015 onze structures publiques d'appui non financier au Burkina Faso aux côtés des ONG et autres bureaux et cabinets d'études privés. Le tableau 3.2 suivant présente ces dispositifs d'accompagnement.

Tableau 3.2. Les structures d'accompagnement non financier au Burkina Faso

STRUCTURES D'APPUI NON FINANCIER	LES APPUIS
Les structures publiques	
La Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI)	Appui-conseil, Appui logistique, Information
L'Agence de Promotion des Exportations (APEX)	Information commerciale : normes, foires, salons, manifestations commerciale (foires et salons internationaux) ◦Appui conseil et formation
Le conseil Burkinabè des Chargeurs	Assistance, appui-conseil ; suivi des marchandises en temps réel
Le Village Artisanal de Ouagadougou (VAO)	Appui-conseil: Marketing des produits artisanaux; Perfectionnement des artisanats
Le Centre des Guichets Uniques (CGU)	Gestion des formalités administratives de création d'entreprises et d'exercice du commerce au Burkina
Les Centres de Gestion agréés (CGA)	Conseils, aide à l'élaboration des états financiers, etc.

Le Fonds d'Appui à la formation Professionnel et à l'Apprentissage (FAFPA)	Financement des activités de formation professionnelle ; appui-conseil ; financement à 75% du coût de la formation ; et 25% des équipements ;
La Maison de l'Entreprise du Burkina Faso	Dispositif d'appui conseils (conseils, accompagnement des entreprises, renforcement des capacités, etc.) Facilitation des formalités administratives à travers le CEFORE Documentation et information économique et commercial à travers le CIDE Facilitation des formalités liées aux investissements immobiliers (CEFAC)
Le centre National de la Recherche Scientifique et Technologique (CNRST)	Information, formation et vulgarisation des résultats de la recherche scientifique Appui à la création d'unité de production/transformation
Maison de l'aviculture	Développement de l'aviculture et mise à disposition des prestations aviaires Appui technique (suivi sanitaire, conseil, etc)
Centre d'accueil pour entreprise de la Mairie de Ouagadougou (CAE)	Appui logistique (salles) Renforcement de compétences (formations, sensibilisation, etc.) Appui conseil, orientation et suivi des entreprise
Incubateur (UO.JKZ)	Formation, information, montage du BP
ONG et bureaux privés	
Organisation Néerlandaise de développement (SNV)	appui-conseil et structuration des acteurs des filières
L'institut africain pour le développement économique et social (INADES FORMATION)	formation et appui conseil des opérateurs privés du monde rural
Centre Ecologique Albert Schweitzer (CEAS)	fourniture d'équipements et appui-conseil dans les technologies de l'énergie et de transformation des produits agroalimentaire
Les bureaux d'études et cabinets privés	Appui conseils, montage de plan d'affaires, formation, aide à la recherche de financement, etc.

Source : l'auteur à partir des informations collectées

b. Le système financier au Burkina Faso

Au Burkina Faso les structures formelles d'appui financier à l'entrepreneuriat sont composées de structures étatiques et privées. Nous en avons dénombrées 8 structures publiques qui côtoient les structures privées composées de banques, institutions de micro finance et autres établissements financiers. Ainsi donc, le système financier au Burkina Faso semble bien fourni. Il illustre de grandes possibilités d'accompagnement dans tous les secteurs d'activités et à tous les niveaux du processus de création. Cependant le problème de financement reste toujours la principale grande difficulté que vivent les entrepreneurs au Burkina Faso (Bayala, 2016). Le tableau 3.3 présente les dispositifs formels d'appui financier au Burkina Faso.

Tableau 3.3. Les structures d'appui financier au Burkina Faso

LES STRUCTURES DE SOUTIEN FINANCIER	LES APPUIS
Les structures étatiques	
Le Fonds d'appui à l'initiative des jeunes (FAIJ)	jeune 15 à 35 ans de niveau 3ième; formation à l'esprit d'entreprise ; accompagnement d'un mentor ou parrain ; 200 000 à 2 000 000 F pour les individus et 5 000 000 pour les groupements ; taux d'intérêt entre 2 et 4%
Le Fonds d'appui à la Petite entreprise (FAPE)	jeune porteur de projet de création d'entreprise ou d'extension d'entreprise ; garantie exigé (titre foncier, PUH, carte grise ou aval salarié) ; 1,5 à 10 millions ; taux de 8 à 12% selon le secteur d'activité ; 4% pour handicapés.
Le Fonds d'appui aux activités rémunératrices des femmes (FAARF)	être une femme ou un groupement d'au moins 10 femmes ; 50 000 pour les individus ; 1 000 000 F pour les groupements ; 5% crédit sur 6 mois et 10% pour le crédit sur 12 mois ; garantie constitué du premier versement
Le Fonds d'Appui à la Promotion de l'Emploi (FAPE)	prêt, préfinancement de marchés, cofinancement ; création ou extension d'entreprises ; 1 500 000 à 10 millions de francs; 1 à 6 mois de différé ; taux de 8 à 12 % ; dont 4% pour les handicapés
Le Fonds d'Appui au Secteur Informel (FASI)	nantissement des biens acquis pour les individus ; caution solidaire pour les groupes ; crédit de 1,5 maximum donné seulement lorsqu'il s'agit d'un troisième prêt ; taux de 10 à 13 % ; dont 4% pour les handicapés ;

AFP/PME	toute personne porteur de projet de création ou d'extension d'entreprises ; financement et accompagnement conseil
Le Fonds burkinabè pour le développement économique et social (FBDES)	appui financier à la création et au développement d'entreprise ; prêt, caution sous forme d'aval, prise de participation dans les entreprises ; cessions de parts détenues ; 5 à 50 millions de F CFA ; taux de 5% ; durée 5 ans maximum ; différé de 12 mois ; apport personnel de 15% minimum ; frais de dossier de 100 000 F CFA
Le Fonds de Développement de l'élevage FODEL	financement des filières ou sous-filières élevage ; formation professionnelle ; appui à l'amélioration de la couverture zoo sanitaire et de santé publique ; être membre d'une organisation professionnelle d'élevage ; ou d'un groupe solidaire d'au moins 3 personnes solidaires ; caution solidaire pour les financements de moins d'un million ; au-delà, garantie hypothécaire ; crédit de 250 000 à 10 millions ; intérêt de 7%
Les structures privées	
Institutions de micro finance	Offrent des services de microfinance. Elles sont plus de 32 au BF dont la plus importante est le RCPBF
Les réseaux bancaires	13 banques qui offrent des services bancaires aux entreprises
Les Etablissement financiers Exemples : Fidelis Finance, Alios Finance	Crédit-Bail mobilier, leasing et du crédit-bail, Location Longue Durée, Crédit Investissement, Crédit Court Terme, etc.

Source : l'auteur à partir des informations collectées

c. L'université au Burkina Faso

Au Burkina Faso, le nombre d'étudiants et d'établissements d'enseignement supérieur aussi bien publics que privés suivent l'évolution d'une fonction croissante. En effet, le tout premier centre d'enseignement supérieur dans ce pays (ancienne Haute-Volta) a vu le jour le 20 octobre 1965 suite à l'accord de coopération signé le 24 avril 1961 avec la France relatif à enseignement supérieur. Cet accord de coopération a été à l'origine de la création de l'Institut Supérieur de Formation Pédagogique composé de l'Ecole Normale Supérieure (E.N.S.) et du Centre de Documentation et de Perfectionnement Pédagogique (C.D.P.P.) dont l'objectif au fil du temps

a migré de la formation des formateurs (enseignants du secondaire) à la création en avril 1974 de l'Université de Ouagadougou (Loye et *al.*, 2012). Depuis cette dernière décennie, l'intérêt pour l'école des jeunes en général et particulièrement l'école supérieure a considérablement évolué. On assiste ainsi d'année en année à une hausse du nombre d'établissements d'enseignement supérieur pour juguler la forte demande de formation des jeunes bacheliers. Le tableau 3.4 suivant présente l'évolution du nombre d'établissements d'enseignement supérieur (publics et privés) au Burkina Faso sur neuf ans.

Tableau 3.4. Evolution du nombre d'établissements d'enseignement supérieur au Burkina Faso de 2008 à 2016

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Public	19	19	21	23	25	28	31	34	34
Privé	31	35	39	56	57	59	82	90	86
Total	50	54	60	79	82	87	113	124	120

Source : DGESS/MESRSI, annuaire statistique 2017.

Le tableau 3.4 ci-dessus montre que le nombre des établissements d'enseignement supérieur passe de 50 en 2008 à 120 en 2016 soit une hausse de 140% en neuf ans. Il est à remarquer aussi que cette évolution est plus importante au niveau des structures privées où le taux d'accroissement atteint 177, 42% sur la même période.

La population étudiante pour sa part suit également l'évolution d'une fonction exponentielle au cours de la même période. C'est sans doute dans un tel contexte que Romainville, (1997) révèle que dans l'esprit actuel des jeunes burkinabè, la réussite sociale passe inéluctablement par l'obtention d'un diplôme d'enseignement supérieur.

L'évolution des effectifs des étudiants connaît une croissance soutenue avec l'évolution du nombre des établissements supérieurs au Burkina. Le rythme moyen d'accroissement annuel de la population estudiantine entre 2005-2006 et 2010-2011 est évalué à 12,3 %. A ce rythme, le nombre d'étudiants va doubler chaque six ans au plus et nécessitera un nombre important d'écoles supérieures à créer (Loye et al, 2012). L'âge moyen des étudiants est de 24 ans (DEP, 2012)⁵². Cette évolution n'est pas sans conséquence en termes de chômage au niveau du pays. Le tableau 3.2 suivant présente l'évolution du nombre d'étudiants de 2009-2010 à 2015-2016 au Burkina Faso.

⁵² Direction des Etudes et de la Planification (DEP), 2012, « Tableau de bord de l'enseignement supérieur, 2010-2011 » disponible sur www.mess.gov.bf

Tableau 3.5. Evolution du nombre d'étudiants au Burkina Faso de 2009-2010 à 2015-2016

Années	2009/10	2010/11	2011/12	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016
F	16298	19889	22432	24074	26100	28166	31468
G	34868	41112	46462	50202	55214	55432	63260
TOTAL	51166	60998	68894	74276	81314	83598	94728
Public	41498	47604	54099	58566	63942	64477	71501
Privé	9668	13394	14795	15710	17372	19121	23227

Source : DGESS/MESRSI, annuaire statistique 2017

Le tableau 3.5 ci-dessus montre que globalement le nombre d'étudiants a presque doublé en 7ans (2009 à 2016). Les effectifs ont plus évolué dans les établissements d'enseignement supérieur privé avec un taux d'accroissement de 140% sur la même période.

La hausse de la demande d'éducation entraîne une hausse du nombre d'établissements aussi bien publics que privés. Ces établissements évoluent dans presque tous les domaines de formation. Cependant il n'y a pas une école qui propose l'entrepreneuriat comme filière de formation. Toutefois, ces établissements proposent de plus en plus des cours en entrepreneuriat. La plupart des établissements qui proposent ce cours le font dans les filières commerciales. D'autres par contre le proposent aussi bien dans les filières commerciales qu'industrielles. Quelques actions peuvent aussi être évoquées, notamment l'organisation de conférences en rapport avec l'entrepreneuriat par ou avec le soutien des établissements, et des partenaires externes comme l'ambassade des Etats-Unis au Burkina Faso.

Nous avons dénombré deux incubateurs dans deux établissements d'enseignement supérieur. Le premier établissement est privé (Zie) et le deuxième est public (l'université Ouaga I JKZ)⁵³. L'incubateur de l'université Ouaga I créé en 2013, recrute des étudiants de niveau master et leur donne une formation en entrepreneuriat sanctionnée par un certificat. La sélection est faite parmi les trois meilleurs étudiants de chaque filière l'université qui souhaitent postuler. Depuis sa création, l'incubateur a reçu huit promotions d'en moyenne 30 étudiants soit donc 180 « *incubés* ». Cependant, seuls 4 projets issus de l'incubateur ont été concrétisés depuis sa création. Toute chose qui pousse à se poser des questions sur l'efficacité du dispositif. « *Celui qui connaît bien un incubateur, sait bien que le nôtre ne répond pas aux normes. Nous sommes trop en retard, le personnel n'est pas encore étoffé, il manque sérieusement de moyens, il n'y a*

⁵³ L'université Ouaga I est la première université créée au Burkina Faso par l'Etat.

pas de documentation, nous avons beaucoup de difficultés (...) Le taux de déperdition peut atteindre 60% selon les promotions (...) » dixit M. Sawadogo, responsable de l'incubateur d'entreprises UO1.JKZ.

L'université burkinabè reste marquée par l'absence de structure adaptée pour encourager l'entrepreneuriat. Toutefois, les enseignements reçus par les étudiants, dans divers domaines, constituent des éléments de compétences utiles dans le processus de création et de gestion des entreprises.

1.2. Les créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso

Au total, ce sont 63 098 entreprises dont 20% de sociétés et 80% d'entreprises individuelles qui ont été créées ou formalisées par le truchement des CEFORE entre 2006 et 2016. Parmi ces entreprises 64,5% ont été créées par des hommes contre 35,5% pour les femmes (CEFORE, 2016).

Selon une étude de la MEBF (2015), sur une population de 1560 entreprises, 397 sont créées par les diplômés de l'enseignement supérieur dont 206 entreprises sont toujours en activité et 191 en cessation d'activité soit un taux d'échec global de 48,11%. Parmi les créateurs, 77 sont des femmes soit 19,40% de la population. 41 de leurs entreprises sont en faillite soit un taux d'échec de 53,24% contre 46, 87% des entreprises dont les créateurs sont des hommes.

Ces entreprises se répartissent ainsi qu'il suit : 91 pour les titulaires du baccalauréat, 116 pour ceux qui ont un diplôme de 1^{er} cycle universitaire, 131 pour les titulaires d'un diplôme de 2^{ème} cycle et 59 pour les titulaires d'un diplôme de 3^{ème} cycle. Elles évoluent dans presque tous les secteurs d'activité. Le tableau 3.6 suivant donne la répartition des entreprises par niveau et par secteur d'acteur d'activité.

Tableau 3.6. Répartition des entreprises par niveau et par secteur d'activité

Secteur/Niveau	Bac		1 ^{er} Cycle		2 ^{ème} Cycle		3 ^{ème} Cycle		Total
	H	F	H	F	H	F	H	F	
Services	23	9	37	13	46	11	29	2	170
Industrie	6	1	9	3	17	1	7	1	45
Commerce	39	9	45	6	37	17	11	4	168
Artisanat	4	0	3	0	2	0	5	0	14
Total	72	19	94	22	102	29	52	7	397

Source : l'auteur à partir des données de l'étude sur la mortalité des entreprises (MEBF, 2015).

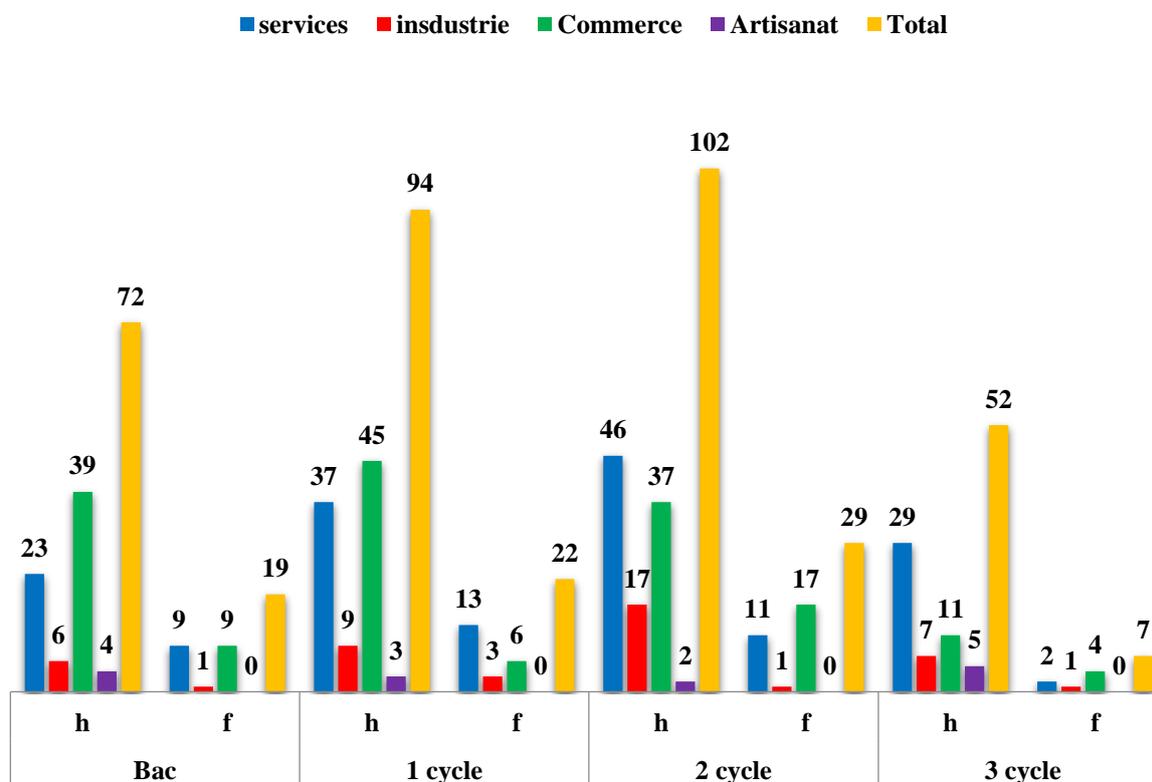
Le tableau 3.6 montre que la création augmente avec le niveau d'études jusqu'au 2^{ème} cycle pour baisser de plus de la moitié au 3^{ème} cycle. Cette évolution est la même aussi bien chez les créateurs hommes que chez les femmes.

Parmi ces créateurs 185 soit 46,60 ont suivi une formation en entrepreneuriat et 300 soit 75,56% ont une expérience de travail avant la création de leurs entreprises. De même 177 d'entre eux soit 44,58 % ont créé leurs entreprises dans le même domaine d'activité que celles où ils ont travaillé. Il y a donc un fort taux d'entrepreneuriat de type reproduction (Bruyat et Julien, 2000)⁵⁴.

Les services occupent le premier rang des créations (170) suivis du commerce (168) de l'industrie (45), enfin de l'artisanat (14).

Notons par ailleurs que 35 des entreprises de service, 6 de l'industrie et 36 du commerce sont créées par des femmes. Aucune entreprise artisanale de l'échantillon n'est créée par une femme. La figure 3.1 suivante donne une meilleure lecture de cette répartition.

Figure 3.1. Répartition des entreprises



Source : l'auteur à partir des données MEBF (2015)

⁵⁴ Op cité

Les entreprises se répartissent également ainsi qu'il suit selon leurs formes juridiques : 340 entreprises individuelles (EI), 53 sociétés à responsabilité limitée (SARL) et 4 sociétés anonymes (SA). Certaines de ces entreprises sont en faillite. Le tableau 3.7 suivant présente le nombre d'entreprises en faillite par niveau et par secteur d'activité.

Tableau 3.7. Nombre d'entreprises en faillite par secteur d'activité et par niveau d'étude

Secteur/Niveau		Services	Industrie	Commerce	Artisanat	Total
Bac		14	2	22	1	39
1er Cycle		21	3	26	2	52
2ème Cycle		32	8	25	2	67
3ème Cycle		18	4	10	1	33
Total		85	17	83	6	191

Source : l'auteur à partir des données MEBF (2015)

Le tableau 3.7 ci-dessus révèle que 191 entreprises sont en cessation d'activité soit un taux d'échec de 48,11%. Les taux d'échec sont respectivement de 50% pour les services, 37,78% pour l'industrie, 49,4% pour le commerce et 42,86% pour l'artisanat. Ces taux d'échec varient également en fonction du niveau d'études et du secteur d'activité.

Ces taux sont respectivement de 42,86% pour les bacheliers, 44,83% pour les diplômés du 1^{er} cycle 51,15% et 55,94% pour les titulaires d'un diplôme de 3^{ème} cycle. Autrement dit plus le créateur est diplômé moins il réussit en entrepreneuriat. Ces résultats sont contraires à la plupart des résultats dans la littérature (Gasse et D'Amours, 2000 ; Gasse et al, 2006 ; etc.) qui veulent que plus le créateur est allé loin dans les études plus il accumule des compétences et mieux il réussira dans les affaires. Ce d'autant plus que la plupart des créateurs évoluent dans le même domaine d'activité où ils ont travaillé avant la création.

Après cette brève présentation du cadre d'analyse de la recherche, c'est-à-dire ce sur quoi elle porte, il importe de présenter les positionnements épistémologique et méthodologiques qui ont encadré la recherche.

II. Positionnement épistémologique et méthodologie de la recherche

Avant même de commencer sa recherche, tout chercheur devrait choisir de se situer dans un paradigme, et s'y tenir tout au long de sa recherche. Ses résultats ne seraient dès lors susceptibles d'évaluation que dans le seul cadre de ce paradigme. Les ontologies, les épistémologies, les méthodologies, les théories de la vérité, de la validité, de la fiabilité, seraient différentes selon le paradigme choisi (Dumez, 2013).

En effet, le chercheur doit ainsi être conscient que le paradigme épistémologique dans lequel il inscrit sa recherche conditionne les pratiques de recherche admissibles ainsi que les modes de justification des connaissances élaborées. Ces décisions peuvent donc conduire à donner des représentations très diverses du phénomène étudié (Avenier, 2012). Ainsi donc, nous présentons successivement dans cette section le positionnement épistémologique de notre recherche (2.1), le modèle de recherche adoptée (2.2.), la démarche de l'étude de cas (2.3) et la stratégie d'accès au réel (2.4)

2.1. Positionnement épistémologique de la recherche

La valeur ou la crédibilité des connaissances produites dépend des méthodes utilisées qui, elles-mêmes s'inscrivent dans un registre épistémologique. Rapporté à notre recherche (en sciences de gestion), la valeur des connaissances qui vont en découler dépend bien de la posture épistémologique que nous adoptons (Avenier, 2009).

Longtemps inscrites dans le paradigme positiviste d'Auguste Comte, les sciences de gestion s'appréhendent aujourd'hui à travers plusieurs paradigmes parmi lesquels le constructivisme et l'interprétativisme. Bruyne et al. (1974) en retiennent quatre qui sont : le positivisme, la sociologie compréhensive, le fonctionnalisme et le constructivisme. Gavard-Perret et al (2012), présentent quant à eux, dans un tableau détaillé six paradigmes épistémologiques (voir annexe 2). Mais, il existe trois grands paradigmes épistémologiques usuellement identifiés : le paradigme positiviste, le paradigme constructiviste et le paradigme interprétativiste (Degeorge, 2007) qui ont jusque-là dominé le débat. Ce débat a débuté à partir des années cinquante (Wang, 2010). Le tableau 3.8 ci-dessous présente les positions épistémologiques de ces trois paradigmes.

Tableau 3.8. Positions épistémologiques des paradigmes positiviste, interprétativiste et constructiviste

Les paradigmes/ Questions épistémologiques	Positivisme	Interprétativisme	Constructivisme
Quel est le statut de la connaissance ?	Hypothèse réaliste Il existe une essence propre à la connaissance	Hypothèse relativiste L'essence de l'objet ne peut être atteinte	Hypothèse relativiste L'essence de l'objet ne peut être atteinte (constructivisme modéré) ou n'existe pas (constructivisme radical)
La nature de la réalité	Indépendance du sujet et de l'objet Hypothèse déterministe Le monde est fait de nécessités	Dépendance du sujet et de l'objet Hypothèse intentionnaliste Le monde est fait de possibilités	Dépendance du sujet et de l'objet Hypothèse intentionnaliste Le monde est fait de possibilités
Comment la connaissance est-elle engendrée? Le chemin de la connaissance scientifique	La découverte Recherche formulée en termes de « pour quelles causes... » Statut privilégié de l'explication	L'interprétation Recherche formulée en termes de « pour quelles motivations des acteurs... » Statut privilégié de la compréhension	La construction Recherche formulée en terme de « pour quelles finalités ... » Statut privilégié de la construction
Quelle est la valeur de la connaissance Les critères de validité	Vérifiabilité Confirmabilité Réfutabilité	Idiographie Empathie (révélatrice de l'expérience vécue par les acteurs)	Adéquation Enseignabilité

Source : Thietart (2003, p.14)

L'objectif principal de notre recherche est de comprendre le processus de création de six entreprises par des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. Nous sommes donc dans la recherche de la compréhension. Quant aux connaissances évoquées dans la littérature, elles ont été produites à partir des trois positionnements présentés dans le tableau 3.8 ci-dessus.

Ainsi, des auteurs comme, Bourguiba (2007) ; Borges et al (2008) ; Boissin et al (2009) ; Giacomini et al (2010) ; Moussa-Mouloungui (2012) ; etc. que nous avons cités, ont fait recours au test pour produire des connaissances. Ils sont pour l'essentiel dans une logique déterministe, positiviste, une méthode pour étudier l'entrepreneuriat de manière prédictive. En effet, le

positivisme (au sens de Comte ou Durkheim), postule que la connaissance scientifique implique nécessairement une ontologie. Ainsi donc la méthode scientifique a pour objectif d'accéder à la connaissance de la réalité. La réalité existe en elle-même et le réel est indépendant de l'observateur. Il existe des lois objectives indépendantes du sujet. Cette indépendance de l'objet par rapport au sujet permet aux positivistes de poser le principe d'objectivité selon lequel l'observation de l'objet extérieur par un sujet ne doit pas modifier la nature de cet objet. Ce principe d'objectivité est ainsi défini par Popper (1991) : « *La connaissance en ce sens objectif est totalement indépendante de la prétention de quiconque à la connaissance ; elle est aussi indépendante de la croyance ou de la disposition à l'assentiment (ou à l'affirmation, à l'action) de qui que ce soit. La connaissance au sens objectif est une connaissance sans connaisseur ; c'est une connaissance sans sujet connaissant* ». Le déterminisme qui en résulte implique que le chercheur doit découvrir la réalité extérieure et les mécanismes qui la conditionnent. Cette méthode s'applique aussi bien aux sciences physiques qu'aux sciences sociales ou études de phénomènes sociaux (Le Flanchec, 2011). « *Les phénomènes sociaux sont des choses et doivent être traités comme des choses. (...) Traiter des phénomènes comme des choses, c'est les traiter en qualité de data qui constituent le point de départ de la science. Les phénomènes sociaux présentent incontestablement ce caractère* » selon Durkheim (1894)⁵⁵. Ainsi, l'Homme soumis à cet ordre n'est que le produit d'un environnement qui le conditionne. Il ne peut agir. Il est agi. Le positionnement épistémologique positiviste rend alors difficile (voire impossible) toute étude de l'individu en tant qu'acteur agissant. Dans ce cadre l'entrepreneur doit être éliminé comme objet de recherche pertinent (Emin, 2003). Hors dans l'étude du processus entrepreneurial l'individu entrepreneur à travers ses caractéristiques occupe une place importante. L'entrepreneuriat, par essence, implique la dialectique individu-organisation (Bruyat, 1993). Ce dernier explique que ce qui caractérise le champ de l'entrepreneuriat (la définition de l'objet scientifique, le temps récurrent, la validité, la fiabilité des mesures et la fidélité des interprétations) l'empêche d'être traité de façon adaptée d'un point de vue positiviste. Le positivisme ne semble donc pas adapté à notre recherche.

Chez les constructivistes par contre, la réalité a en effet, un autre statut. Le chercheur n'est pas le témoin passif d'une construction permanente, mais l'inventeur d'une modélisation à des fins d'actions. Dans ce cadre, le chercheur « construit » une compréhension de sa réalité du monde. Bouslikhane (2011) ; Brenet (2015) ; etc. font partie des auteurs que nous avons cités et qui ont adopté ce positionnement. Le constructivisme postule que les faits étudiés sont construits par

⁵⁵ Cité par Le Flanchec (2011)

les interprétations du chercheur et des acteurs, et que d'autres chercheurs et d'autres acteurs auraient pu les construire différemment. Le principe est basé sur le postulat de la téléologie des représentations du monde (opposé au déterminisme des positivistes) (Martinet, 1990). La réalité ne sera jamais indépendante de l'esprit, de la conscience de celui qui l'observe ou l'expérimente. Les constructivistes considèrent que le chercheur ne peut s'appuyer que sur les représentations des acteurs pour appréhender le monde. Par conséquent, le chercheur ne peut pas parvenir à une connaissance d'une réalité ontologique mais seulement à une « *interprétation du monde* » (Le Flanchec, 2011). Il n'y a donc pas de connaissance objective de la réalité. Le réel n'existe pas et tout n'est qu'interprétation ou représentation de l'esprit. Les acteurs ne perçoivent le réel qu'à travers leurs propres représentations du réel et donc celui-ci n'est autre qu'un construit. Le monde auquel l'individu a à faire face est construit par lui-même (à l'appui de ses représentations du monde) (Le Flanchec, 2011). Pour illustrer cette pensée, Weick (1995) prend l'exemple de deux soldats perdus dans les Alpes: « *Convaincus que nous étions perdus, nous nous préparions pour notre fin. Puis l'un de nous a trouvé une carte dans sa poche et cela nous a tranquilisés. Nous avons dressé nos tentes et attendu la fin de la tempête, puis nous avons découvert notre position sur la carte. Et nous voilà. Le lieutenant qui avait fait partie de l'unité demanda cette carte remarquable et l'étudia. Il découvrit, à son grand étonnement que ce n'était pas une carte des Alpes mais une carte des Pyrénées.* ».

Le réel est évidemment en partie construit par les acteurs, et par leurs discours et par leurs actions, éventuellement co-construit par ces acteurs et le chercheur, mais évidemment seulement en partie (Martinet, 1990). La connaissance est un processus de construction de connaissances avant d'être un résultat, et l'esprit humain, dans son activité cognitive, ne sépare pas aisément le connu et le connaissant (Piaget, 1967).

Ainsi donc, il n'existe pas une réalité qu'il serait possible d'appréhender, même de manière imparfaite, mais des réalités multiples, qui sont le produit de constructions mentales individuelles ou collectives et qui sont susceptibles d'évoluer au cours du temps. En ce sens, tout est donc subjectif ou du moins contingent à un groupe social (Dumez, 2010). Pour les constructivistes radicaux, la réalité n'existe même pas, elle n'est qu'invention.

Les réalités sont multiples et construites socialement : la réalité est une construction sociale, qui s'opère « chemin faisant ». Dans le processus de construction du savoir, ce qui émerge de la situation étudiée est inextricablement lié à ce qu'induit le chercheur. On conclut que pour ce paradigme, le chemin de la connaissance privilégié passe par la construction. Ce paradigme ne semble non plus approprié dans notre recherche car nous ne cherchons pas à construire (au sens strict du terme), mais plutôt à comprendre.

Nous cherchons à comprendre le processus ayant conduit les DES/BF à créer leurs entreprises. L'énoncé de notre question de recherche, à lui seul, suppose la justification du paradigme interprétativiste. La démarche de compréhension participe à la construction de la réalité des acteurs étudiés et est liée à la finalité du projet de connaissance que nous nous sommes donnée (hypothèse téléologique). Bravo-Bouyssi (2010), Tessier-Dargent (2015), etc. dans leur recherche de compréhension du phénomène entrepreneurial à partir des études de cas (cas multiple pour Bravo-Bouyssi et cas unique pour Tessier-Dargent) ont opté pour le paradigme interprétativiste.

En effet, l'*interprétativisme* va souligner la nature intentionnelle et finalisée de l'activité humaine ainsi que le caractère interactionnel, discursif et processuel des pratiques sociales. Les approches visant la découverte de régularités causales stables sont écartées au profit d'une posture interprétativiste qui s'appuie sur des méthodologies compréhensives, mieux à même de saisir la nature construite des phénomènes sociaux. Ces méthodologies visent en priorité à comprendre le sens plutôt qu'à expliquer la fréquence et à saisir comment le sens se construit dans et par les interactions, les pratiques et les discours (Thiéart et al, 2014).

Dans une posture interprétativiste, la définition que le sujet se donne de la réalité, sa compréhension et son analyse (subjectivité) dépendent des manières de percevoir, de penser, de sentir et d'agir particulières au sujet qui connaît à un moment donné et dans un lieu donné (intersubjectivité) (Gohier et Anadón, 2000). La connaissance est une construction partagée à partir de l'interaction chercheur/participants, interaction traversée par des valeurs qui ont un impact sur la connaissance produite et sur le processus de production. Ainsi, la subjectivité et l'intersubjectivité sont considérées comme des « moyens » incontournables et non comme des obstacles à la production des connaissances.

Donc pour le chercheur interprétativiste, la réalité est essentiellement mentale et perçue (hypothèse phénoménologique), et le sujet et l'objet étudié sont fondamentalement interdépendants (hypothèse d'interactivité, Schwandt, 1994). De par ces hypothèses l'objectif du chercheur n'est plus de découvrir la réalité et les lois la régissant, mais de développer une compréhension (*Verstehen*) de cette réalité sociale (Thiéart et al. 2014). Le développement d'un tel type de connaissance passe notamment par la compréhension des intentions et des motivations des individus participant à la création de leur réalité sociale et du contexte de cette construction, compréhension qui seule, permet d'assigner un sens à leur comportement (Schwandt, 1994).

La connaissance (le processus entrepreneurial) repose alors sur une interprétation du réel (Grenier et Pauget, 2007) à partir des différentes expériences des créateurs et du chercheur à un

moment donné. Toujours en accord avec ces auteurs, il s'est agi de faire émerger les sens donnés aux variables ainsi qu'à leurs interactions par les créateurs et par nous-mêmes pour aboutir à la connaissance (les résultats de notre étude). Ainsi donc le processus de création d'entreprises tel que nous le présentons est le résultat de la façon dont nous appréhendons les variables qui le déterminent à savoir les facteurs liés à l'individu et les facteurs liés à l'environnement, les étapes et leurs activités ayant conduit à la création des entreprises, mais aussi les interactions entre ces variables. D'autres entrepreneurs et d'autres chercheurs auraient eu légitimement une autre interprétation et compréhension de ces éléments.

Le processus est compris comme un ensemble d'étapes ou parcours suivis ou vécus par des individus et conduisant à la création des organisations. Les créateurs sont divers, chacun avec ses propres réalités, ses façons de voir, de penser, d'interpréter. Chaque acteur avec son intuition.

L'intuition évoque la subjectivité, la contingence car le sujet connaissant a le rôle décisif dans la construction de la connaissance (Ben Aissa, 2001). La connaissance dans ce travail est alors considérée comme une interprétation que se font les acteurs des situations dans lesquelles ils sont impliqués et auxquelles ils veulent donner du sens. Les résultats de cette recherche sont donc une interprétation des représentations intelligibles façonnées par les humains pour donner un sens aux différentes situations dans lesquelles ils se retrouvent en tant que primo-créateurs. Nous avons présenté le processus de création des six primo créateurs, ses étapes et ses facteurs d'influence, il est présenté comme un construit, un résultat. Il est le fruit de l'élaboration d'une compréhension améliorée des éléments pouvant expliquer de la manière la plus proche possible de la réalité notre point de vue et les représentations que se font les primo-créateurs du processus entrepreneurial des dimensions ou variables qui le déterminent.

Dans la connaissance, il y a interdépendance entre le sujet connaissant et ce qu'il étudie : ce qui relève uniquement du réel étudié est inextricablement tissé avec ce qui relève du sujet connaissant. Il en résulte que la connaissance qu'un chercheur élabore dépend du chercheur, de son projet de connaissance, de son histoire, etc. (Avenier, 2012). Le sujet connaissant ne peut pas échapper à son humanité : en particulier, sa subjectivité et ses valeurs jouent inévitablement un rôle dans le processus. Le projet de connaître un certain réel influence la manière dont on en fait l'expérience, et donc la connaissance que l'on en développe. Les connaissances développées dans celui-ci ne visent pas à décrire comment le réel peut fonctionner, mais à développer de l'intelligibilité dans les flux d'expériences humaines. Autrement dit, elles expriment la manière dont le chercheur comprend que le réel fonctionne. Les connaissances dont il s'agit ici portent sur le processus entrepreneurial des primo créateurs au Burkina Faso.

Ce processus intègre les étapes, les activités réalisées au niveau des étapes ainsi que les facteurs qui influencent les différentes étapes. Notre compréhension du processus et notre capacité à analyser le discours des créateurs y sont fondamentalement prégnantes. Ainsi donc, l'interprétativisme se présente comme le positionnement épistémologique idéal dans le cadre de notre recherche.

Le cadre épistémologique dans lequel s'inscrit notre recherche ainsi déterminé, les autres préoccupations feront l'objet de développement à travers les points suivants.

2.2. Le modèle d'analyse du processus entrepreneurial

Dans la littérature nous avons évoqué les limites du modèle de Gartner (1985) et celles de Filion et al (2006) dans l'explication du processus de création. Notre étude porte spécifiquement sur les entrepreneurs (primo créateurs), c'est-à-dire des gens face à un processus de création qu'ils n'ont jamais expérimenté. Ils sont à leur première création. C'est en quelque sorte des gens novices en entrepreneuriat. Notre préoccupation est de comprendre comment ils ont fait pour en arriver là. Cette quête d'une meilleure compréhension du phénomène nous amène à explorer la possibilité d'intégrer les deux visions à savoir celle de Gartner (1985) déterministe et où le processus est aussi une variable indépendante et celle plus dynamique qui considère le processus comme un ensemble d'étapes caractérisées chacune par un ensemble d'activités réalisées par le créateur.

Nous sommes partis du cadre conceptuel proposé par Gartner (1985) qui est un modèle holistique, dans lequel le processus est considéré comme une variable dépendante. Au regard des limites identifiées chez Gartner, nous avons convoqué le cadre conceptuel du processus entrepreneurial proposé par Filion et (2006). Leur modèle qui présente le processus de création en quatre étapes, donne un ensemble d'activités supposées se réaliser à chacune de ces étapes. Toutefois, ce modèle n'est pas explicite sur les facteurs d'influences couramment évoqués dans la littérature sur le processus notamment les caractéristiques individuelles et l'environnement. Pour pallier aux limites présentées par l'un et l'autre des modèles, nous avons aménagé un cadre conceptuel qui combine les deux. Cette combinaison permet de prendre en compte non seulement les étapes (et leurs activités) mais aussi les facteurs d'influence des étapes et la manière dont les influences ont été exercées.

En effet la variable *processus* de Gartner (1985) est un ensemble de six actions qui se retrouvent dans les différentes étapes du processus dynamique : 1 dans l'étape d'initiation (identification d'une possibilité d'affaires), 1 dans l'étape de préparation (accumulation des ressources), 3 dans

le démarrage (proposer au marché des produits et services, produire les produits et construire une organisation) et 1 dans la consolidation (répondre au gouvernement et à la société). C'est aussi le cas de la variable *organisation* dont les éléments (constitués d'activités de gestion pour la survie de l'entreprise) se retrouvent pour l'essentiel dans la consolidation, étape 4 du processus. Il reste alors de Gartner les variables individu et environnement qu'il faut associer au processus à 4 étapes de Filion et al (2006).

En somme, le cadre d'analyse du processus ainsi aménagé peut livrer un autre niveau de compréhension du processus entrepreneurial sous sa forme dynamique. Il nous permet de nous intéresser non seulement aux activités et aux étapes mais aussi aux facteurs d'influence des étapes et la manière dont les influences ont été exercées sur les différentes étapes. Le tableau 3.9 ci-dessous présente le cadre conceptuel initié.

Tableau 3.9. Cadre conceptuel intégratif Gartner (1985)-Filion et al (2006)

	Etapes	Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
Individu	Activités	1. Identification de l'occasion d'affaires 2. Réflexion et développement de l'idée d'affaires 3. Décision de créer l'entreprise	1. Rédaction du plan d'affaires 2. Réalisation de l'étude de marché 3. Mobilisation des ressources 4. Constitution de l'équipe entrepreneuriale 5. Enregistrement d'une marque de commerce et/ou d'un brevet	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à temps plein dans le projet 3. Aménagement des installations et des équipements 4. Développement du premier produit ou service 5. Embauche des employés 6. Première vente	1. Réaliser des activités de promotion ou de marketing 2. Vendre 3. Atteindre le seuil de rentabilité 4. Planification formelle 5. Gestion
Environnement					

Source : l'auteur

➤ **Les construits ou variables de notre cadre conceptuel**

Angot et Milano (2014), distinguent deux mondes dans un processus de recherche. Le monde empirique (données recueillies ou utilisées sur le terrain : réunions, lettres, documents, attitudes et observations) et le monde théorique (ensemble de théories, de concepts ou de modèles théoriques relevant de la littérature). Les concepts mobilisés dans la recherche peuvent alors provenir de l'un ou de l'autre ou même des deux à la fois. Autrement dit, le chercheur peut puiser les concepts de la littérature pour aborder le terrain, ou partir des concepts recueillis sur le terrain pour les confronter à la littérature. Il peut enfin arriver que le chercheur aménage les concepts du monde littéraire à la suite du contact avec le monde théorique, comme c'est le cas dans notre recherche.

Nous sommes partis de la revue de littérature pour définir le modèle ainsi que ses différentes variables. Nous avons par la suite reconstruit ces variables à partir des données collectées auprès des six primo créateurs de notre échantillon à travers donc un mouvement inverse. Les variables de notre cadre conceptuel ont fait chacune l'objet d'un détail poussé dans le chapitre 2 où il a été énuméré conformément à la littérature consultée les éléments constitutifs de chacune d'elles. Il s'agit donc ici de présenter ces variables avec leurs composantes apparues pertinentes dans le cadre notre recherche et sur la base des données que nous avons collectées. Ainsi :

La variable individu, autrement dit les caractéristiques individuelles du primo créateur diplômé de l'enseignement supérieur sont : les motivations, le statut matrimonial, le sexe et l'expérience professionnelle antérieure.

Les principales motivations sont : le besoin d'indépendance/autonomie, de réalisation de soi, la création d'emplois, le goût de l'aventure et besoin d'argent/nécessité.

La variable environnement a comme composantes le micro environnement et le macro environnement. Le micro environnement se retrouve avec deux sous composantes (les relations primaires RP et les relations secondaires RS) au lieu de trois définies à partir de la littérature, la sous composante relation tertiaire n'étant pas présente dans le discours des créateurs. Le macro environnement quant à lui a trois sous composantes que sont : l'environnement économique (E), l'environnement institutionnel (I) et l'environnement culturel (C). Les deux premières sous composantes sont à leur tour composées d'un ensemble d'éléments. Ainsi, l'environnement économique est composé de la demande sur le marché (M) et de la main d'œuvre (MO). L'environnement institutionnel composé du dispositif d'accompagnement (A), du système financier (F) et de l'université (U).

Enfin, les quatre étapes retenues pour le processus sont: l'initiation, la préparation, le démarrage et la consolidation. Chacune de ces étapes est composée à son tour d'un ensemble d'activités.

Ce sont ces variables redéfinies qui interagissent entre elles et qui ont permis de construire le cadre conceptuel de la recherche.

Ce cadre conceptuel a servi à définir et délimiter notre recherche. Il a été utilisé pour construire les questionnaires et sert également pour la présentation des résultats.

2.3. La démarche de l'étude de cas

Etant généralement définie comme *l'étude des méthodes destinées à élaborer des connaissances*, la méthodologie apparaît comme l'un des volets de l'épistémologie (Aktouf, 1987). Il était alors nécessaire de questionner les fondements épistémologiques de notre recherche pour mieux comprendre les principes généraux de son approche méthodologique ainsi que la raison d'être des procédures méthodologiques qui lui permettent de produire des connaissances. Nous justifions d'abord le choix de l'approche qualitative de la recherche (2.3.1), ensuite l'étude de cas multiple (2.3.2).

2.3.1. Une approche qualitative de la recherche

Comme le souligne Baumard et Ibert (1999), « l'un des choix essentiels que le chercheur doit opérer est celui d'une approche et de données adéquates avec sa question de recherche. Il s'agit bien entendu d'une question à double entrée. D'une part, il y a la finalité poursuivie : explorer, construire, tester, améliorer ce qui est connu, découvrir ce qui ne l'est pas. D'autre part, il y a l'existant ; ce qui est disponible et accessible, ce qui est faisable et qui a déjà été fait et ce qui ne l'est pas. Cette seconde entrée possède deux volets : celui de la donnée et celui de l'approche, qui peut être qualitative ou quantitative ». Ainsi, relativement à notre recherche, nous avons fait le choix d'une approche qualitative.

En parlant des « méthodes qualitatives », Van Manen (1990) affirme que ce vocable est employé pour désigner différentes techniques d'interprétation qui peuvent servir à décrire ou à traduire les phénomènes sociaux et qui permettent de porter attention à la signification des phénomènes plutôt qu'à leur fréquence. On considère que la méthode qualitative traite des données difficilement quantifiables, qu'elle recourt à une méthode d'analyse souple et qu'elle s'inspire de l'expérience de la vie quotidienne et du sens commun qu'elle essaie de systématiser (Douglas, 1976). Sa méthode d'analyse n'est pas mathématique (Strauss et Corbin, 1990). Dans la perspective interprétative/qualitative, les réalités subjectives et intersubjectives sont

considérées, non seulement comme des objets de connaissance scientifique, mais aussi comme des instruments de recherche.

On peut affirmer qu'en recherche qualitative, la production des connaissances est possible dans les trois conditions suivantes : 1) la valorisation de la subjectivité comme espace de construction de la réalité humaine; 2) la revendication de la prise en compte de la vie quotidienne comme lieu permettant de comprendre la réalité socioculturelle; 3) l'intersubjectivité et le consensus comme stratégies pour accéder à une connaissance valide de la réalité humaine.

En recherche qualitative, la finalité est de comprendre les significations que les individus donnent à leur propre vie et à leurs expériences. La subjectivité est mise en valeur dans l'interprétation des conduites humaines et sociales. La signification et l'interprétation sont donc élaborées par et dans les interactions sociales où les aspects politiques et sociaux affectent les points de vue des acteurs.

La recherche qualitative s'efforce d'analyser les acteurs comme ils agissent. Elle s'appuie sur le discours de ces acteurs, leurs intentions (le « pourquoi » de l'action), les modalités de leurs actions et de leurs interactions (le « comment » de l'action). Popper (1988) parle d'étudier des « actions, interactions, buts, espoirs et pensées ». Par conséquent, une démarche de recherche qualitative n'a de sens que si elle montre et analyse les intentions, les discours et les actions et interactions des acteurs concrets, du point de vue des acteurs eux-mêmes mais aussi du point de vue du chercheur. C'est-à-dire si elle décrit et si elle narre. A son tour, Dumez (2011) soutient que la recherche qualitative affiche une visée compréhensive. Cette dernière se caractérise par deux choses : elle cherche à comprendre comment les acteurs pensent, parlent et agissent, et elle le fait en rapport avec un contexte ou une situation. La recherche qualitative suppose que l'on *voit* (problème de la description) les acteurs penser, parler, agir et interagir, coopérer et s'affronter. Si l'on ne perçoit les actions quotidiennes, répétitives, les routines, et, au contraire, la créativité de l'agir, si l'on ne voit les évolutions, les déplacements, les ruptures dans les pratiques (problème de la narration), la recherche qualitative perd tout son sens.

Encore une fois, en recherche qualitative, la finalité est de comprendre les significations que les individus donnent à leur propre vie et à leurs expériences. Le courant qualitatif ou interprétativiste, d'une part, par sa posture épistémologique, soulignant l'indétermination du savoir et son interprétabilité, et, d'autre part, par sa position méthodologique par rapport à la science traditionnelle, met de l'avant l'interaction sujet-chercheur, la prise en compte du contexte et la volonté d'expression du sujet en tant qu'acteur social non seulement pour lui donner une voix mais aussi pour que la recherche soit centrée sur son vécu et sur sa propre interprétation de ce vécu (Anadon et Guillemette, 2012). En somme, au fondement de la

spécificité de la recherche qualitative se trouve une certaine conception de la réalité humaine comme objet de connaissance (Anadón et Guillemette, 2006).

Elle est nécessaire et utile lorsque le phénomène n'est pas suffisamment connu et que l'objectif de la recherche est de décrire, d'interpréter plutôt que de tester. En effet, le processus entrepreneurial des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso, objet de la présente recherche, ne semble pas suffisamment connu. Kaufman (1996) précise qu'il est essentiel de saisir que les méthodes qualitatives ont davantage vocation à comprendre, à détecter des comportements, des processus ou des modèles théoriques, qu'à décrire systématiquement, à mesurer ou à comparer. Relativement cette recherche, il s'agit donc pour nous de mieux comprendre comment se déroule le processus entrepreneurial des primo créateurs au Burkina Faso.

La contribution de la recherche qualitative dépasse le raffinement d'outils de méthode. Elle a élargi l'horizon méthodologique afin de permettre une variété de stratégies de cueillette d'informations pouvant mieux fonder la connaissance d'un objet social complexe.

La recherche qualitative est plus courante pour l'exploration, parce que plus efficace compte tenu de finalité de la recherche dans ce cas, bien que l'exploration ne présuppose pas le choix *a priori* d'un dispositif méthodologique qualitatif ou quantitatif (Thiéart et al, 2014). Il existe selon ces derniers en effet trois voies possibles de l'exploration. En premier l'exploration théorique qui consiste à opérer un lien entre deux champs théoriques (au minimum) jusqu'alors non liés dans des travaux antérieurs ou entre deux disciplines. Le chercheur va sélectionner et retenir un certain nombre d'objets théoriques dans l'un et l'autre des champs étudiés (ou disciplines). Ceci va délimiter le cadre conceptuel de sa recherche. L'exploration théorique nécessite de procéder de manière inductive.

L'exploration empirique consiste quant à elle, à explorer un phénomène en faisant table rase des connaissances antérieures sur le sujet. Le chercheur travaille alors sans *a priori*. Cette voie permet théoriquement d'élaborer du « nouveau » de façon indépendante des connaissances antérieures. La démarche logique propre ici est l'induction pure, laquelle favorise, en théorie, les inférences de nature nouvelle.

L'exploration hybride enfin, consiste à procéder par allers-retours entre des observations et des connaissances théoriques tout au long de la recherche. Le chercheur a initialement mobilisé des concepts et intégré la littérature concernant son objet de recherche. Il va s'appuyer sur cette connaissance pour donner du sens à ses observations empiriques en procédant par allers-retours

fréquents entre le matériau empirique recueilli et la théorie. La démarche est abductive dans ce cas.

La présente recherche s'inscrit dans cette dernière voie. Elle est caractérisée par des allers-retours entre le terrain et les connaissances théoriques. En rapport avec l'abduction, la connaissance est produite à partir des données et des connaissances théoriques. Le processus entrepreneurial qui est proposé dans ce travail est construit à partir des données obtenues auprès primo créateurs. Mais avant il a fallu concevoir un cadre conceptuel, qui lui est issu des connaissances théoriques (la théorie de la contingence mobilisée, les cadres conceptuels, même la méthode de collecte de données a été retenue sur la base de la littérature existante).

En ce qui concerne l'enquête terrain : nous avons collecté les informations auprès des primo créateurs, à travers des interviews. Nous nous sommes déplacés, pour aller sur le terrain à la rencontre des créateurs dans le cadre de cette recherche.

Enfin, nous avons procédé à une description détaillée des cas, nous avons cherché à comprendre de manière approfondie, les discours des primo créateurs pour leur donner du sens, les interpréter et construire avec eux la connaissance dans le cas d'espèce les résultats sur le processus de création de leurs entreprises.

Sans doute, on peut affirmer que la recherche qualitative est abductive, notamment en sa qualité d'effort de compréhension, c'est-à-dire d'appréhension des significations (Aubin-Auger et al, 2008).

«L'abduction est l'opération qui, n'appartenant pas à la logique, permet d'échapper à la perception chaotique que l'on a du monde réel par un essai de conjecture sur les relations qu'entretiennent effectivement les choses (...). L'abduction consiste à tirer de l'observation des conjectures qu'il convient ensuite de tester et de discuter.» (Koenig, 1993). L'abduction confère à la découverte un statut explicatif ou compréhensif qui, pour tendre vers la règle ou la loi, nécessite d'être testé ensuite. Ainsi donc, l'inférence abductive permet de combiner de manière créative des faits empiriques avec des cadres heuristiques de référence. L'utilisation de l'induction analytique et de l'abduction permet d'actualiser le travail créatif de la recherche qualitative tout en ayant recours aux connaissances existant dans le domaine auquel l'objet d'étude appartient.

En recherche qualitative, on peut articuler ensemble l'induction qualitative et l'inférence abductive, l'abduction se situant résolument davantage du côté de l'induction que de celui de la déduction.

L'abduction est essentiellement une théorisation imbriquée dans le processus de recherche lui-même et non un ensemble de prémisses ni un ensemble de résultats de la recherche. L'abduction est réalisée par une comparaison continue – ou un « flip-flop » – entre les données (déjà collectées ou entrantes) et les construits théoriques en constante évolution (Blumer, 1996).

Ce « flip-flop » a caractérisé notre démarche, la rendant tout à fait abductive. En d'autres mots, l'abduction conjugue le caractère *a posteriori* de la théorisation fondée sur les données empiriques avec le caractère *a priori* de l'utilisation inférentielle des théories (Reichertz, 2004). En rapport avec notre recherche trois arguments (qui sont par ailleurs des limites à l'induction) permettent de soutenir cette position.

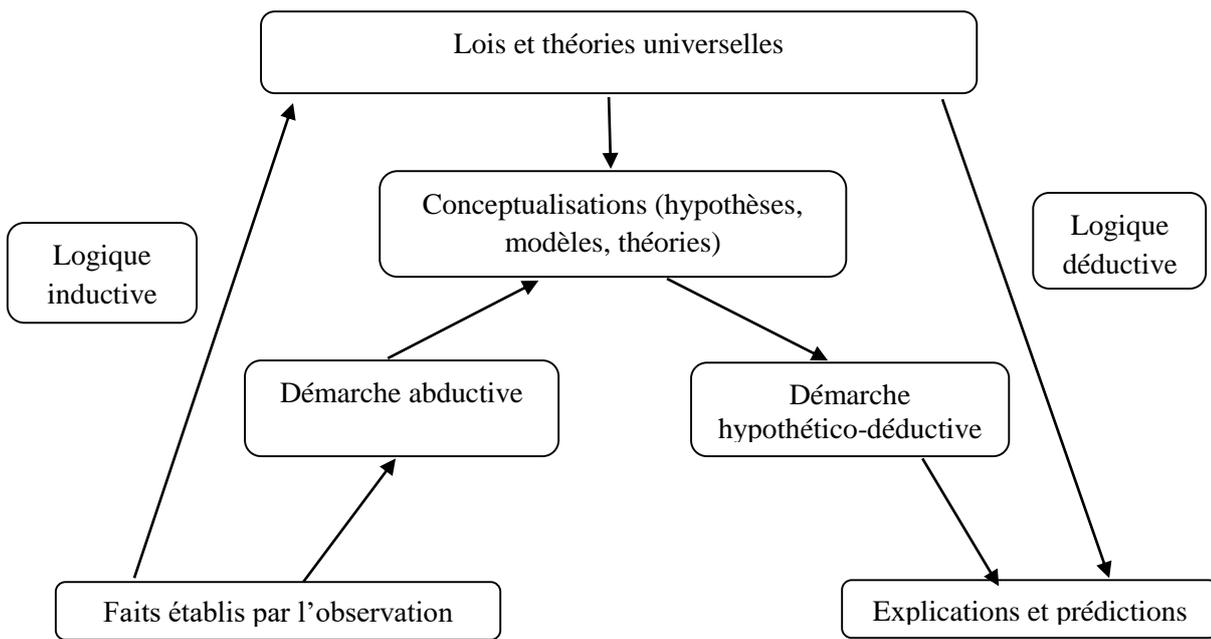
D'abord, le chercheur ne peut pas se limiter à accueillir ce qui émerge des données. Ne serait-ce que pour opérationnaliser l'échantillonnage théorique, il faut qu'il approche le terrain avec des éléments théoriques qui vont lui permettre de sélectionner les situations dans lesquelles il va recueillir les données jugées pertinentes (Glaser et Strauss, 1967). Cette relation au terrain est typiquement déductive (*a posteriori*) parce qu'elle fonde sur des éléments théoriques la sélection des situations à explorer.

Ensuite, le chercheur ne peut pas faire complètement abstraction de ses « préjugés » et de sa perspective théorique (ou de sa sensibilité théorique), c'est-à-dire de l'angle sous lequel il appréhende les phénomènes à l'étude. Certes, la suspension de la référence à des théories existantes peut constituer un effort intellectuel permettant les « découvertes » (Anàdon et Guillemette, 2006), mais il est illusoire, voire dangereusement aveugle, de penser qu'on peut approcher un phénomène en étant totalement « vierge » de tout *a priori*. Nous concernant, nous sommes inspirés dans ce travail de la théorie de contingence. Notre cadre d'analyse, lui aussi s'inspire de ceux de Gartner (1985) et de Filion et al (2006).

Enfin, les données ne sont jamais exemptes d'interprétation par les acteurs eux-mêmes et le chercheur doit construire sa propre interprétation sur ces données déjà chargées conceptuellement d'un univers théorique qu'il doit prendre en compte. Cette prise en compte a nécessairement un aspect spéculatif et donc déductif (Strauss et Corbin, 1990). Nous avons dans le cadre de cette recherche collecté des informations sur les primo créateurs et sur leurs entreprises via des interviews. Nous avons analysé les informations collectées. Les résultats issus de ces analyses (par exemples les facteurs d'influence du processus, les activités, les catégories de primo créateurs, les logiques entrepreneuriales empruntées, etc.) sont le fruit d'interprétation des données collectées en rapport avec les données théoriques.

De ce qui précède, nous pouvons convenir que notre recherche est nécessairement abductive. Toutefois, il est important de préciser que dans l'élaboration des connaissances scientifiques, il y a une complémentarité entre les différentes démarches. Cette complémentarité est mise en relief par Thiétart et al (2014) à travers la figure 3.2 ci-dessous et qui offre une meilleure compréhension des démarches à travers les liens qui existent entre elles.

Figure 3.2. Mode de raisonnement et connaissance scientifique



Source : Thiétart et al (2014 ; p.82)

En rapport avec la figure 3.2 ci-dessus, on perçoit bien que la déduction permet de démontrer. Elle se caractérise par la vérification d'hypothèses qui, si elles ne sont pas réfutées, entraînent une conclusion préétablie. La connaissance produite peut être le fruit des observations empiriques (démarche inductive). L'induction permet de passer du particulier au général, des faits aux lois, des effets à la cause. Il s'agit d'une généralisation. Enfin, l'abduction (ou adduction) consiste à tirer de l'observation des conjectures qu'il convient ensuite de tester et de discuter (Koenig, 1993). Notre démarche se place du côté gauche de la figure 3.2 ci-dessus. Nous sommes en effet partis des faits et observations pour concevoir un modèle en nous inspirant là aussi de la littérature sur le processus entrepreneurial. Nous avons par la suite appliqué ce modèle à six primo créateurs DES/BF pour comprendre leurs processus entrepreneuriaux.

2.3.2. L'étude de cas multiples

L'étude de cas, selon Trépanier (1999) est une méthode de recherche de type exploratoire⁵⁶ qui consiste à l'obtention d'informations exhaustives d'une situation, d'un individu ou d'un groupe d'individus exceptionnels (par exemple, les entrepreneurs). Pour Roy (2010), c'est « une approche de recherche empirique qui consiste à enquêter sur un phénomène, un évènement, un groupe ou un ensemble d'individus, sélectionné de façon non aléatoire, afin d'en tirer une description précise et une interprétation qui dépasse ses bornes ». Il s'agit ici du genre de problème qui nécessite l'étude complète, détaillée et approfondie d'un nombre limité d'objets, d'individus, d'événements. L'étude de cas est une technique à la fois descriptive, narrative et explicative permettant un rendu de la situation étudiée et une analyse ou une construction des propositions de recherche en découlant (Grenier et Pauget, 2007). Elle s'inscrit bien dans une approche qualitative car elle suppose un examen en profondeur des opinions. Elle permet toujours selon Trépanier (1999), d'établir un portrait global de leur situation, de leurs problèmes particuliers ou de leurs opinions, et propose souvent des recommandations. Elle semble pourtant extrêmement intéressante pour étudier le processus entrepreneurial, en accord avec Jazziri et Paturel (2009) qui soutiennent que le paradigme de processus consiste à décrire et analyser les différentes étapes de la création d'une nouvelle entreprise *ex nihilo* ou de la reprise d'une entité existante, afin d'en élucider et cerner les problèmes pour y remédier. L'étude de cas constitue une démarche privilégiée, tout en étant qualifiée d'exploratoire : on s'attache alors à découvrir la singularité dans le temps et dans l'espace de processus mal connus, la généralisation des résultats n'étant pas une préoccupation première (Halady-Rispal, 2002). L'intérêt d'une étude de cas porte sur la pertinence et la validité des données plutôt que sur leur généralisation possible (Yin, 2003). Stake (1994) présente trois types d'étude de cas : le premier type est « *l'étude de cas intrinsèque* » dans laquelle l'étude est entreprise pour une meilleure compréhension du cas particulier plutôt que pour la représentativité qu'il a par rapport aux autres cas ou parce qu'il illustre un trait ou un problème particulier. Le deuxième type est « *l'étude de cas instrumentale* » dans laquelle un cas particulier est examiné pour faire la lumière sur une question ou pour raffiner une théorie. Le troisième type est « *l'étude de cas collective ou multiple* » qui est l'étude de cas instrumentale élargie à plusieurs cas. Cette méthode de recherche est particulièrement appropriée pour des questions pratiques, où l'action et l'expérience des acteurs sont importantes et le contexte de ces actions et expériences essentiel à connaître (Yin,

⁵⁶ L'explorer consiste à découvrir et à approfondir une structure ou un fonctionnement dans une double perspective : recherche d'une explication ou recherche d'une compréhension (Cherreire et Durieux, 2014).

2003). L'étude de cas multiple permet de considérer la particularité des contextes de chaque cas, tout en favorisant la mise en lumière des ressemblances et de différences par une analyse comparative qui mène à des conclusions générales, mais toutefois limitées à ces cas. L'accent est mis sur l'optimisation de la compréhension d'un phénomène plutôt que sur la généralisation des résultats (Bardin, 1996). L'étude de cas multiple est utilisée pour étudier des concepts émergents et peu connus (Saida, 2007). L'objectif de notre recherche est de comprendre le processus entrepreneurial des DES/BF. Ceci dit, notre unité d'analyse est le processus de création avec l'entrepreneur comme niveau d'analyse.

Le processus entrepreneurial des diplômés de l'enseignement supérieur est un sujet peu connu dans le contexte burkinabè. L'étude de cas multiple est donc pertinente dans le cadre de notre recherche. Ce choix se justifie par notre volonté de comprendre en profondeur, le processus de création des primo créateurs chez les diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. Cette méthode permet de comparer les différents cas entre eux à un moment donné pour étudier les phases du processus entrepreneurial représentant un aspect important, mais aussi d'appréhender la dynamique du processus entrepreneurial et les liens entre les événements.

Relativement à notre recherche, elle permet aussi de réfléchir à certains points communs rencontrés au cours du travail doctoral, dans la mesure où l'hétérogénéité des cas (homme/femme, salarié/ chômeur, âges différents, formations variées, secteur d'activité, statut matrimonial, etc.) permet d'émettre des conjectures ou des pistes de réflexion qui seraient à valider de manière quantitative (Eisenhart, 1989). Cela conforte davantage la pertinence du choix de la méthode de cas multiple dans le cadre de notre recherche. Il l'est surtout parce que nous cherchons à explorer, à comprendre le processus de création de six primo créateurs, de ressortir les spécificités de chacun des cas mais aussi les similitudes éventuelles entre les cas. Pour traiter des spécificités, nous avons fait une analyse intra cas. Cette analyse nous a permis de caractériser les primo créateurs de notre échantillon relativement à notre cadre conceptuel. Nous avons pu saisir des informations qui peuvent contribuer à expliquer le processus entrepreneurial de chaque primo créateur. Pour tirer des conclusions crédibles et soutenues par des données répétitives provenant de plusieurs cas, il est possible de comparer (Grenier et Pauget, 2007). Des comparaisons ont alors été menées. Notre objectif étant de comprendre en profondeur le processus entrepreneurial des primo créateurs et d'en tirer des conjectures à partir des données théoriques et celles collectées sur le terrain, l'analyse inter cas s'est très vite invitée. Elle nous a permis :

- d'identifier les principales activités réalisées par les primo créateurs au niveau des différentes étapes du processus retenu à savoir l'initiation, la préparation, le démarrage et la consolidation;
- d'analyser les caractéristiques individuelles et les facteurs environnementaux qui influencent le processus et les étapes au niveau desquelles les influences s'exercent ;
- d'appréhender les logiques (causale et effectuale) du processus entrepreneurial des cas étudiés.

Les choix méthodologiques opérés dans le cadre de la recherche clarifiés, nous exposons alors comment ces choix ont-ils été mis en oeuvre.

2.4. La stratégie d'accès au réel

Il est abordé au niveau de ce sous point successivement, la présentation des cas étudiés, les données de l'étude et la méthode d'analyse de données retenue.

2.4.1. Les cas étudiés

L'échantillon désigne « une petite quantité de quelque chose pour éclairer certains aspects généraux du problème » (Pirès, 1997). Autrement dit l'idée de l'échantillon est intimement liée à l'idée de la transférabilité des connaissances qui seront produites par la recherche.

Il doit être somme-toute acceptable et crédible aux yeux des communautés scientifique et professionnelle auprès desquelles les résultats de la recherche seront diffusés. Le type d'échantillon retenu va guider, colorer, encadrer le processus d'interprétation des résultats de la recherche et ce, autant en puissance explicative qu'en richesse et en crédibilité.

Il y a deux types de décisions à prendre dans le processus d'échantillonnage : choisir un site et ensuite échantillonner à l'intérieur de ce site en fonction des considérations retenues par le chercheur (Schwandt, 1997). Nous concernant, nous avons choisi la ville de Ouagadougou, capitale du Burkina Faso pour des raisons de proximité entre autres mais aussi puisque c'est la ville qui compte le plus grand nombre de créations, le plus grand nombre d'établissements d'enseignement supérieur et c'est là où sont logés l'essentiel des dispositifs d'accompagnement. Concernant la définition de la population retenue, elle repose sur une sélection d'acteurs dont nous estimons qu'ils sont en position de produire des réponses aux questions posées (Blanchet et Gotman, 1992). Tout comme Bourguiba (2007), nous avons sélectionné notre échantillon selon des composantes non strictement représentatives mais caractéristiques. Pour leur part, Miles et Huberman (1994) proposent dans le tableau 3.10 suivant un ensemble de critères du choix de l'échantillon qui touchent à plusieurs aspects. Le premier aspect souligne l'intention du chercheur face aux cas à étudier (recherche de cas

extrême ou déviant ou homogène) visant ainsi une comparaison. Ils citent également comme critère, la construction théorique qui rend opérationnel l'objet d'étude et justifie, théoriquement parlant, l'échantillon (ensemble de critères, de balises théoriques qui permettent d'étayer le choix). Un troisième groupe de critères est d'ordre logistique (l'accessibilité, la facilité d'entrée, le calendrier, les échéances, la disponibilité, les coûts).

Tableau 3.10. Stratégie générale d'échantillonnage dans une approche qualitative

Type de cas	Usage	
A variation maximale	soit pour généraliser, soit pour trouver des cas déviants	Stratégies majeures
Homogènes	permet de mieux focaliser et comparer	
Critiques	“prouver” ou “exemplifier” une théorie (généralisation logique)	
Selon la théorie	Elaboration et examen des questions de recherche (problématiques théoriques)	
Confirmant et infirmant	Tester les limites d'une explication	
Extrêmes ou déviants	Tester la limite d'une explication ou/et chercher un nouveau départ	Validation
Typiques	Montrer ce qui est “normal” ou “moyen”	
Intenses	Etudier l'occurrence d'un phénomène particulier en détail	Spécialisation
Selon dimension	Etude de phénomènes particuliers	
Boule de neige	Sélection en fonction des informations obtenues avec les autres cas	Démarche inductive
Opportuns	Suivre une nouvelle “piste”	
Tous	(rarement possible)	
Selon quota	identification de sous-groupes majeurs, puis sélection	Représentativité
Selon réputation	En fonction des recommandations des experts	
Selon méthode comparée	En fonction de variables opératives	
Selon critères	En fonction de critères que l'on désire étudier	
Convenants	On choisit les cas auxquels on a accès	Dangereux
Politiques	Exclusion/inclusion en fonction d'impératifs externes	

Source : Miles et Huberman (1994, p.28)

Nous concernant, c'est le troisième groupe de critères du tableau 3.10 d'ordre logistique qui a prévalu dans le choix.

L'enquête qualitative, qui recourt le plus souvent à l'échantillonnage de type non probabiliste, nous donne accès à une connaissance détaillée et circonstanciée sur l'objet étudié (Deslauriers et Kérisit, 1997). En effet, dans l'enquête de terrain, la notion d'échantillon « statistiquement représentatif » n'a guère de sens. Il faut aller plus loin et mentionner le phénomène que Bertaux

(1997) appelle : « différentialité ». Ce qui importe, c'est d'avoir couvert au mieux des possibilités du chercheur, la diversité des témoignages possibles. Notre échantillon porte sur les entrepreneurs primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur. Le chercheur qui pratique la recherche compréhensive choisit souvent de comparer plusieurs cas ou, dans le cadre de sa recherche, met en évidence différents cas de processus. Six entrepreneurs (cas) constituent l'échantillon de cette recherche. Des auteurs comme (Fayolle et al, 2004) ont développé des théories à partir de deux cas. Notre échantillon semble donc convenable dans le cadre ce travail. Le but n'était pas la constitution d'un échantillon représentatif mais plutôt de collecter un ensemble de renseignements sur l'expérience de ces individus. C'est la raison pour laquelle nous avons interrogé des personnes de différents secteurs d'activités, d'âge, de sexe, de profil de formation et d'expériences divers. Nous avons aussi appris qu'il est préférable de traiter avec des entrepreneurs ayant déjà dépassé l'étape du démarrage et ayant débuté l'étape de la consolidation parce qu'ils sont en mesure de prendre du recul face à l'expérience vécue au cours du processus de création de leur entreprise (Filion et al. 2006). Ainsi donc, les six entrepreneurs de notre échantillon sont composés de 3 hommes et 3 femmes tous ayant suivi un cursus universitaire. Ils sont tous choisis dans la ville de Ouagadougou. Ils sont les créateurs et dirigeants de leurs entreprises depuis au moins trois ans. Ils sont par conséquent en mesure de nous fournir toutes les informations pertinentes (de l'intention à la création et même à la gestion) pour notre recherche.

Le choix a été fait de façon raisonnée, prenant en compte la disponibilité des entrepreneurs dont nous estimons qu'ils sont en position de produire des réponses aux questions posées. La méthode « boule de neige », consistant à recueillir par les premiers intéressés d'autres adresses, n'aurait fait que désigner des effets de réseau, renvoyant à des figures trop homogènes en dehors d'un éventuel problème de disponibilité des acteurs. Au-delà de la variété, il s'agit de souligner l'aspect de la différentialité. Des individus confrontés dans une même situation rempliront leur rôle ou exerceront leur activité de façon très différente car elles n'ont pas la même structure de personnalité.

Nous avons dans le cadre de notre recherche eu la volonté de respecter cette notion de variété dans la construction de notre échantillon. La variété à travers l'âge, le domaine d'activité, le statut matrimonial, le sexe, l'expérience, les motivations, etc.

Enfin pour construire un échantillon Savoie Zajc (2007) évoque une entente autour de questions clés suivantes pour guider la démarche : qui approcher, quels sont les buts visés, quelles considérations sont à prendre en compte?

Qui approcher?

Le caractère intentionnel du processus d'échantillonnage de la recherche qualitative/interprétative met le chercheur en position de vouloir approcher « l'acteur social compétent ». Comment alors déterminer la « compétence » de cet acteur social. À partir de quels critères, quels paramètres le chercheur peut-il sélectionner un/ des groupes, un / des individus qui reflètent une telle compétence? Le point de départ réside dans le problème et la/ les questions de recherche qui clarifient l'objet d'étude ainsi que les acteurs susceptibles de se retrouver au cœur d'une telle problématique. Traitant du processus entrepreneurial des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur, c'est donc parmi cette population que nous avons choisi six cas en activité pendant au moins trois ans, et en fonction de leur disponibilité.

Quels sont les buts visés : le pourquoi ?

Cette deuxième question vise à rappeler au chercheur le caractère stratégique de l'échantillon dans la mesure où on ne pourra interpréter les données qu'en fonction des caractéristiques intrinsèques de l'échantillon. Si l'échantillon est homogène (nommé « cas typiques » par LeCompte et Preissle, 1993), on pourrait, lors de la discussion des résultats, dégager une compréhension riche pour un groupe donné d'individus. Si l'échantillon est contrasté (nommé « cas extrêmes » par LeCompte et Preissle, 1993), la discussion impliquera une comparaison. La comparaison peut être effectuée à partir de plusieurs types de caractéristiques : socio-démographiques (âge, sexe, années d'expérience et autres); théorique (plus ou moins engagés, plus ou moins motivés, et autres). Nous avons dans le projet prévu de faire des comparaisons (analyse inter cas), de mettre en parallèle des sous-groupes de créateurs. Eu égard à ces objectifs nous avons choisi un échantillon contrasté à travers diverses caractéristiques (motivations, sexe, statut matrimonial, expérience professionnelle, secteur d'activité, etc.).

Quelles sont les considérations à prendre en compte : le comment ?

Une considération importante est celle du nombre. Combien de personnes vais-je inclure dans mon étude? Cette question est difficile à répondre précisément dans une recherche qualitative/interprétative car il n'y a pas de paramètres statistiques à cet effet. La question du nombre reste cependant arbitraire car elle n'est encadrée par aucune règle précise, mais plutôt par cette forme de « jurisprudence » ou de traditions de recherches pour un objet donné. Sur cette question du nombre la réponse de Mintzberg (1979) est assez claire : « *Où est le problème,*

par exemple, de constituer des échantillons composés d'une seule unité ? Pourquoi les chercheurs devraient-ils s'en excuser ? ». Dans le même sens, des auteurs comme (Fayolle et al, 2004)⁵⁷ ont développé des théories à partir de deux cas. En ce qui nous concerne nous avons choisi un échantillon de six personnes dans le cadre de cette recherche. Ces cas nous paraissent, à des degrés divers, caractéristiques des entrepreneurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. Ceci est d'autant nécessaire que de ce choix, dépend la qualité des résultats de notre recherche. Robert (1994) soutient dans cette perspective que les cas étudiés, même dans une étude de cas multiples, doivent être sélectionnés en fonction de l'importance de la balance et de la variété des cas, mais surtout en fonction de l'opportunité d'apprentissage qu'ils peuvent apporter. Nous avons désigné les entrepreneurs interviewés par les premières initiales de leurs noms précédées par M pour les hommes et Mme ou Mlle pour les femmes.

Le tableau 3.11 ci-dessous présente la synthèse des caractéristiques de l'échantillon retenu.

Tableau 3.11. Quelques caractéristiques de l'échantillon

	HOMMES			FEMMES		
Organisation	M. L	M. Z	M. S	Mlle K	Mme Z	Mlle I
Age	41	33	31	31	25	21
Expérience	9 ans dans un bureau d'études	2 ans en cabinet d'avocat 5 ans Haut cadre de l'Administration publique	Aucune expérience professionnelle	3 ans comme chargée d'affaires en banque	3 ans comme experte en accompagnement auprès de la MEBF	Aucune expérience professionnelle
Niveau d'éducation	Master en gestion de projet	Inspecteur des impôts, M2 en entrepreneuriat	1 ^{ère} année droit	Master en entrepreneuriat et MBA	M2 en fiscalité, M2 en GRH	1 ^{ère} année Géographie
Statut matrimonial	Marié	Marié	Marié	Célibataire	Mariée	Célibataire
Date de création	2010	2008	2005	2013	02/2014	2010
Statut juridique	SARL	SARL ⁵⁸	SARL	SARL	SARL	SARL
Capital départ	1.000.000	1.000.000	27.500	1.800.000	1.500.000	10.000
Secteur d'activité	Conseil en gestion	Conseils fiscalité et entrepreneuriat	Couture	Restauration	Restauration (charcuterie)	Enseignement secondaire privé
Effectif (2017)	3	3	37	4	3	12(2permanents)

Source : l'auteur à partir des données de l'enquête

⁵⁷ Op cités

⁵⁸ Société à responsabilité limitée

Le cas M.L, titulaire d'un master en gestion de projet, a travaillé dans un bureau d'études pendant 9 ans avant de créer son propre bureau d'études en 2010. Il a 45 ans et est issu d'une famille polygame. Aucun membre proche de sa famille n'exerce le métier d'entrepreneur. Il travaillait déjà quand il était étudiant pour subvenir à ses besoins, n'ayant pas le soutien nécessaire de la part de sa famille. Son entreprise emploie 3 personnes.

Le cas M.Z est un ancien cadre supérieur de l'administration publique âgé de 39 ans, qui après 5 ans de fonction (inspecteur des impôts), a démissionné pour créer son cabinet de conseil en fiscalité. Né et grandi à l'étranger d'un père agro-business man résidant à l'étranger, il a toujours rêvé d'une profession libérale. Il est venu au Burkina Faso après son Baccalauréat pour étudier le droit à l'université de Ouagadougou⁵⁹. Il a séjourné dans un cabinet d'avocat avant d'intégrer la fonction publique. Il aurait pu être avocat mais il disait que la fonction ne lui plaisait pas. Son entreprise emploie 3 personnes.

Le cas M.S, est un immigré âgé de 41 ans. Séparé de ses parents à l'âge de 7 ans pour l'école primaire auprès de son oncle instituteur, puis le secondaire chez un autre oncle entrepreneur dans le BTP. Venu pour des études supérieures en droit au Burkina Faso, il crée en 2005 son entreprise de couture (sur mesure et prêt-à-porter) qui emploie 37 personnes. Il a commencé à faire venir du Niger, des chaussures en cuir « Balka »⁶⁰, puis des sacs et autres gadgets de la maroquinerie nigérienne qu'il vendait à ses camarades étudiants avant de s'intéresser au prêt-à-porter, aujourd'hui son cœur de métier.

Le cas Mlle K, est une demoiselle de 33 ans, titulaire d'un master en entrepreneuriat et administration publique. Elle est issue d'une famille de fonctionnaires et a travaillé 3 ans en banque comme chargée d'affaires. Elle avait un bon salaire dit-elle, mais ne se sentait pas bien comme employée. Elle a démissionné pour créer son entreprise qui emploie 4 personnes en 2013. C'est une entreprise de services avec comme activité de base la restauration. Elle est membre d'une association d'Hommes d'affaires. Elle a parallèlement intégré la fonction publique pour exercer dans l'enseignement supérieur, ce qui lui donne selon elle, assez temps pour s'occuper de ses activités.

Le cas Mme Z, est une jeune femme de 28 ans, titulaire d'un master en droit des affaires et d'un master en Gestion des ressources humaines. Après huit mois de stage au PNUD⁶¹ et au CILSS⁶²,

⁵⁹L'Unité de Formation et de Recherche en Sciences Juridique et Politique (UFR-SJP) qu'il a fréquentée appartient aujourd'hui à l'université Ouaga II après la scission de l'université de Ouagadougou en deux universités dont Ouaga I, Joseph Ki-Zerbo.

⁶⁰Ce sont des sandales confectionnées par des artisans à partir du cuir tanné traditionnellement.

⁶¹Programme des Nations Unies pour le Développement.

⁶²Comité Inter Etats de Lutte contre la Sécheresse au Sahel

et 3 ans comme experte en accompagnement auprès de la maison de l'entreprise du Burkina Faso, elle crée son entreprise en 2014, une charcuterie qui emploie 3 personnes. Elle n'avait auparavant jamais pensé être entrepreneure. C'est son contact avec les entrepreneurs quand elle faisait l'accompagnement qui lui en a donné goût et qui l'a rassurée en témoigne l'extrait suivant de son discours: « *en voyant les gens que j'accompagne, je me suis dite que s'ils ont pu devenir entrepreneurs et qu'ils réussissent malgré leur niveau d'éducation, ...c'est que je peux moi aussi l'être et réussir* ».

Enfin, le cas Mlle I, est une jeune étudiante en Licence3 (Mines et Carrière) dans une école supérieure privée de Ouagadougou. Elle a 24 ans. Née d'un père fonctionnaire et d'une mère qui exerce dans le petit commerce, tout comme certains de ses frères et sœurs. Son entreprise qu'elle a créée quand elle était en Licence1 est une école secondaire d'enseignement général qui dispense des cours du soir. Elle emploie 10 personnes comme enseignants vacataires et 2 permanents.

2.4.2. Les données de la recherche

Pour répondre aux objectifs de la recherche, il faut encore préciser quels genres d'informations seront nécessaires, et où les trouver, les cueillir. Quelle est la nature et quelles sont les garanties de fiabilité des données qui seront utilisées.

Nous avons des données secondaires et des données primaires. Les données secondaires recueillies auprès des institutions concernées ont juste servi à la présentation du niveau d'analyse. Les données primaires, sont celles que nous avons recueillies auprès des primo créateurs. Nous avons pour cela procédé par des interviews enregistrées et retranscrites par la suite.

2.4.2.1. L'interview comme stratégie de collecte des données

Les données sont importantes pour ce travail car elles constituent les prémises du modèle, l'esquisse de la connaissance produite. Ce sont des données d'entrée du processus de recherche, qui sont transformées après interprétation et analyse en données de sortie : nos résultats (Moreau, 2004).

Lorsque la donnée est considérée comme objective, donc existant en dehors de toute interprétation humaine, il y a indépendance entre le chercheur et l'objet de l'étude. A l'inverse, lorsque la donnée résulte d'une construction sociale, il existe alors une forte interdépendance entre le chercheur et l'objet de l'étude (Mbengue et Vandangeon – Derumez, 1999). En rappel nous avons adopté dans cette recherche, un positionnement interprétativiste et une approche qualitative. Pour ce type de recherche, les données que nous utilisons ne sont pas objectives,

elles dépendent de la compréhension et des interprétations que nous en avons faites les primo créateurs et nous. Elles sont construites. L'objectif dans notre investigation étant de recueillir des connaissances sur les expériences des entrepreneurs primo créateurs, nous avons retenu pour la collecte des données, la technique de l'entretien. L'entretien est une technique destinée à collecter, dans la perspective de leur analyse, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus (Thiéart et al, 2014). Les entretiens sont souvent rattachés à des recherches où il est difficile de postuler la neutralité du chercheur par rapport à l'objet étudié, soit parce que le chercheur interprète lui-même les propos des personnes interrogées, soit parce que les personnes interrogées interprètent les phénomènes observés (Mbengue et Vandangeon – Derumez, 1999). Toutefois, il est possible d'utiliser un tel outil de collecte, même lorsque la recherche impose une certaine distance entre le chercheur et l'objet de l'étude. Le principe est alors de mettre en œuvre différentes " tactiques ", selon les termes employés par Miles et Huberman (1991) et repris par Mbengue et Vandangeon – Derumez (1999) afin de garantir, soit une certaine objectivité au sein des propos recueillis, soit que les interprétations du chercheur sont relativement proches de celles des personnes interrogées. Il peut s'agir entre autres de la structuration de l'entretien (utilisation d'un guide plus ou moins bien formalisé). Elle permet de diriger le discours des personnes interrogées et de limiter les interprétations possibles. Ce type d'entretien appelé entretien semi-directif (encore nommé à canevas, à guide, semi-structuré), est plus court et plus aisé. Il convient pour des études exploratoires ou d'approfondissement (Ghiliglione et Matalon, 1998) et permet de faire une étude rétrospective (Demeres, 2002). Cette technique cadre parfaitement avec notre recherche puisqu'elle porte sur le processus de création des entreprises déjà établies avec au moins trois années d'exercice. Ce processus de création, nous le construisons à partir des expériences, des représentations et des opinions des primo créateurs concernés par la recherche. A cet effet, les thèmes abordés dans l'élaboration du guide d'entretien proviennent directement de la théorie et des questions de recherche. Néanmoins, l'ordre dans lequel ils sont abordés peut varier en fonction du déroulement de l'entretien et du discours de la personne interrogée qui peut elle-même aborder certains thèmes (Borges et al, 2008). Trois grands thèmes ont été retenus pour l'élaboration de notre d'entretien : les caractéristiques individuelles du primo créateur, l'environnement de la création, les activités réalisées au niveau des étapes. Pour ce dernier thème, le guide suit les étapes d'un processus de création d'entreprises tel que proposé par Borges et al (2008), à savoir l'initiation, la préparation, le démarrage et la consolidation.

Le guide d'entretien

Le guide d'entretien a été élaboré à partir de la revue de la littérature. Il aborde différents points de thématiques qui peuvent être présentés comme suit :

a. Les caractéristiques de l'entrepreneur	
a1. L'âge et le sexe du dirigeant	
a2. Domaine de formation (Son parcours universitaire)	
a3. Son rôle dans l'entreprise	
a4. Expérience avant la création	
a5. Modèle entrepreneurial : existe-t-il des entrepreneurs dans votre entourage proche ?	
a6. Motivations	
a7. Antécédent social	
a8. Statut matrimonial	
b. L'influence de l'environnement	
b1. Le micro environnement -relations primaires -relations secondaires -relations tertiaires	b2. Le macro environnement b2.1. L'environnement économique - le marché - la main d'œuvre (ressources humaines) b2.2. L'environnement institutionnel - le dispositif d'accompagnement - le système financier - l'université b2.3. L'environnement culturel
b3. Les activités réalisées	
- Etape d'initiation	
- Etape de préparation	
- Etape de démarrage	
- Etape de consolidation	

2.4.2.2. Le déroulement des entretiens

L'entretien est un moyen d'échange entre individus. Un individu extrait une information à une autre personne. Si l'un a une volonté objective de connaissance, l'autre a un certain souci de communiquer, de courtoisie et d'utilité (Wacheux, 1996). Ce qui suppose que l'entretien se

prépare minutieusement. Il est important de créer une relation de confiance entre les interviewés et l'intervieweur. A cet effet nous avons établi au préalable une relation de confiance avec les entrepreneurs. La prise de contact en relation de face à face nous a semblé déterminante pour la suite du déroulement des rencontres. Nous avons eu au moins une rencontre à l'issue de laquelle nous avons échangé sur notre thème de recherche et les enjeux y relatifs, avec chacun des acteurs avant la phase de l'interview. Nous leur avons laissé à cette occasion un exemplaire du guide qui allait nous servir au moment de l'interview. Le choix du lieu d'entretien a une grande importance (Degeorge, 2007) de même que les horaires. L'interviewé doit se sentir dans un cadre qui lui convient. Il faut aussi tenir compte de sa disponibilité pour qu'il soit dans état d'esprit propice à ne pas perdre le fil de son raisonnement, avant tout ce sont des entrepreneurs. Nous avons demandé dans le cadre de cette étude aux *sujets* de choisir les lieux qui leur conviennent le mieux. C'est ainsi que nous avons interviewé cinq entrepreneurs (M.L, M.S, M.Z, Mlle K et Mme Z) sur leurs lieux de travail (leurs entreprises). Mlle I qui poursuivait toujours ses études a, quant à elle été interviewée au sein de son école. Nous avons dans chacun des cas laissé le soin aux entrepreneurs de choisir également les horaires qui leur conviennent. Aucun obstacle majeur ne s'est posé. Mieux, tous les entrepreneurs nous ont rassuré sur leur disponibilité jusqu'à l'aboutissement de la recherche. Avant de commencer chaque interview, nous avons après quelques mots amicaux, rappelé aux interviewés l'objet de la recherche, la forme de l'entrevue et le déroulement du processus. Nous avons dès notre rencontre de prise de contact prévenu les entrepreneurs que les interviews allaient être enregistrés⁶³ afin d'obtenir par la suite des verbatim précis et exploitables. Une phase de sensibilisation à l'enregistrement a alors été nécessaire. Afin de faciliter cette phase qui peut s'avérer délicate (Sanséau, 2005) nous avons rappelé les conditions de confidentialité auxquelles ont droit les personnes participant à cette recherche. C'est ainsi que tout au long de cette recherche, chaque entrepreneur est désigné par la première lettre de son nom. Les entretiens ont donc été systématiquement enregistrés afin d'éviter toute perte possible d'informations recueillies. Cette collecte d'informations s'est faite sans influence aucune sur les *sujets* ni par des suggestions ou autres directives susceptibles de biaiser leurs réponses. Les sujets étaient libres donc de nous informer selon leurs propres mots, leurs visions, leurs perceptions de la réalité, leurs expériences...Mais, au fur et à mesure de l'avancement de l'entretien, nous avons veillé à ce que les orientations du discours se rapportent aux différentes thématiques prévues dans le

⁶³ L'enregistrement permet une écoute répétitive des données après la collecte et une meilleure exploitation des données. Les données enregistrées constituent aussi une base de données qui pourront éventuellement être utilisées dans d'autres recherches.

guide d'entretien. Ceci en accord avec Walker (1985) qui affirme que *« l'entretien est une conversation au cours de laquelle le chercheur encourage l'informant à relater, dans ses propres termes, les expériences et les attitudes reliées au problème de recherche »*.

L'entretien avec chaque entrepreneur a durée entre 1h 07 mn et 1 h 45 mn. Les réponses ont été enregistrées à l'aide d'un téléphone portable pour être par la suite retranscrites et analysées. Nous avons aussi pris des notes à partir desquelles nous avons souvent relancé le sujet soit par souci de détails soit pour davantage d'explications.

A la fin de chaque entretien nous avons fait écouter l'enregistrement à l'entrepreneur, pour lui permettre d'être sûr de ce qu'il a dit. Les informations complémentaires ont été prises en compte dans les cas de figure. La retranscription des enregistrements (voir annexe 7) a été faite aussitôt après chaque interview. Nous avons soumis à chaque entrepreneur son interview retranscrite pour confirmation afin de nous assurer de la fidélité dans la retranscription.

Ce texte (la retranscription) appelé verbatim, représente les données brutes de l'enquête. La retranscription organise le matériel d'enquête sous un format directement accessible à l'analyse (Andreani et Conchon, 2015).

La retranscription a été faite manuellement même si les chercheurs font de plus en plus recours à des logiciels (NVivo7, Sphinx, etc). En effet les logiciels ne sont que des outils qui peuvent servir dans une ou plusieurs étapes du processus de recherche mais, aucun logiciel ne peut interpréter les données, cette tâche reste réservée au chercheur (Van der Maren, 1997 ; Bourdon, 2000 : cités par Wanlin, 2007). Il a été constaté que fondamentalement les démarches d'analyses étaient les mêmes : les tâches d'organisation des données sont identiques et les tâches d'analyses gardent les mêmes caractéristiques (Savoie-Zajc, 2000). Selon cet auteur, les logiciels sont donc des outils utilisables mais il leur est impossible de dépasser les idées et la créativité des prises de conscience du chercheur. Enfin, utiliser un logiciel n'améliore pas la validité des études. Les analyses valent ce que valent les étapes qui les ont précédées (Wanlin, 2007).

Le processus de collecte de données étant élucidé, nous présentons à présent la phase d'exploitation des données.

2.4.3. La qualité des données

Pour assurer la qualité des données collectées et par conséquent la crédibilité de notre recherche, deux précautions ont été prises en compte à savoir la fidélité et la validité.

□ **Fidélité des données**

La *fidélité* se rapporte à la capacité de l'instrument de *mesurer de la même façon ce qu'il mesure à chaque passation*. Ainsi, un instrument fidèle est un instrument qui fait preuve de stabilité dans la façon d'enregistrer des faits (Avenier, 2012). En sciences sociales, il est bien entendu très difficile de réaliser un instrument dont la constance soit indiscutable. Il est difficile d'avoir cela car les situations et les objets observés et la façon de les observer ne peuvent être ni strictement identiques ni strictement contrôlées d'une passation à une autre. Et par ailleurs, l'observateur et son action d'observer ne sont pas sans agir de façon significative sur la situation observée. Nous avons néanmoins pris des précautions évoquées plus haut pour réduire autant que possible le biais dans les données collectées.

Au demeurant, dans le paradigme interprétativiste (lequel oriente notre recherche), le principe de fiabilité consiste essentiellement à offrir au lecteur les moyens de suivre l'ensemble du cheminement cognitif qui conduit du matériau empirique de la recherche (autrement dit, des données de la recherche) jusqu'aux résultats annoncés, de manière à pouvoir, s'il le souhaite, reproduire ce cheminement (Avenier, 2012). Cette préoccupation est prise en compte dans la rédaction de notre thèse.

□ **Validité des données**

La *validité* d'un instrument concerne sa *capacité à mesurer réellement et complètement ce qu'il est censé mesurer* (un test d'intelligence doit mesurer l'intelligence et non la mémoire ou les connaissances scolaires). Les observations et mesures recueillies doivent être précisément celles que cherche l'observateur et celles qui le conduiront à atteindre les objectifs fixés à la recherche. On peut ainsi parler de la validité de contenu, de la validité interne et de la validité externe.

La validité de contenu

Le contenu détaillé de l'instrument (par exemple celui des questions, s'il s'agit d'un questionnaire) doit être conforme à ce que l'on cherche à mesurer. Chaque question de l'instrument doit correspondre à un indicateur précis et prouvé de la dimension mesurée. Notre

guide d'entretien (voir plus haut) est structurée en fonction des variables composant le processus entrepreneurial.

La validité interne

Cette validité mesure le degré de convergence de l'ensemble des questions d'un instrument. Les différentes questions et sous-questions du questionnaire doivent toutes aller dans le même sens pour former un ensemble cohérent couvrant les différentes dimensions de la variable mesurée. Le guide d'entretien que nous avons élaboré prend en compte et de façon cohérente les différents éléments des variables ayant servi à appréhender le processus entrepreneurial des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso.

La validité externe

Il s'agit de la possibilité de prédiction ou de généralisation externes (en dehors des situations précises observées) que peut conférer l'instrument. Comment, et jusqu'à quel point est-on fondé à prédire des comportements, des conséquences... ou de les généraliser à d'autres situations ? L'instrument permet-il de transcender les spécificités ? Notre recherche étant épistémologiquement interprétativiste, nous répondons à cette préoccupation par les propos suivants de Le Moigne (1990) : *« Ne postulant plus la réalité de la réalité mais seulement la représentabilité de nos expériences, nous ne pourrions plus définir la vérité par la perfection de la superposition de ce réel et du modèle de ce réel. En revanche, nous saurons reconnaître l'adéquation des modèles de notre expérience du monde avec cette expérience. Ainsi, la clé qui ouvre la serrure : elle nous convient parce qu'elle s'accorde avec notre expérience de la serrure. Mais elle ne nous dit rien sur la réalité de cette serrure elle-même, pas même que cette clé soit la seule bonne clé et moins encore la vraie clé ».*

2.4.4. Traitement des données

Le traitement des données qualitatives peut être mené d'un point de vue sémantique ou statistique (Andreani et Conchon, 2015). Dans le cas des traitements « sémantiques », l'analyse est conduite à la main, selon la démarche de l'analyse de contenu qualitatif⁶⁴. Elle étudie par approximations successives le sens des idées émises ou des mots. Au regard de l'unité d'analyse

⁶⁴ L'analyse de contenu peut être lexicale lorsqu'on s'intéresse à la fréquence d'apparition des mots. Dans ce cas c'est le mot qui constitue l'unité d'analyse. Elle peut aussi thématique lorsque l'unité porte sur une portion de phrase, une phrase entière ou un groupe de phrases se rapportant à un thème (Bardin, 2013 : cité par Thiétart et al, 2014).

qui porte sur une portion de phrase ou même une phrase entière comme c'est le cas dans notre recherche, l'analyse thématique a été retenue.

En effet, dans le paradigme interprétativiste, les connaissances générées sont essentiellement de type descriptif. Elles sont en général présentées dans des narrations détaillées offrant des «*descriptions épaisses*» (*thick descriptions*, selon la formule de Geertz, 1973). Le but de ces descriptions épaisses est double : donner au lecteur la possibilité de suivre précisément la manière dont les interprétations du chercheur ont été élaborées à partir du matériau empirique mobilisé ; communiquer au lecteur le plus d'informations possibles pour lui faciliter une éventuelle mobilisation de ces connaissances dans un autre contexte.

Les données collectées ont fait d'abord l'objet d'un examen approfondi pour nous assurer de leur crédibilité. C'est une sorte de toilettage qui a consisté à revérifier la source de chaque donnée et à s'assurer de son exploitabilité. Il s'est agi en fait de retenir les données utiles et pertinentes pour notre recherche. Celles en rapport avec le processus entrepreneurial des primo créateurs et des variables en jeu à savoir : les caractéristiques individuelles, l'environnement et le processus à travers ses étapes et activités au niveau des étapes.

Ces données ont par la suite été organisées en fonction des variables ci-dessus citées, en rapport avec notre proposition de recherche. Cette façon d'organiser les données en unités de sens associées à un concept bien précis, appelée codage consiste à découper le contenu d'un discours ou d'un texte en mots, phrases ou thèmes et à les organiser au sein de catégories (Blanc et al, 2014).

Mais, le traitement des données qualitatives ne consiste pas à simplement extraire ce qui est dans les bandes et à le mettre en ordre. Il consiste à étudier les idées des participants, les mots qu'ils utilisent et le sens qu'il leur donnent. Il prend la forme d'une véritable investigation, approfondie : il faut faire parler les faits, trouver des indices, s'interroger à propos de la moindre phrase (Kaufmann, 1996). Bref il faut analyser les données. L'analyse des données consiste aussi à générer du sens à partir d'une masse de données possédée et ce, en relation avec la problématique de départ. Nous avons pour cela choisi de procéder par une analyse thématique. Il s'agit d'organiser l'abondance des informations retranscrites selon différentes thématiques. Cette technique fonctionne par opérations de découpage du texte en unités, puis en classification de ces unités en catégories selon des regroupements analogiques (Bardin, 1991). Elle consiste à regrouper des informations retranscrites selon différentes thématiques appelées unités d'analyses ou catégories de même concept de même signification ou proches. Elles peuvent être des variables comme c'est le cas dans notre recherche. Ces catégories (ou variables) ont

été identifiées en relation avec les thèmes majeurs du cadre d'analyse de la recherche. Ainsi nous avons obtenu les catégories suivantes composées elles aussi de sous catégories. Les catégories sont : les caractéristiques individuelles, les facteurs environnementaux et leurs influences, les activités réalisées. Chacune de ces catégories avait des sous catégories. Ainsi les caractéristiques individuelles apparues sont : les motivations, le statut matrimonial, le sexe, l'expérience professionnelle. L'environnement avait pour sous-catégories le micro environnement composé lui-même des relations primaires et relations secondaires et le macro environnement composé de l'économie (la demande sur le marché et la main d'œuvre), les institutions (dispositifs d'accompagnement, système financier et l'université) et la culture. Enfin, les 4 étapes du processus sont apparues chacune avec ses activités.

Les rubriques thématiques (variables) identifiées, il importe dans l'analyse thématique de dégager les contradictions, les similitudes, les nuances et les particularismes de sortes à faciliter la différenciation typologique des primo créateurs. Nous avons à cet effet opéré deux types d'analyse à savoir l'analyse intra cas et l'analyse inter cas.

L'analyse intra cas consiste à parcourir les thèmes abordés par chaque interviewé séparément pour en faire ensuite la synthèse. Autrement dit elle sert à savoir ce qui a été répondu par un individu pour l'ensemble des thèmes donnés. L'analyse inter cas quant à elle relève les différentes formes qui, d'un entretien à l'autre, se réfèrent au thème. Elle a pour but de comprendre les réponses de chaque individu pour un thème donné (Ghiglione et Matalon, 1978).

Ainsi donc nous avons effectué d'abord, l'analyse intra cas. Elle nous a permis de connaître en détail chacun des six entrepreneurs primo créateurs relativement aux variables du modèle d'analyse que sont les caractéristiques individuelles, l'environnement, le processus à travers ses étapes et activités. Elle nous a permis d'avoir une description détaillée de chacun des cas. L'analyse inter cas a été réalisée par la suite autour de ces mêmes variables issues du cadre théorique de la recherche. Elle nous a permis de dégager les points de ressemblances et les dissemblances entre les six cas. Ces points de ressemblances et dissemblances ont permis à leur tour de dégager des catégories relativement à la nature même du processus.

Le détail de ces analyses est donné dans le chapitre 4 qui traite des résultats de la recherche et de leur discussion.

Conclusion

L'objectif de ce chapitre était d'exposer le cadre d'analyse et les choix épistémologique et méthodologique de notre recherche. Il nous a permis d'abord de présenter le contexte entrepreneurial du Burkina Faso. Nous avons ainsi découvert l'entrepreneur burkinabè en général à travers ses différentes caractéristiques et le contexte entrepreneurial à travers les composantes économique, culturelle et institutionnelle dans lequel il évolue. Le créateur DES/BF mis à part son niveau d'éducation ne se distingue pas des autres entrepreneurs burkinabè. Nous avons par la suite justifié le choix de l'interprétativisme comme mode de production de connaissance dans le cadre de notre recherche et la pertinence du choix de l'étude de cas multiples. Enfin, la mise en œuvre de l'étude de cas a consisté à la présentation des six cas. L'entretien semi directif a été retenu comme méthode de collecte de données. Nous avons retenues deux méthodes d'analyse à savoir l'analyse intra-cas et l'analyse inter-cas.

Chapitre 4. RESULTATS DE LA RECHERCHE ET DISCUSSIONS

L'objectif de ce chapitre est de présenter les résultats et leurs discussions ainsi que les implications de notre recherche. L'intérêt du chapitre est d'ordre théorique et professionnel. D'ordre théorique pour les apports théoriques qui en résultent et d'ordre professionnel pour les propositions d'actions pour soutenir l'entrepreneuriat au Burkina Faso.

En rapport avec la problématique de notre recherche qui vise principalement à mieux comprendre le processus entrepreneurial des DES/BF d'une part, et la démarche méthodologique choisie d'autre part, il est présenté dans la première section les résultats de l'étude intra-cas et de l'étude inter-cas. La seconde section est dédiée aux discussions et implications de la recherche.

I. Les résultats de la recherche

Cette section présente les résultats obtenus en rapport avec nos objectifs de recherche. Deux types d'analyse ont été réalisées : l'analyse intra-cas et l'analyse inter-cas. Nous présenterons les résultats de l'analyse intra-cas en premier lieu et en second lieu les résultats de l'analyse inter-cas.

1.1. Etude intra-cas

La recherche sur les processus porte une attention particulière aux éléments qui composent le processus et à leur ordre d'enchaînement (Van de Ven, 1992). Ce qui justifie le choix d'opérer une analyse intra-cas. En effet, cette analyse consiste à parcourir les thèmes abordés par chaque interviewé séparément pour en faire ensuite la synthèse. Ainsi donc, nous allons décrire dans ce point les cas selon d'abord les caractéristiques individuelles et l'environnement d'une part, puis, les quatre étapes du processus de création retenues d'autre part.

1.1.1. Le cas M.L

Nous présentons d'abord les caractéristiques individuelles (profil) de M.L, ensuite son environnement de création et enfin son processus entrepreneurial.

1.1.1.1. Le profil du cas M.L

Le profil de M.L est appréhendé à travers ses motivations, son expérience professionnelle antérieure, son antécédent social, son sexe, son niveau d'éducation et son statut matrimonial.

✚ Les motivations

Les verbatim suivants illustrent ses principales motivations à la création.

L'autonomie/ l'indépendance : « (...) Depuis que j'étais au lycée j'ai toujours cherché mon autonomie, j'ai cherché à être autonome, bon... j'ai toujours cherché à être autonome pour pouvoir conduire les choses, c'est ça qui m'a vraiment encouragé à aller de l'avant... Se faire recruter, et puis tu serais là où tout simplement tu exécutes, moi je n'aime pas, (...) » (M.L).

La réalisation de soi/amour du métier : « (...) j'ai eu la chance de piloter un département pendant des années, ça m'a permis quand même de voir mes potentialités, c'est ça qui m'a déterminé à aller ouvrir un cabinet, Je voulais aller plus loin (...) j'aime quand même les domaines où c'est dynamique. »

Gout de l'aventure/défi : « (...) j'aime quand même les domaines où c'est dynamique. Bien sûr qu'il y a aussi le gout du risque, lié à l'aventure, tu peux réussir comme ne pas réussir, mais je crois qu'il faut se donner les chances de réussir. Si les autres ont pu réussir c'est de voir comment ils ont fait pour pouvoir réussir, c'est des éléments comme ça qui m'ont motivé en fait (...) » (M.L).

Les trois motivations relevées dans le discours de M.L sont des motivations pull.

✚ L'expérience professionnelle antérieure

M.L avait une expérience professionnelle bien riche en rapport avec le conseil, en témoigne l'extrait suivant de son discours.

« (...) voilà donc j'ai eu la chance de piloter un département d'un bureau d'études pendant des années, 9 ans, ça m'a permis quand même de voir mes potentialités (...) là où j'étais, il y avait beaucoup de cabinets qui venaient, on partageait beaucoup les méthodes de travail, le dynamisme et tout et tout... » (M.L).

✚ L'antécédent social

M.L est issu d'une famille polygame, ce qui a contribué à forger sa personnalité à en croire son discours.

« Je suis issu d'une famille polygame, famille polygame tout le monde comprend ce que ça veut dire, c'est des jalousies entre euh... (...) c'est ça qui m'a vraiment encouragé à aller de l'avant. » (M.L).

Les autres variables

M.L était déjà marié au moment de la création de son entreprise. Il est titulaire d'un master2 en management de projet. Il était âgé de 41 ans au moment de la création.

1.1.1.2. L'environnement de création du cas M.L

L'environnement du créateur est composé du micro environnement et du macro environnement.

a. Le micro environnement de M.L

Le micro environnement de M.L en rapport avec le processus de création de son entreprise se limite aux relations primaires relations secondaires.

a1. Les relations primaires.

M.L, comme l'atteste l'extrait suivant de son discours, n'a pas d'entrepreneurs dans sa famille ni dans son entourage immédiat.

« Dans ma famille il n'y a pas d'entrepreneur. Je n'ai pas non plus un proche qui soit dans l'entrepreneuriat que j'ai côtoyé à mon jeune âge. » (M.L).

a2. Les relations secondaires

Les relations secondaires de M.L en rapport avec le processus de création de son entreprise étaient composées de son ancien patron, ses collègues de travail et les anciens collaborateurs et clients du cabinet qu'il a quitté. Le primo créateur retient surtout l'influence négative exercée par ses relations. Même les amis qui l'ont encouragé à créer avec des promesses de marché l'ont abandonné.

b. Le macro environnement de M.L

Le macro environnement de M.L se traduit à travers ses trois composantes, économique, institutionnelle et culturelle.

b1. Le contexte économique

Le contexte économique de la création de M.L se résume à la main d'œuvre et au marché. Il a évoqué les difficultés d'accès au marché. De même la main d'œuvre ne semble pas lui avoir

facilité la tâche. Un personnel peu compétent et moins motivé au travail peut avoir une influence défavorable sur le processus entrepreneurial.

b2. Le contexte institutionnel

Le seul élément du contexte institutionnel qui a eu de l'importance et qui a été évoqué dans le discours de M.L est l'université. Pour lui, le passage à l'université a été utile dans le processus de création de son entreprise. C'est là qu'il a acquis les compétences qui lui permettent d'être à la hauteur des tâches à exercer, de répondre aux exigences du métier.

b3. Le contexte culturel

M.L a une opinion positive des entrepreneurs, même s'il n'y en a pas dans sa famille. Le fait de les avoir côtoyés dans le cadre de son travail a sans doute contribué à la construction de cette image.

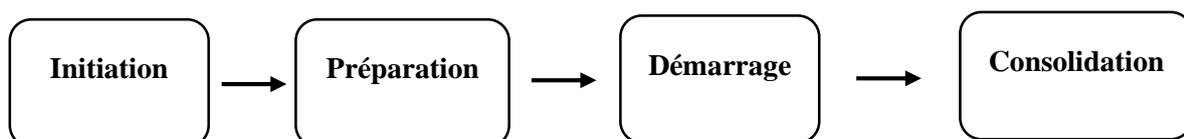
« Pour moi les entrepreneurs sont des gens battants, qui aiment l'aventure » (M.L).

1.1.1.3. Le processus entrepreneurial de M.L

A la fin d'une formation continue sanctionnée par un master en gestion de projet, M.L eut l'idée de se lancer à son propre compte en exploitant son expérience et ses connaissances dans le domaine (Initiation). Il a mobilisé les ressources nécessaires avant de faire part à son employeur de son intention. Ce dernier s'est catégoriquement opposé au début, mais a fini par céder face à la détermination de M.L et contre une participation au capital (20%) concédée par M.L (préparation). M.L a par la suite procédé aux formalités de création, embauché une secrétaire, etc. (démarrage). Il réalise depuis lors ses activités et assure la gestion de son cabinet (consolidation) qui emploie 3 permanents lors de notre dernière interview.

La création du cabinet de M.L a donc suivi un processus linéaire que nous schématisons comme suit.

Figure 4.1. Processus de création de M.L



Source : l'auteur

Ce schéma confirme bien le caractère chronologique du processus suivi par M.L. A chaque étape il a réalisé un certain nombre d'activités que nous récapitulons dans le tableau 4.1 ci-dessous.

Tableau 4.1. Les activités réalisées par M.L

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. identification et réflexion sur l'idée d'affaires 2. Décision de créer	1. Mobilisation de ressources 2. Constitution de l'équipe entrepreneuriale	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Aménagement et installations 4. Embauche des employés 5. Première vente	1. vendre les produits et services 2. Atteinte du SR 3. Gestion

Source : l'auteur

Il y a également des faits qui ont marqué le processus de création de M.L à travers chacune des étapes.

Initiation

M.L est animé par des motivations pull : autonomie, amour du métier et défi. C'est une création volontaire.

Son expérience professionnelle a joué un rôle positif à cette étape, car c'est de là qu'est venue l'idée.

« Je crois que les premiers cabinets quand même ont été déterminants. C'est ce que j'ai pu comprendre, c'est ce que j'ai connu, je crois qu'il faut essayer d'agir dans ce domaine » (M.L).

Il a pris la décision de créer, après une formation continue (master en management de projet). Cette formation lui a donné plus d'assurance. *« (...) Mon passage à l'université m'est beaucoup utile et sur tous les plans (...) jusqu'aujourd'hui. Et puis c'est après un master en gestion de projet (formation continue) que j'ai senti qu'il était temps de créer mon propre cabinet dans le domaine de conseils » (M.L).*

Il fait la même chose qu'il faisait chez son ancien employeur : c'est de la reproduction. Il n'y a pas de création de valeur nouvelle importante et cela entraîne très peu de changement chez le créateur.

Préparation

Deux activités ont caractérisé l'étape de préparation chez M.L. Il s'agit de la mobilisation des ressources et de la constitution d'une équipe entrepreneuriale.

« J'ai financé la création de mon cabinet avec des fonds propres »

Cette étape a été marquée par l'hostilité de l'ancien employeur (RS) qui a posé comme condition sa participation au capital de l'entreprise à créer.

« Mon ancien patron ne voulait pas que je parte (...) ça été une bataille, ça été une bataille très dure (...) ça n'a pas été du tout facile (...). Il a exigé que en allant créer mon cabinet que je continue à appuyer son cabinet pendant 1 an (...) il a exigé aussi d'avoir une part dans le capital. » (M.L).

Démarrage

Le créateur n'a eu aucun accompagnement, aucun soutien. Il a mis 5 mois pour obtenir le premier marché et donc pour réaliser sa première prestation. Un délai relativement long quand on sait qu'il avait des charges à payer (loyer, salaire de sa secrétaire, électricité, etc.).

« (...) Je n'ai pas eu de soutien financier non plus (...) « Je n'ai pas eu d'aide, j'ai juste ma détermination » (M.L).

Consolidation

Le fait le plus marquant à cette étape c'est la difficulté à avoir des marchés (M). Ceux qui ont fait des promesses à M.L ne les ont pas honorées.

« Il y en a qui te promettent même des marchés si tu allais créer, mais dès lors que tu crées ils ne te connaissent plus, ils ne te connaissent plus (...) » (M.L).

Son ancien employeur (RS) a continué à le combattre sur tous les marchés qu'il espérait obtenir.

« Sur beaucoup de dossiers il a essayé de me combattre, pour moi c'est de bonne guerre, il voulait m'étouffer (...) » (M.L).

A cette étape, M.L a fait aussi cas de problème de compétence de ressources humaines et leur manque de motivation au travail (MO).

« (...) après le problème permanent c'est la gestion du personnel, très très dur, très dur, très dur, les gens crient je n'ai pas d'emploi, mais en réalité quand tu fais un examen, les gens ne veulent plus travailler, dès lors que tu veux élever le niveau de pression dans le travail ils t'abandonnent (...) Ils sont toujours prompts à te créer des problèmes pour avoir de l'argent. »
 « Les gens viennent, ils ont des diplômes mais tu vois, même quand tu leur demandes de rédiger une note tu vois que le français ce n'est pas ça, ce n'est pas du tout ça, le problème de conception se pose toujours, ça fait... au finish je suis obligé de faire tout moi-même. » (M.L).

1.1.1.4. Synthèse du processus entrepreneurial de M.L

Le tableau 4.2 ci-dessous présente la synthèse des influences des caractéristiques individuelles et facteurs environnementaux sur le processus entrepreneurial de M.L.

Tableau 4.2. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de M.L

ETAPES		Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation	
VID	Motivations					
	Expérience					
INDI ENVIRONNEMENT	MICRO	RS				
	MACRO	E	MO			
			M			
		I	A			
	F					
		U				
		C				

Source : l'auteur



Favorable



Défavorable

D'après le tableau 4.2, les RS, la MO, le M et A ont exercé des influences défavorables sur le processus entrepreneurial de M.L et que l'étape de consolidation est la seule concernée par ces influences. Les caractéristiques individuelles (motivations et expérience professionnelle), l'université et la culture ont quant à elles influencé favorablement le processus.

1.1.2. Le cas M.Z

Tout comme le cas précédent, nous présentons d'abord le profil de M.Z, ensuite son environnement et enfin son processus entrepreneurial.

1.1.2.1. *Le profil (ou caractéristiques) de M.Z*

Les motivations

Les verbatim suivants illustrent les principales motivations de M.Z à la création.

L'autonomie/ l'indépendance : « (...) on ne dit jamais jamais mais je ne pense pas aller être comme salarié (rire) je ne suis pas sûr que je pourrais travailler comme salarié encore quelque part (rire) parce que bon voilà mon indépendance, peut enfin cette indépendance que j'ai euhhh en étant entrepreneur je ne pense pas me sentir à l'aise en tant que salarié. » (M.Z).

Réalisation de soi/amour du métier : le créateur aime bien le métier, il y tient. Créer dans le domaine est une question de réalisation d'un rêve, la réalisation de soi.

« Avant tout je rêvais d'une profession indépendante. Même quand j'ai fait le concours d'entrée à l'ENAREF⁶⁵ pour sortir inspecteur des impôts, après il était clair pour moi que je devais travailler avoir de l'expérience et puis quitter pour ouvrir mon cabinet. J'y étais pour juste bien connaître le métier, avoir de l'expérience... » (M.Z)

Goût de l'aventure/défi : la création de son cabinet était pour lui un défi à relever.

« Pour moi c'était un défi que j'ai aimé (...) » (M.Z)

Les trois motivations relevées dans le discours de M.Z sont des motivations pull.

L'expérience professionnelle antérieure

M.Z a travaillé pendant 2 ans dans un cabinet d'avocat. Il a également travaillé pendant 5 ans comme haut cadre dans l'administration publique.

L'antécédent social

M.Z est né et a grandi à l'étranger. Il est arrivé au Burkina Faso, pays d'origine de ses parents après son baccalauréat pour ses études universitaires. Il a donc vécu l'immigration.

⁶⁵ Ecole Nationale des Régies Financières du Burkina Faso.

Les autres variables

M.Z était déjà marié au moment de la création de son entreprise. Il est titulaire d'un DESS en droit des affaires, d'un diplôme d'inspecteur des impôts et d'un master en entrepreneuriat obtenu après la création. Il était âgé de 33 ans au moment de la création.

1.1.2.2. L'environnement de création de M.Z

L'environnement du créateur est composé du micro environnement et du macro environnement.

a. Le micro environnement de M.Z

Le micro environnement de M.Z en rapport avec le processus de création de son entreprise se limite aux relations primaires et aux relations secondaires.

a1. Les relations primaires

Elles ont eu un impact sur le créateur dans le processus de création. Son entourage immédiat l'a non seulement inspiré mais l'a aussi encouragé dans son initiative.

«(...) *une partie de ma famille a beaucoup approuvé ma décision de créer mon entreprise*» (M.Z).

a2. Les relations secondaires

Elles ne sont pas particulièrement abondantes, mais elles ont constitué un appui notamment une aide logistique, aux premières heures de l'installation.

« (...) *Par contre il y a quelqu'un qui m'a fait confiance c'est le euhh mon ancien maître de stage, le cabinet d'avocat où qui m'a effectivement mis en disposition un local avec des conditions de paiement souples ça au moins lui il m'a...peut-être un soutien. Parmi les soutiens que vous évoquez... je... s'il y a un soutien que je...je pense que c'est lui là.* » (M.Z).

b. Le macro environnement de M.Z

Dans le discours sur le processus de création M.Z n'a pas fait cas des éléments relatifs au contexte économique. Seuls interviennent, le contexte institutionnel et le contexte culturel.

b1. Le contexte institutionnel

Les trois points du contexte institutionnel ont été abordés par le créateur. Il s'agit du dispositif d'accompagnement, du système financier et de l'université.

Le dispositif d'accompagnement

Même s'il en fait allusion dans son discours, le créateur n'a pas bénéficié d'un accompagnement quelconque. Il l'évoque avec un certain regret, une certaine déception.

« Je n'ai pas bénéficié de quoi que ce soit. En tout cas au moment où je créais il n'y avait vraiment pas grand-chose pour encourager les gens. De toute façon quand tu sors de l'administration même, tu es un peu considéré souvent comme un traître quoi (rire). Bénéficiaire de conditions favorables bon je ne vois pas, pas vraiment, pas vraiment, en tout cas je n'ai pas eu de soutien en tant que tel (...) De ce côté voilà tu ne peux pas avoir un soutien quoi. Moi je pense que maintenant il y a des choses qui se font sinon à l'époque c'était un peu dur quoi, c'était un peu dur. » (M.Z).

Le système financier

M.Z n'a pas caché non plus sa déception vis-à-vis du système financier quant aux rôles à jouer dans le processus de création. Il a sollicité un crédit auprès de sa banque pour financer son BFR à l'étape de consolidation, qu'il n'a pas obtenu.

L'université

L'université a joué un rôle déterminant dans le processus de création. C'est en effet la formation reçue à l'université qui constitue le cœur du métier de l'entreprise créée.

« (...) en réalité ce n'est que...bon mon activité c'est le conseil, c'est le travail intellectuel, je pense que si je n'avais pas fait l'université ça n'allait pas être possible quoi. Ce que je fais actuellement est en droite ligne par rapport à ce que j'ai fait comme étude. » (M.Z).

b2. Le contexte culturel

Le contexte culturel est indissociable des relations primaires d'un individu. C'est en effet à travers les relations primaires d'abord que la culture se construit et se vit. M.Z est né d'un père entrepreneur immigré qu'il admirait beaucoup et avec qui il a vécu jusqu'à l'obtention de son baccalauréat. L'entrepreneuriat pour lui est un choix de carrière, une activité comme les autres ou même mieux que les autres.

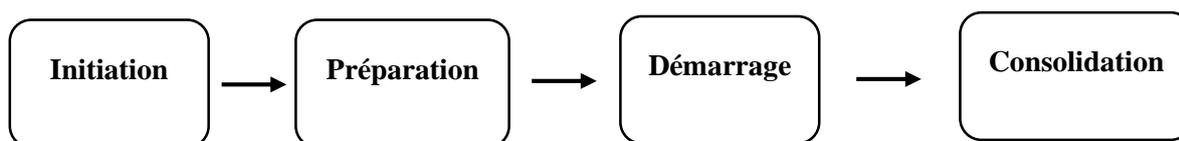
« L'entrepreneuriat fait partie de mon vécu, ma culture... Mon papa depuis qu'on était petits en Côte d'Ivoire faisait de l'agrobusiness : café cacao, hévéa (...) En plus quand je suis arrivé ici il y a mon oncle qui est un grand entrepreneur dans le BTP avec qui j'entretiens des relations

étroites. (...) Il y a des entrepreneurs dans ma famille. Et j'apprécie bien le fait qu'ils soient entrepreneurs, ils ont fait le bon choix...» (M.Z).

1.1.2.3. Le processus entrepreneurial de M.Z

Juriste fiscaliste, M.Z a toujours rêvé de s'installer à son propre compte. Voulant être avocat au début, il a finalement choisi de créer un cabinet de conseil en fiscalité pour exploiter son expérience et ses connaissances dans le domaine (initiation). Son idée choisie, il mobilise les ressources nécessaires pour l'exploiter (préparation). Il accomplit par la suite les formalités juridiques de création et démissionne de son poste pour se consacrer entièrement à son cabinet. Il recrute une secrétaire et loue un bureau chez son ancien maître de stage, etc. (démarrage). Il réalise depuis lors ses activités et assure la gestion de son cabinet (consolidation) qui emploie 3 personnes lors de notre dernière interview. La création du cabinet de M.Z s'est faite selon un processus linéaire que nous schématisons comme suit.

Figure 4.2. Processus de création de M.Z



Source : l'auteur

Ce schéma traduit bien le caractère linéaire du processus suivi par M.Z. A chaque étape ce créateur a réalisé un certain nombre d'activités que nous récapitulons dans le tableau ci-dessous.

Tableau 4.3. Les activités réalisées par M.Z

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. identification et réflexion sur l'idée d'affaires 2. Décision de créer	1. Mobilisation de ressources	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Aménagement et installations 4. Embauche des employés 5. Première vente	1. Activité de marketing 2. Vendre les produits et services 3. Atteinte du SR 4. Gestion 5. Rédaction du plan d'affaires

Source : l'auteur

Il y a également des faits qui ont marqué le processus de création de M.Z à travers chacune des étapes.

Initiation

M.Z est animé par des motivations pull : autonomie, amour du métier et défi. C'est une création volontaire.

Son expérience professionnelle a joué un rôle positif à cette étape, car c'est de là qu'est venue l'idée. « *En fait, j'ai choisi le secteur parce que j'avais de l'expérience.* » (M.Z).

Il fait la même chose qu'il faisait chez son ancien employeur : c'est de la reproduction. Il n'y a pas de création de valeur nouvelle importante et cela entraîne très peu de changement chez le créateur.

Il n'y a pas eu d'influence défavorable à cette étape et donc pas de difficultés pour M.Z.

La formation à l'université a joué un rôle important à cette étape et dans la suite du processus. « *Ce que je fais actuellement est en droite ligne par rapport à ce que j'ai fait comme étude* ». (M.Z).

Préparation

La mobilisation de ressources est la principale activité réalisée par M.Z à cette étape.

Quand je créais le cabinet je n'ai pas eu de soutien, je me suis levé comme un fou quoi ! je n'avais pas assez de fonds, et voilà, et je me suis levé j'ai dit que je vais créer mon entreprise, parce que je sentais que c'était le moment (...) C'est le manque de fonds, les obstacles majeurs c'est...malgré tous mes efforts de recherche de financement rien, donc du coup j'ai dû commencer avec mes fonds propres (riree) qui n'étaient aussi (riree) et donc il fallait vraiment démultiplier pour avoir des contrats dès les premiers mois pour pouvoir faire face aux charges, j'avoue que ça n'a pas été facile. » (M.Z).

L'absence d'accompagnement ressort des verbatim ci-dessus extrait du discours du primo créateur.

Démarrage

Le créateur a réalisé cinq activités à l'étape de démarrage (voir tableau ci-dessus). Il n'a pas bénéficié d'appui institutionnel nécessaire au moment de l'accomplissement des formalités de création, comme l'atteste l'extrait « *Bref, on est livré à soi-même quand on décide d'entreprendre* ». Toutefois, Il a bénéficié d'un appui de ses relations secondaires, son ancien maître de stage. « *euhh mon ancien maître de stage, au cabinet d'avocat où j'ai fait le stage, qui m'a*

effectivement mis en disposition un local avec des conditions de paiement souples ça au moins lui il m'a...peut-être un soutien. Parmi les soutiens que vous évoquez... je... s'il y a un soutien que je...je pense que c'est lui là. » (M.Z).

On retient à cette étape, l'influence favorable des RS et l'influence défavorable du dispositif d'accompagnement.

Consolidation

Il s'est écoulé 3 mois, entre la décision de créer et le premier marché obtenu par M.Z. Il n'a eu aucune difficulté dans la première prestation, c'est une activité qu'il connaît bien, il a de l'expérience. Le seuil de rentabilité a été atteint dès cette première prestation. M.Z mène des activités marketing et son marché se développait. Cela accroît aussi ses besoins de financements.

« Heureusement j'arrivais à obtenir des petits marchés par ci par là, grâce à mes relations ».
(M.Z).

M.Z a rédigé un plan d'affaires à cette étape dans le seul but de demander un crédit pour financer BFR faire face aux exigences de la croissance de son activité.

« Moi j'ai juste rédigé un plan d'affaires au moment où j'ai sollicité un crédit auprès des banques. Je l'ai fait juste parce que la banque me l'a demandé. Sinon quand je créais je n'ai pas du tout rédigé un plan d'affaires ». (M.Z).

Malgré ça les banques ont refusé d'accorder du crédit. L'extrait suivant de son discours illustre bien sa déception.

« (...)j'ai un peu appris à mes dépens que les banques, elles sont frileuses, elles ne font pas de crédits à une entreprise qui débute, donc....malgré tous mes efforts de recherche de financement rien » (M.Z).

On peut retenir au niveau de cette phase, d'une part l'influence positive du marché et d'autre part l'influence négative du système financier.

1.1.2.4. Synthèse du processus entrepreneurial de M.Z

Le tableau 4.4 ci-dessous présente le résultat du modèle appliqué au primo créateur M.Z.

Tableau 4.4. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de M.Z

ETAPES		Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation	
INDIVIDUEL	Motivations					
	Expérience					
ENVIRONNEMENT	MICRO	RP				
		RS				
	MACRO	E	MO			
			M			
		I	A			
			F			
			U			
		C				

Source : l'auteur



Favorable



Défavorable

Le tableau 4.4 ci-dessus montre qu'il n'y a pas eu d'influence défavorable au niveau de l'étape d'initiation. Les seules influences défavorables proviennent des dispositifs d'accompagnement (au niveau des étapes de préparation et du démarrage) et du système financier au niveau de la consolidation.

1.1.3. Le cas Mlle K

Il est présenté ici les caractéristiques individuelles, l'environnement de création, les activités réalisées qui sont apparus pertinents dans l'analyse du processus entrepreneurial de Mlle K.

1.1.3.1. Les caractéristiques de Mlle K.

Les motivations

Trois éléments de motivations sont identifiés dans le discours de Mlle K à savoir les besoins d'autonomie/indépendance, la réalisation de soi et celui d'aider les autres à travers la création d'emplois. Les verbatim suivants illustrent ces éléments.

L'autonomie/ l'indépendance :

« (...) *c'est vrai que j'ai toujours voulu être assez indépendante...* » (Mlle K)

Réalisation de soi/amour du métier : créer son entreprise lui permet de se réaliser, d'être en harmonie avec elle-même.

« (...) *C'est une question de réalisation de soi, moi par exemple je travaillais dans une banque, j'étais bien payé mais j'ai préféré en fait aller sur le chemin de l'entrepreneuriat pour avoir un peu plus de liberté, ça répond plus à ma personnalité (...)* » (Mlle K)

Aider les autres (créer des emplois) :

« *Avant mon bac ma première motivation c'était aider les autres, créer quelque chose pour pouvoir aider les autres (...)* » (Mlle K)

✚ L'expérience professionnelle antérieure

Mlle K a travaillé trois ans dans une banque de la place comme chargée d'affaires. Elle a aussi travaillé dans une association d'hommes d'affaires burkinabè.

✚ L'antécédent social

A l'âge de l'adolescence, Mlle K a dû quitter ses parents pour aller en France afin d'y poursuivre ses études supérieures.

✚ Les autres variables individuelles

Mlle K est célibataire, âgée de 31 ans au moment de la création de son entreprise. Elle est titulaire d'un master en entrepreneuriat et PME et d'un MBA en stratégie d'entreprise.

1.1.3.2. L'environnement de création de Mlle K

Les deux composantes de l'environnement que sont le micro environnement et le macro environnement ont influencé le processus entrepreneurial de Mlle K.

a. Le micro environnement

Le micro environnement de Mlle K se limite aux relations primaires et secondaires.

a1. Les relations primaires

Même si elle n'avait pas de membre de famille proche qui était dans l'entrepreneuriat, Mlle K disait qu'elle a toujours voulu travailler pour son propre compte. Ses parents tous deux fonctionnaires ne se sont pas opposés à son initiative. Ils l'ont toujours soutenue moralement dans son initiative.

a2. Les relations secondaires

En ce qui concerne, les relations secondaires, elles ont surtout été pour elle une source d'inspiration. Les verbatim suivants traduisent l'influence des RS de Mlle K sur son processus entrepreneurial.

« Il y a beaucoup d'entrepreneurs dans mon entourage, parce que je suis dans une association, je travaille pour une association aussi euh, membre d'une association, celle des chefs d'entreprises burkinabè, je les côtoie peut-être que c'est des opérateurs économiques qui sont vraiment au top, bon ils sont vraiment au top en fait, (...) bon du moment ça m'a permis de de ...comment dirais-je de connaître le monde des affaires et de voir comment ça pouvait fonctionner (...) J'ai également des amis proches qui sont entrepreneurs et je vois qu'ils arrivent à s'en sortir, et puis bon voilà ! Ça me booste également et ça me dit que même si les débuts sont difficiles, il y a la réussite au bout du chemin. » (Mlle K).

b. Le macro environnement

Les trois contextes du macro environnement ont influencé le processus entrepreneurial de Mlle K.

b1. Le contexte économique

La demande sur le marché a joué un rôle important dans le processus. L'idée émane en effet de l'observation du marché. La demande existe et la promotrice décide de proposer une offre. L'extrait suivant de son discours en est une illustration.

« Si on prend le cas de la restauration, la restauration j'ai choisi la restauration parce que euh, c'est un secteur qui ...nécessite énormément euh de euh, qui a besoin euh de s'améliorer, c'est vrai que ce n'est pas évident, au départ tu regardes tu dis que c'est nul ce que les autres font, et tout et tout, il faut qu'il y ait des changements. » Mlle K.

b2. Le contexte institutionnel

Deux éléments du contexte institutionnel sont apparus dans le discours de Mlle K relativement au processus de création de son entreprise. Il s'agit du dispositif d'accompagnement et de l'université.

✚ Le dispositif d'accompagnement

Ce fut un point de déception pour la créatrice. Elle y a beaucoup compté, mais finalement elle n'a pas obtenu l'accompagnement sollicité. L'extrait suivant de son discours illustre sa déception.

« (...) il y a le fonds de développement économique et social qui avait été mis en place, j'avais vu la publicité à la télé, j'ai déposé mon dossier, j'ai dit bon voilà même si j'ai quelques économies mais avoir un peu de ressources supplémentaires ça va permettre de de...réaliser mon projet que je...je...veux réaliser depuis 2 années (...) J'avais compté sur le fonds de développement économique et social dont je n'ai pas vu la couleur. Ce n'est pas évident ; c'est vrai que la question des ressources financières pose un grand problème pour euhh l'entrepreneuriat au Burkina Faso. » (Mlle K).

✚ L'université

L'université lui a fourni les ressources de base, les compétences qu'elle se disait nécessaires pour entreprendre.

« Je ne veux pas travailler forcement pour une personne, c'est pour cela que vous allez voir dans mon cursus scolaire c'est plus de l'entrepreneuriat que j'ai fait comme études (...) donc c'est très utile pour moi. Ce que je fais actuellement (restauration) ce n'est qu'un début ...très utile (...) » (Mlle K)

b3. Le contexte culturel

Elle a une bonne perception de l'entrepreneur au sein de la société. La formation contribue à la construction de la culture d'un individu. Elle avait l'envie d'entreprendre certes mais la formation suivie notamment en entrepreneuriat a contribué à forger davantage l'image positive qu'elle a de l'entrepreneur.

« (...) des gens utiles à leur communauté, créateurs d'emploi, c'est eux qui enrichissent le pays (...) » (Mlle K).

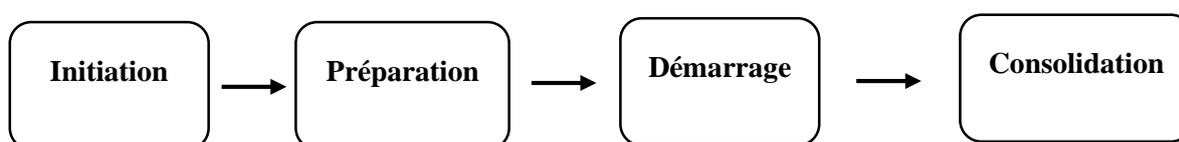
Il est à remarquer que pour ce cas, le dispositif a joué juste un rôle de déclenchement. La créatrice pensant avoir accédé à l'accompagnement a déclenché le processus. Malheureusement elle n'a pas obtenu le soutien qu'elle attendait.

1.1.3.3. *Le processus entrepreneurial de Mlle K*

Mlle K a toujours voulu avoir sa propre entreprise. Elle a travaillé 3 ans comme chargée d'affaires dans une banque de la place avant de démissionner pour ouvrir son restaurant. Elle a choisi la restauration car elle dit avoir constaté que le besoin est mal satisfait, il y a beaucoup d'amélioration à apporter dans le secteur (initiation). Elle mobilise son épargne et rédige un plan d'affaires qu'elle a soumis au FONADES pour solliciter une partie du financement (préparation). Elle cherche un local, accomplit les formalités de création, démissionne de son poste pour s'occuper de son activité (démarrage). Elle réalise depuis lors son activité (consolidation). L'entreprise emploie 4 personnes lors de notre dernière interview.

La création du restaurant de Mlle. K a donc suivi un processus linéaire que nous schématisons comme suit.

Figure 4.3. Processus de création de Mlle K



Source : l'auteur

Ce schéma confirme bien le caractère linéaire du processus suivi par Mlle K. A chaque étape elle a réalisé un certain nombre d'activités que nous récapitulons dans le tableau ci-dessous.

Tableau 4.5. Les activités réalisées par Mlle K

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. identification et réflexion sur l'idée d'affaires 2. Décision de créer	1. Rédaction du plan d'affaires 2. Mobilisation de ressources	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Aménagement et installations 4. Embauche des employés 5. Première vente	1. Vendre les produits et services 2. Atteinte du SR 3. Gestion

Source : l'auteur

Il y a également des faits qui ont marqué le processus de création de Mlle K à travers chacune des étapes et que nous relatons par étape.

Initiation

Mlle K est animée par des motivations pull : indépendance/autonomie, réalisation de soi, aider les autres. C'est donc une création non volontaire.

Mlle K n'a pas eu du mal à valider son idée et à prendre la décision de créer son entreprise.

L'idée d'affaire vient de l'observation, d'une lecture du marché. C'est donc l'existence de la demande dans le secteur qui a déterminé le choix de l'idée du projet comme le stipule le verbatim suivant.

« Choisir ce secteur là c'est parce que tu constates que c'est un marché porteur c'est vrai, tu constates aussi qu'il y a beaucoup de choses à faire dans ce secteur et puis tu te lances et parce que aussi ça te plait. » Mlle K

En choisissant la restauration, elle fait de l'imitation. Il n'y a donc pas de création de valeur nouvelle importante, mais de changements importants dans la vie de la créatrice.

Cette étape n'a pas posé de problème particulier à la créatrice. Elle a été influencée par les motivations de la créatrice, ses RP, le marché et l'université.

Préparation

A cette étape Mlle K a réalisé deux activités : la rédaction d'un plan d'affaires et la mobilisation des ressources.

Elle a rédigé un plan d'affaires parce que c'était exigé par le dispositif d'accompagnement auprès duquel elle a sollicité un appui. Elle a revu à la baisse son besoin en capital car elle n'a finalement pas eu l'appui demandé auprès du FONADES. Elle a renoncé à l'acquisition de certains équipements prévus initialement.

Mlle K n'a pas d'associé et la difficulté principale rencontrée à cette étape demeure le problème de financement.

« (...) J'avais compté sur le fonds de développement économique et social dont je n'ai pas vu la couleur. » Mlle K.

Démarrage

Mlle K a accompli cinq activités énumérées dans le tableau ci-dessus. Le temps pour obtenir le local était relativement long. Il lui a fallu six mois pour en trouver un. Outre cela il n'y a pas eu d'influence particulière enregistrée par la créatrice.

Le restaurant offre les mêmes menus lors de notre passage pour l'interview qu'à l'ouverture.

Consolidation

Mlle K a réalisé trois activités (voir tableau ci-dessus) au niveau de cette étape. Elle ne fait pas de planification formelle. Il n'y a pas non plus de plan marketing bien étoffé. Mlle K dit éprouver toujours des difficultés à augmenter comme il se doit sa clientèle.

1.1.3.4. Synthèse du processus entrepreneurial de Mlle K

Le tableau 4.6 suivant présente une synthèse des influences des caractéristiques individuelles et facteurs de l'environnement sur le processus entrepreneurial de Mlle K.

Tableau 4.6. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de Mlle K

ETAPES		Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation	
INDIVIDUEL	Motivations					
	Expérience					
ENVIRONNEMENT	MICRO	RP				
		RS				
	MACRO	E	MO			
			M			
		I	A			
			F			
	C					

Source : l'auteur

Deux facteurs seulement ont influencé défavorablement le processus entrepreneurial de Mlle L. Il s'agit de dispositif d'accompagnement à l'étape de préparation et du marché à l'étape de consolidation. L'expérience, la main d'œuvre et le système financier n'ont exercé aucune influence sur le processus, alors que les autres facteurs l'ont influencé favorablement.

1.1.4. Le cas Mme Z

Le cas Mme Z est présenté en fonction des variables du modèle d'analyse, à savoir, les caractéristiques individuelles, les facteurs environnementaux et les étapes du processus entrepreneurial.

1.1.4.1. Les caractéristiques de Mme Z.

✚ Les motivations

Une seule motivation est apparue dans le discours de Mme Z en rapport avec la création de son entreprise.

Les verbatim suivants illustrent ses principales motivations à la création.

L'autonomie/ l'indépendance : la créatrice aime bien prendre des initiatives et exprime par conséquent un besoin d'indépendance.

« (...) ça veut dire euh j'ai toujours eu un besoin d'indépendance, pas que je suis insoumise à mon mari ou bien que ce qu'il me donne ne me suffit pas, mais j'aime bien avoir des initiatives (...) » (Mme Z).

✚ L'expérience professionnelle antérieure

Mme Z. a effectué 8 mois de stage au PNUD, au CILSS et à l'Assemblée Nationale. Elle a aussi une expérience de 3 ans comme experte en accompagnement auprès de la maison de l'entreprise du Burkina Faso.

✚ L'antécédent social

Elle a grandi en famille auprès de ses parents biologiques. Mais elle a beaucoup voyagé pendant les vacances scolaires où elle effectuait des courts séjours auprès des autres membres et proches de la famille.

✚ Les autres variables individuelles

Mme Z est mariée. Elle est âgée de 25 ans au moment de la création de son entreprise. Elle est titulaire de deux diplômes de niveau Bac +5 à savoir un master en gestion des ressources humaines et un master en fiscalité des entreprises.

Le micro environnement de Mme Z se limite à ses relations primaires et à ses relations secondaires.

1.1.4.2. L'environnement de création de Mme. Z

L'environnement de Mme Z est composé du micro environnement et du macro environnement.

a. Le micro environnement de Mme. Z

Le micro environnement de M.Z en rapport avec le processus de création de son entreprise se limite aux relations primaires et relations secondaires.

a1. Les relations primaires

La présence d'entrepreneurs dans sa famille ne semble pas avoir eu une influence sur la décision de création de Mme Z.

« Dans ma famille, il y a 4 entrepreneurs, 1 tante et 3 oncles, maintenant si j'ai eu des conseils avec eux...franchement non. Je n'étais pas vraiment proche d'eux, on peut le dire comme ça. On n'avait pas cette proximité...non, on n'était pas proche (...) » (Mme Z).

Mais les parents de la créatrice l'ont encouragée dans son initiative. Ils étaient selon elle ses premiers clients et assuraient la communication pour elle par le canal du bouche-à-oreille.

a2. Les relations secondaires

Ces relations ont une influence considérable sur le processus entrepreneurial de Mme Z, aussi bien sur la décision de créer que sur la mobilisation des moyens de financement à travers son mari. Ces influences sont illustrées par l'extrait suivant de son discours.

« Sincèrement c'est en côtoyant les entrepreneurs dans le cadre mon travail, en les côtoyant ça m'a donné plus de courage pour entreprendre, voilà (...) j'ai vu que il y avait des femmes qui n'étaient pas dans ma situation, qui n'étaient pas dans mes conditions qui entreprenaient et ça marchait ! Et je me suis dit bon pourquoi pas moi aussi ! » Mme Z.

« Je n'ai jamais eu pour objectif de créer une entreprise, je me suis toujours vue dans une administration, toujours, donc...ça me faisait peur même d'entreprendre, c'est mon mari qui m'a beaucoup encouragée (...) il me disait toujours bon on a rien à perdre, de toute façon tu n'as rien à perdre, donc...tu peux essayer, (...) mais mon mari m'a beaucoup soutenue et...moralelement et financièrement. » Mme Z.

b. Le macro environnement de Mme Z

Dans le discours sur le processus de création de son entreprise, Mme Z a fait cas des éléments relatifs aux contextes économique, institutionnel et contexte culturel.

b1. Le contexte économique

La demande est le seul élément du contexte économique relevé dans le discours de Mme Z et qui a eu un rôle dans le processus de création. Elle voulait créer quelque chose et elle s'est rendu compte qu'il y a un marché pour la charcuterie. C'est de la lecture du marché, donc la demande qu'est venue l'idée même du projet.

« (...) j'ai remarqué que c'était un domaine porteur et très, parce que vous savez on peut aujourd'hui décider de ne plus payer des habits sur une année mais on ne peut pas décider de ne pas manger pendant une semaine...bon au plus quoi !!Ce qui est sûr on va manger » (Mme Z).

b2. Le contexte institutionnel

L'université et le dispositif d'accompagnement sont les deux éléments du contexte institutionnel ayant eu un impact évident dans le processus de création de Mme Z. Elle a fait face à la complexité des formalités administratives pour la création de son entreprise. Par contre, elle a beaucoup insisté sur le rôle positif de l'université à travers la formation reçue.

« (...) j'utilise la formation acquise à l'université chaque jour que Dieu fait, parce que, vous savez quand on est entrepreneur et qu'on est ignorant on souffre vraiment (...) Et puis quand on est une femme, entreprendre c'est vraiment dur, il faut connaître tes droits, il faut connaître, mes études me servent énormément tous les jours. » (Mme Z)

b3. Le contexte culturel

Dans la construction de la culture, il y a souvent au-delà de la famille, le milieu ou la société dans lesquels on vit, qui également participent à la légitimation ou non d'un fait, d'un comportement, d'une activité, etc. Mme Z est une illustration de cet état de fait à travers le changement dans sa façon de percevoir les entrepreneurs, ce après les avoir côtoyés dans le cadre de son travail.

« Bon pour être franche, il y a un oncle là, lui je le qualifiais totalement de fou parce que je ne comprenais pas pourquoi il avait fait ça. Parce que il avait fait des études de médecine, et...contre toute attente il a ouvert une école, pas de médecine mais une école supérieure...et il s'est lancé dans le transit, bon je ne comprenais pas...mais bon ! J'ai dit mais c'est son choix, mais aujourd'hui sincèrement ça m'a beaucoup plus donc euh voilà quoi ! Sincèrement bon je crois qu'avant je n'avais pas une perception bien...je disais que les gens qui entreprenaient

prenaient prenait trop de risque, trop de risque, et...ce n'était pas sûr que ça allait aboutir, que ça allait donner et puis bon, moi-même sincèrement je ne pensais pas qu'un jour j'allais prendre cette route-là. » (Mme Z).

Mais son opinion a changé depuis qu'elle a côtoyé le milieu des entrepreneurs en tant qu'experte en accompagnement. Pour preuve elle a fini par créer elle-même et dans un domaine autre que celui de sa formation. Ce qu'elle qualifiait auparavant de folie chez son oncle lui est arrivé.

« (...) le fait d'avoir côtoyé le monde des entrepreneurs, le monde de l'entrepreneuriat cela m'a beaucoup incitée, j'ai vu qu'il y avait plus à gagner en entreprenant qu'à rester dans l'administration (...) Le privé ça peut être lent aujourd'hui mais une fois c'est parti c'est parti, voilà (rireee). » (Mme Z).

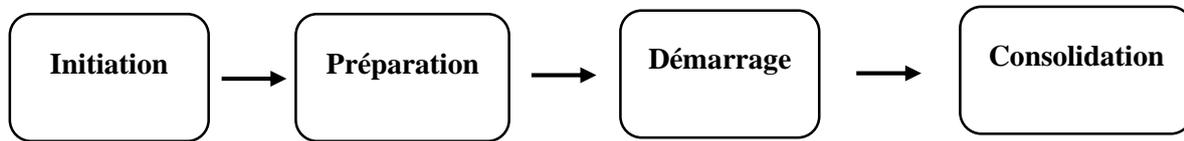
Relativement à l'environnement, on peut enfin retenir que la demande sur le marché, le passage à l'université les relations primaires et secondaires ont eu une influence favorable sur le processus de création. La culture quant à elle, a été à la fois favorable et défavorable sur le processus.

1.1.4.3. Le processus entrepreneurial de Mme Z

Titulaire d'un master en gestion de ressources humaines et d'un master en fiscalité des entreprises, Mme Z n'avait pas dans son plan de carrière prévu l'entrepreneuriat. *« Je n'ai jamais eu pour objectif de créer une entreprise, je me suis toujours vue dans une administration, toujours, donc...ça me faisait peur même d'entreprendre »* disait-elle. Mais la rencontre avec les femmes entrepreneures dans le cadre de son travail lui a fait changer d'avis : *« Quand j'étais à la MEBF, j'ai travaillé avec des structures, et puis, j'ai vu qu'il y avait des femmes qui n'étaient pas dans ma situation, qui n'étaient pas dans mes conditions qui entreprenaient, et ça marchait ! Et je me suis dit bon pourquoi pas moi aussi ! »*. Elle a hésité entre deux idées de projet, un cabinet de conseil en entrepreneuriat et une charcuterie. C'est finalement la 2^{ème} idée qu'elle a retenue sur les conseils de son mari (initiation). Elle a mobilisé les ressources nécessaires pour lancer le projet (préparation). Elle a accompli les formalités de création après avoir obtenu et aménagé son local (Démarrage). Elle réalise depuis lors ses activités (consolidation) et emploie 2 personnes lors notre dernière interview.

La création de la charcuterie de Mme. Z a donc suivi un processus linéaire que nous schématisons comme suit.

Figure 4.4. Processus de création de Mme Z



Source : l’auteur

La figure 4.4 ci-dessus illustre bien le caractère linéaire du processus suivi par la créatrice. A chaque étape elle a réalisé un certain nombre d’activités que nous récapitulons dans le tableau 4.7 ci-dessous.

Tableau 4.7. Les activités réalisées par Mme Z

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. Identification et réflexion sur l’idée d’affaires 2. Décision de créer	1. Mobilisation de ressources	1. Enregistrement juridique de l’entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Aménagement et installations 4. Embauche des employés 5. Première vente	1. Activité de marketing 2. Vendre les produits et services 3. Atteinte du SR 4. Gestion (diversification)

Source : l’auteur

Il y a également des faits qui ont marqué le processus de création de Mme Z à travers chacune de ses 4 étapes et que nous relatons dans l’ordre d’enchaînement des étapes.

Initiation

Le mari était le conseiller et le soutien de la créatrice. Elle a bénéficié du soutien de son mari pour le choix de l’idée et la décision de créer. « *J’hésitais entre un cabinet de conseil et une charcuterie. J’ai alors choisi de me lancer dans la charcuterie avec le soutien et les conseils de mon mari* ». Mme Z. Ce choix est aussi guidé par la demande sur le marché.

La création est motivée par des facteurs pull. C'est donc une création volontaire. En choisissant la charcuterie, elle fait de l'imitation. Il n'y a donc pas de création de valeur nouvelle importante, mais de changements importants dans la vie de la créatrice.

Cette étape n'a pas connu d'influence défavorable particulière sur le processus de la créatrice.

Préparation

La mobilisation des ressources est la seule principale activité réalisée par Mme Z à cette étape. Elle a bénéficié du soutien financier de son mari (RS) comme l'illustre l'extrait suivant de son discours.

« J'ai un peu contribué aussi financièrement (...) en tout cas mon mari m'a beaucoup aidée, beaucoup » (Mme Z).

La créatrice n'a pas rédigé de plan d'affaires. Elle n'a pas non plus réalisé une étude de marché bien poussée. Mme Z n'a pas d'associé. Elle n'a pas non plus eu des difficultés à cette étape.

Démarrage

Mme Z a réalisé cinq activités à cette étape. Elle a bénéficié du soutien de son de son mari. Les verbatim suivants illustrent bien cette influence.

« Donc c'est lui il m'a aidée, il a surtout trouvé les techniciens pour... la peinture, voilà bon tout ce qui est travaux là c'est lui qui s'en est vraiment chargé (...) » Mme Z.

Cette étape a connu des influences négatives sur le processus notamment la complexité des formalités administratives liée au manque d'accompagnement institutionnel. Il a été relevé aussi des influences d'ordre culturel à en croire les propos suivants de la créatrice : *« Même quand je pars à l'abattoir chercher de la viande, on me néglige, on s'occupe d'abord des hommes même ceux qui sont arrivés après moi (...) »*.

La créatrice a mis six mois pour obtenir un local qui en plus est très loin de son domicile (25 km). Toutefois, ses relations, notamment son mari lui a apporté encore le soutien nécessaire à cette étape surtout pour les travaux d'aménagement.

Consolidation

Cette étape est marquée principalement par l'activité marketing et la diversification. A l'approche des fêtes la créatrice distribue quelques prospectus. Deux ans après le démarrage, la créatrice a procédé à la diversification. Elle distribue le riz local accessoirement à ses premiers produits. Son marché est en croissance et elle a recruté un deuxième employé.

Ses parents l'ont appuyée au niveau du marketing. Elle n'a pas eu de difficultés particulières à cette étape.

1.1.4.4. Synthèse du processus entrepreneurial de Mme Z

Le tableau 4.8 suivant présente une synthèse des influences des caractéristiques individuelles et facteurs de l'environnement sur le processus entrepreneurial de Mme Z.

Tableau 4.8. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de Mme Z

ETAPES			Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation	
INDIVIDU	Motivations						
	Expérience						
	Statut matrimonial						
	Sexe						
ENVIRONNEMENT	MICRO	RP					
		RS					
	MACRO	E	MO				
			M				
		I	A				
			F				
			U				
		C					

Source : l'auteur

1.1.5. Le cas M.S

Il est présenté en rapport avec le cadre d'analyse de la recherche, respectivement les caractéristiques individuelles, les facteurs de l'environnement et leurs influences sur les étapes du processus entrepreneurial.

1.1.5.1. Les caractéristiques de M.S

Les motivations

Créer, était une nécessité pour M.S. Il avait besoin d'argent pour survivre. A côté de cette motivation, le créateur évoque aussi le besoin d'indépendance. Les verbatim suivants illustrent les principales motivations de M.S à la création.

Le besoin d'argent :

« (...) Bon je me suis dit que euhhhhh ce qui m'a poussé en fait à créer, à commencer en fait quand j'étais sur le banc euhhhh comment on appelle ça euh...y avait des situations difficiles que nous les étudiants on rencontrait parce la bourse ne venait pas donc, ça venait à compte goutte ça venait à compte goutte, cet aspect-là et puis bon euh l'envie, moi j'ai préféré en tout cas commencer par la vente des chemises là pour remédier vraiment à mes petits petits problèmes (...) » (M.S).

L'indépendance :

« (...) j'ai l'envie aussi de créer, de créer quelque chose pour essayer de...parce que moi à la maison on ne m'a pas appris à demander on m'a toujours appris à chercher à chercher pour moi-même, tu vois non, et puis moi-même là où je suis vraiment je n'aime pas chaque fois dire aux parents il faut envoyer ceci il faut envoyer » (M.S)

Les motivations relevées dans le discours de M.S sont des motivations push (besoin d'argent) et pull (indépendance).

✚ L'expérience professionnelle antérieure

M.S a créé son entreprise pendant qu'il était en 2^{ème} année de droit. Il n'avait pas d'expérience professionnelle.

✚ L'antécédent social

Le créateur a vécu pendant presque tout son jeune âge séparé de ses parents biologiques, comme l'illustre l'extrait de son discours.

« Tu sais...euh... j'étais séparé de mes parents depuis l'âge de 7ans. Je suis premièrement allé avec un oncle qui était instituteur dans notre région pour mes études primaires. J'ai aussi fait le collège dans ma région. Après mon BEPC, on m'a envoyé chez ... chez...un autre oncle dans une autre région du pays, très loin de mes parents d'ailleurs, pour faire le lycée (...) Et juste après je suis envoyé au Burkina pour des études en droit à l'université de Ouagadougou. Je venais voir mes parents... pendant...les...les vacances. » (M.S).

Cette séparation semble avoir fait de M.S « un homme ». Elle semble avoir forgé son caractère, développé en lui des capacités favorables à la prise de risque, à l'adaptation au changement, etc.

Les autres variables

M.S était déjà marié au moment de la création de son entreprise. Il était âgé de 31 ans au moment de la création.

1.1.5.2. L'environnement de création de M.S

L'environnement du créateur est composé du micro environnement et du macro environnement.

a. Le micro environnement de M.S

Le micro environnement de M.S en rapport avec le processus de création de son entreprise se limite aux relations primaires et relations secondaires.

a1. Les relations primaires

Elles ont eu un impact sur le créateur dans le processus de création. L'entrepreneuriat a fait partie de son vécu, de sa culture.

Les relations primaires de M.S ont eu une influence importante sur le processus de création de son entreprise. Son oncle était pour lui une source d'inspiration, un modèle.

« Mon oncle chez qui j'ai fait mon lycée est entrepreneur. Je partais avec lui superviser les travaux en brousse (...) C'est lui-même qui m'a inspiré, la façon dont il travaille m'a beaucoup plu, (...) et puis il y a des actes que je pose aujourd'hui, je peux dire que c'est sa copie qui reste, la façon dont il gère ses employés, la façon dont il se bat pour son travail, vraiment ça m'a beaucoup inspiré (...) » (M.S).

a2. Les relations secondaires

Elles ont été les premiers clients pour le créateur. Elles ont donc joué un rôle positif important dans le processus de création.

« (...) je vendais les chemises avec mes camarades étudiants. Ce sont eux mes premiers clients. Et ils faisaient la publicité pour moi par le bouche-à-oreille (...) Et quand je me suis vraiment installé, certains m'aident à obtenir des marchés dans leurs services » (M.S).

On peut donc retenir que le micro environnement de M.S, a influencé favorablement le processus de création de son entreprise à travers les RP et les RS.

b. Le macro environnement de M.S

Les trois composantes du macro environnement sont clairement ressorties dans les discours du primo créateur M.S relativement au processus de création de son entreprises.

b1. Le contexte économique

Le contexte économique en rapport avec le processus entrepreneurial de M.S est composé de la main d'œuvre et de la demande sur le marché.

+ La main d'œuvre

Le personnel est composé de contractuels. Il n'est pas facile de le retenir le personnel dans ce domaine d'activité. Il arrive même qu'ils se concertent pour quitter et sans préavis aucun. La main d'œuvre a affecté négativement le créateur et le processus de création de son entreprise. La main d'œuvre est très instable dans ce domaine.

+ La demande

La demande (le marché) a joué un rôle de premier plan dans le processus de création. A l'étape de l'initiation c'est en effet elle qui a guidé le choix de l'idée même du projet. Elle a aussi conforté l'activité de l'entreprise à la consolidation.

« Les gens s'intéressent à l'habillement au Burkina, les gens s'intéressent à l'habillement de qualité (...) Je me suis dit à l'heure actuelle, les gens sont tellement nombreux que l'habillement en fait qu'on ne peut pas dire que l'offre va dépasser la demande, parce que chacun doit s'habiller, c'est un domaine où chaque fois les gens en demandent, (...) » (M.S).

b2. Le contexte institutionnel

Les trois points du contexte institutionnel ont été abordés par le créateur. Il s'agit du dispositif d'accompagnement, du système financier et de l'université.

+ Le système financier

On peut lire à travers le discours du créateur que les banques n'accompagnent pas les jeunes créateurs dans le processus de création.

« (...) quand tu es dans l'habillement, ça demande beaucoup de moyens, il faut que tu cherches beaucoup de tissus, que tu essaies d'améliorer la production en quantité et en qualité. Et on ne peut pas trop compter sur les banques (...) » (M.S).

L'université

Le passage à l'université a joué selon le créateur un rôle clé dans le processus.

« (...) beaucoup de gens qui viennent ici sont des promotionnaires, eux-mêmes ils viennent coudre. Je peux dire que c'est d'abord, le passage à l'université, si je ne suis pas venu à Ouaga je vous assure que je ne peux pas créer cette entreprise-là, je ne peux même pas le faire, parce que euh ! Euh ! Voilà parce que ça m'a créé une ouverture d'esprit. L'université moi ça m'a créé une ouverture d'esprit en fait, parce que y a y a même la communication avec les clients qui viennent tu vois, c'est facile pour moi, j'arrive à les convaincre bon on arrive à s'expliquer et puis à s'entendre (...) » (M.S).

Il est à remarquer que le créateur n'évoque même pas dans son discours les dispositifs d'accompagnement. Quant au système financier, le créateur dit clairement qu'il ne faut pas y compter, à ce stade les banques ne sont pas là quand ils ont besoin d'elles. Elles n'encouragent pas le processus de création. L'université par contre a joué un rôle très important pour le créateur d'abord à travers les compétences qu'il a acquises, ensuite comme levier par lequel se sont développées ses relations secondaires, partie importante de sa clientèle au démarrage.

b3. Le contexte culturel

Le milieu familial formate l'individu dès son jeune âge. L'entrepreneuriat fait partie des éléments de culture inculqués à M.S dès son jeune âge.

« (...) parce que moi à la maison on ne m'a pas appris à demander, on m'a toujours appris à chercher, à chercher pour moi-même, tu vois non (...) ». M.S

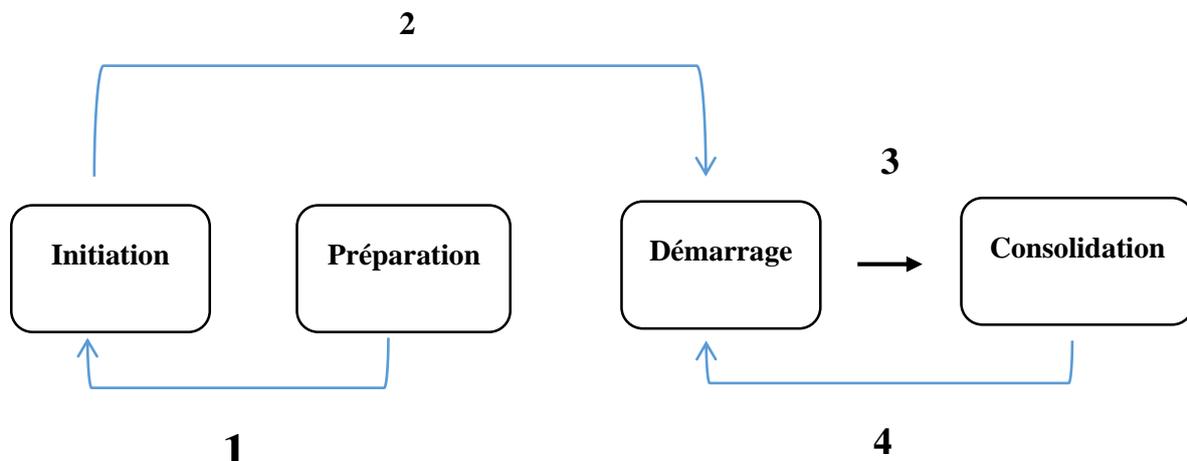
Cette composante a joué un rôle important dans le processus de création de M.S. Le contexte culturel dans lequel il a évolué le prédispose à devenir entrepreneur. Il a beaucoup voyagé, il a grandi auprès d'un entrepreneur pour lequel il a beaucoup d'admiration, etc.

1.1.5.3. Le processus entrepreneurial de M.S

M.S a d'abord mobilisé ses ressources (Préparation). Il s'est par la suite posé la question de savoir ce qu'il peut faire avec ses ressources pour les fructifier. Il trouve une idée et décide de l'exploiter (Initiation). Il s'engage en achetant son premier stock de marchandises qu'il décide de venir revendre à Ouagadougou (Démarrage). Il a suffi de de seulement 5 jours pour passer

au démarrage. Satisfait des résultats de la vente de son premier stock, désormais, il relance les commandes auprès de son fournisseur par l'intermédiaire de sa grande sœur qui réside à Niamey au Niger, chaque fois que le besoin se faisait sentir (Consolidation). Un an après, il décide de diversifier en associant à la vente des produits de la maroquinerie (métier de base) la vente des chemises confectionnées sur place à Ouagadougou. Dorénavant au lieu de transférer de l'argent à sa sœur, il lui envoie des chemises qu'elle revend à Niamey et avec les recettes elle achète les produits de la maroquinerie qu'elle lui envoie à Ouagadougou. L'année suivante le tailleur qui confectionnait les chemises pour M.S, un immigré décide de rentrer dans son pays et proposa à ce dernier de lui racheter ses deux machines à coudre. Les deux assistants qui travaillaient avec lui étant payés à la pièce il a souhaité que M.S continue de travailler avec eux. M.S accepta l'offre et décida à partir de ce moment de se formaliser. Son entreprise emploie 37 personnes dont 35 tailleurs et 2 agents de soutien, le prêt-à-porter devenu l'activité dominante. Le schéma ci-dessous décrit le processus de création de l'entreprise de M.S.

Figure 4.5. Processus de création de M.S



Source : l'auteur

Ce schéma confirme bien le caractère non linéaire du processus suivi par M.S. Il a réalisé un certain nombre d'activités au niveau de chaque étape que nous récapitulons dans le tableau 4.9 ci-dessous.

Tableau 4.9. Les activités réalisées par M.S

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. Identification et réflexion sur l'idée d'affaires 2. Décision de créer	1. Mobilisation de ressources	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Choix de local 4. Première vente	1. Vendre les produits et services 2. Atteinte du SR 3. Diversification 4. Choix de local 5. Embauche des employés 6. Formalisation 7. Mobilisation de ressources

Source : l'auteur

Il y a également des faits qui ont marqué le processus de création de M.S à travers chacune des étapes.

Initiation

M.S est animé par des motivations push et pull : besoin d'argent, indépendance. Mais le processus a été déclenché par la nécessité d'avoir de l'argent et assurer sa survie. C'est donc une création non volontaire.

La demande sur le marché a joué un rôle positif à cette étape, car c'est de là qu'est venue l'idée. « *En fait, j'ai remarqué que les camardes à Ouaga aiment bien les chaussures en cuir (balka)... J'ai donc décidé d'en acheter pour venir revendre à Ouaga* » M.S.

L'université par contre a joué un rôle très important pour le créateur d'abord à travers les compétences qu'il a acquises, ensuite comme levier par lequel se sont développées ses relations secondaires, partie importante de sa clientèle au démarrage.

Préparation

L'activité de M.S était très modeste au démarrage. L'épargne personnelle de M.S a été la seule source de financement pour la création de son entreprise.

« (...) *Moi personne ne m'a aidé quand je commençais mes activités (...). En fait j'ai commencé avec pas grand-chose. J'ai commencé avec 27.500 f CFA (...)* » (M.S)

Démarrage

Le créateur a commencé son activité dans sa chambre d'étudiant. Il a commencé avec un très petit stock qui lui a permis de tester le marché. Cette étape a connu l'influence positive des relations secondaires (ses camarades étudiants qui étaient ses premiers clients et qui lui servaient de canal de communication à travers le bouche à oreille) et de la demande.

M.S n'a pas encore recruté de personnel à cette étape. Il n'a jusque-là connu aucune difficulté apparente. Cela peut s'expliquer par la taille micro de son activité jusque-là. Le démarrage est intervenu juste après l'idée.

Consolidation

M.S a diversifié ses activités à cette étape. Le produit de démarrage n'est plus le produit principal de l'entreprise. Il est même devenu marginal au niveau de sa contribution au chiffre d'affaires de l'entreprise. Il a trouvé un local, embauché des salariés et a procédé à la formalisation de l'entreprise. Son marché se développe car il reçoit de plus en plus des commandes d'une clientèle institutionnelle.

« (...) Et quand je me suis vraiment installé, certaines de mes connaissances m'aident à obtenir des marchés dans leurs services » (M.S).

Avec la croissance que connaît l'entreprise, les difficultés sont apparues traduisant ainsi l'influence défavorable du macro environnement (système financier et de la main d'œuvre).

Et parlant du système financier, le créateur dit clairement qu'il ne faut pas y compter, à ce stade les banques ne sont pas là quand on a besoin d'elles. Les principales difficultés rencontrées sont relatives au financement du BFR. Elles n'encouragent pas le processus de création.

Il a aussi connu des difficultés liées à la main d'œuvre qui l'ont beaucoup marqué: *« Une fois, je me rappelle quand l'atelier commençait à grandir j'avais une douzaine de personnes, sur ces douze personnes ehhhh un bon matin 5 sont parties ehhhh en même temps, 5 qui sont parties en même temps, du coup 5 qui sont parties, vraiment je peux dire que je ne peux jamais oublier parce que ce sont les piliers de l'atelier qui sont partis comme ça, sans raison valable (...) » (M.S).*

On peut retenir au niveau de cette phase, d'une part l'influence favorable du marché et des RS qui se poursuit et d'autre part le rôle défavorable du système financier et de la main d'œuvre.

L'entrepreneur a enfin évoqué la difficulté de plus en plus grandissante à concilier la gestion de l'entreprise et les autres activités, notamment les études qu'il a dû suspendre. L'extrait suivant de son discours illustre bien cette contrainte.

« J'ai plusieurs fois tenté de poursuivre mes études mais le temps matériel me manque, le temps matériel pour bosser me manque. Parce que je me rappelle il y a de cela 2 ans je me suis réinscrit à la faculté de droit en 2^{ème} année, vraiment à la sortie, à la pause quand j'ai vu les appels moi-même j'étais découragé. Sincèrement j'étais découragé parce que je pensais que tout était argent, j'étais découragé, depuis là moi je ne suis plus reparti, mais toujours est-il que j'ai la volonté... » (M.S).

1.1.5.4. Synthèse du processus entrepreneurial de M.S

Le tableau 4.10 suivant présente une synthèse des influences des caractéristiques individuelles et facteurs de l'environnement sur le processus entrepreneurial de M.S.

Tableau 4.10. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de M.S

ETAPES		Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation	
INDIVIDUEL	Motivations					
	Expérience					
ENVIRONNEMENT	MICRO	RP				
		RS				
	MACRO	E	MO			
			M			
		I	A			
			F			
			U			
		C				

Source : l'auteur

1.1.6. Le cas Mlle I

Les caractéristiques individuelles, l'environnement et leurs influences sur les étapes du processus entrepreneurial de Mlle I sont présentés en rapport avec le cadre d'analyse de la recherche.

1.1.6.1. Les caractéristiques

Les motivations

Trois motivations ressortent du discours de Mlle I. Il s'agit du besoin d'autonomie/indépendance, besoin d'argent et celui d'aider les autres à travers la création d'emplois.

L'autonomie/ l'indépendance : ce besoin peut être rapproché dans le cas de Mlle I à celui d'argent.

« *La première motivation, c'est que je voulais être indépendante financièrement* » (Mlle I).

Le besoin d'argent :

« (...) *Et en première année à l'UO, je voulais aller dans une école supérieure privée parce que le rythme à l'UO était perturbé, donc ça n'avancait pas trop. J'ai adressé la demande aux parents, les parents m'ont clairement dit qu'ils peuvent commencer à payer mais ils ne pourront pas terminer parce papa se prépare à aller à la retraite. Il a dit donc ce que tu ne vas pas pouvoir terminer c'est mieux de ne pas commencer... Donc j'ai fait la 1^{ère} année à l'UO en cherchant ce que je vais faire pour pouvoir commencer la 1^{ère} année au sein d'une école supérieure privée. C'est là d'où l'idée m'est venue de créer un cours du soir...* » (Mlle I).

Aider les autres (créer des emplois) : c'est la deuxième motivation dans le classement de la créatrice.

« (...) *la deuxième motivation c'est que je voyais que partout les gens cherchent à être employés mais moi je voulais être un employeur, employer des gens au lieu d'être employée, c'est ce que je voulais euhh réellement. Permettre aussi à ceux qui cherchent des emplois de vaincre un peu le chômage, donc c'était mon objectif (...)* Je voulais que ce soit bénéfique pour moi et pour d'autres individus. » (Mlle I).

L'expérience professionnelle antérieure

La créatrice n'a pas d'expérience professionnelle particulière au sens formelle du terme. Mais déjà au secondaire elle faisait le petit commerce.

L'antécédent social

Mlle I a grandi en famille aux côtés de ses deux parents et entourée de ses frères et sœurs. Son papa était fonctionnaire et sa maman commerçante. Ses frères et sœurs évoluent tous dans

l'entrepreneuriat. C'est après son Bac qu'elle quitte la famille pour rejoindre Ouagadougou afin d'y poursuivre ses études.

Les autres variables individuelles

La créatrice est une étudiante en 1^{ère} année, célibataire, âgée de 21 ans au moment de la création de son entreprise. Elle était en 3^{ème} année de licence en Mines et Carrière au moment de notre première interview en mars 2015.

1.1.6.2. L'environnement

L'environnement de création de Mlle I est composé du micro environnement et du macro environnement.

a. Le micro environnement de Mlle I

Le micro environnement ayant eu une influence sur le processus entrepreneurial de Mlle I se limite à ses relations primaires et secondaires.

«Bon disons que l'esprit d'entreprise, je dirai que c'est un esprit familial parce que euhh presque tous les enfants, disons tous les enfants euhh de la famille sont des entrepreneurs (...) Mais la maman aussi c'est une commerçante, disons que c'est...une entreprenante.» (Mlle I).

Lorsque Mlle I s'est rendu compte qu'elle a des difficultés à contracter avec certains partenaires du fait qu'elle soit une jeune fille, elle a fait appel à un surveillant (RS) pour y remédier.

b. Le macro environnement de Mlle I

b1. Le contexte économique

Le contexte économique ayant influencé le processus de création de Mlle I se limite à la demande.

« Je me suis assise pour évaluer euh le nombre de personnes qui n'ont pas accès au cours du jour à cause de leur travail, à cause de leurs petites activités, j'ai vu que ce nombre était élevé, surtout au niveau du jeune âge (...) » (Mlle I).

b2. Le contexte institutionnel

La créatrice a regretté l'absence de soutien des dispositifs d'accompagnement et la complexité des démarches administratives vécues dans le processus de création de son école. L'extrait suivant de son discours traduit ces difficultés.

« (...) au niveau de l'administration, bon je n'ai pas reçu de financement, je n'ai pas reçu un soutien quelconque comme cela de la part de l'Etat, voilà.(...) les démarches administratives pour obtenir les papiers nécessaires qui prouvent que vraiment l'entreprise existe et c'était pas du tout facile la 1^{ère} année de présenter les candidats, et j'ai été en collaboration avec d'autres écoles qui m'ont aidée à présenter ces candidats là, mais ce n'était pas facile parce que chacun demandait quelque chose en retour. Quand tu poses ton problème, tu as quoi en retour pour qu'on t'aide à résoudre ça (...) » (Mlle I).

En ce qui concerne l'université l'influence exercée se situe à deux niveaux en examinant l'extrait suivant du discours de Mlle I.

« Disons d'abord que j'ai créé parce que je veux financer mes études supérieures (...) ensuite j'évolue dans un milieu de l'enseignement il fallait aussi que je me lance dans ce domaine-là pour pouvoir voir tous les aspects, tous les contours de l'enseignement, pouvoir échanger avec les gens. » Mlle I.

b3. Le contexte culturel

Mlle IM a été éduquée par les entrepreneurs et autour des entrepreneurs. Elle revendique elle-même à travers son discours cette culture.

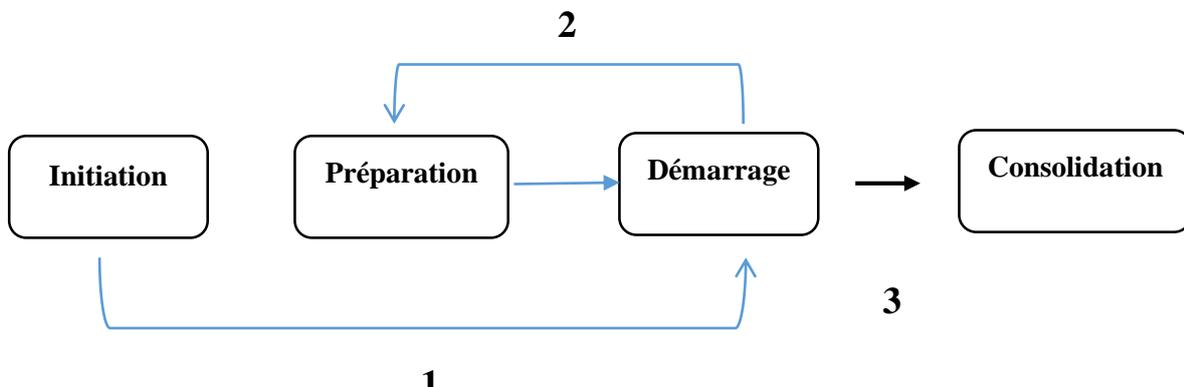
« Bon disons que l'esprit d'entreprise, je dirai que c'est un esprit familial parce que euhh presque tous les enfants, disons tous les enfants de euhh de la famille sont des entrepreneurs. Si je prends l'exemple de mon petit frère à son jeune âge quand il était au primaire lui, il avait déjà commencé l'élevage de la volaille et il voulait agrandir ça ; actuellement il a déjà pu agrandir et il veut aller encore plus loin avec ça. Il y a la grande sœur, elle présentement elle possède une grande boutique, elle aussi elle a commencé le commerce de ce qu'on appelle couramment les friperies, c'est avec ça elle a commencé et elle a évolué dans ça, et aujourd'hui, elle se retrouve environ à 2 boutiques. Il y a le grand frère, lui actuellement il est loin, il...il a sa propre entreprise » (Mlle I).

Toutefois, la culture a aussi eu une influence défavorable sur le processus entrepreneurial de Mlle I. Les enseignants se sont rétractés au moment de la signature des contrats quand ils se sont rendu compte que c'est une jeune fille qui va les embaucher. Les parents d'élèves qui doutaient de la capacité de la jeune fille à bien conduire la mission.

1.1.6.3. *Le processus entrepreneurial de Mlle I.*

Etudiante en 1^{ère} année de géographie à l'UO1 JKZ, Mlle I ne veut pas subir les perturbations et le chevauchement des années, consécutif à ces perturbations. « *Je suis une fille, je n'ai pas la liberté de perdre autant d'années que les garçons* », dit-elle ! Elle a demandé à son papa de l'inscrire dans une école supérieure privée de la place pour y suivre une formation en mines et carrières. A une année de sa retraite, le papa, lui a fait comprendre qu'il n'a pas les moyens, qu'elle doit se résigner comme la plupart de ses camarades et suivre sa formation à l'université publique. Décidée à poursuivre ses études dans le privé (nécessité), elle s'est mise à réfléchir sur ce qu'elle doit faire pour en avoir les moyens. Elle a constaté qu'il n'y a pas de cours du soir dans son quartier. L'idée lui est alors venue d'en créer (Initiation). Elle a tout d'abord obtenu du directeur d'une école privée, de lui louer ses salles de cours les soirs, ensuite elle entreprend les démarches administratives pour obtenir l'autorisation d'ouvrir (Démarrage). Pour ces démarches, elle utilisait déjà les 10.000f qui constituaient sa seule épargne (Préparation). Une partie de cet argent a servi à confectionner des affiches pour la publicité. Au fur et à mesure que les élèves s'inscrivaient l'argent versé était utilisé pour multiplier les affiches et pour acheter les fournitures et matériel didactique nécessaire avant le démarrage des cours. A notre dernier entretien, l'école emploie 2 permanents et 10 vacataires. La figure 4.6 ci-dessous décrit le processus de création de l'entreprise de Mlle I.

Figure 4.6. Processus de création de Mlle I



Source : l'auteur

Ce schéma confirme bien le caractère non linéaire du processus suivi par Mlle I. Elle a réalisé un certain nombre d'activités au niveau de chaque étape que nous récapitulons dans le tableau 4.11 ci-dessous.

Tableau 4.11. Les activités réalisées par Mlle I

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. Identification et réflexion sur l'idée d'affaires 2. Décision de créer	Mobilisation de ressources	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Choix de local, aménagement et installations 4. Embauche des employés 5. Première vente 6. Activité marketing 7. Mobilisation de ressources	1. Activité de marketing 2. Vendre les produits et services 3. Atteinte du SR

Source : l'auteur

Il y a également des faits qui ont marqué le processus de création de Mlle I à travers chacune des étapes.

Initiation

La création de l'entreprise est faite par nécessité, un besoin d'argent pour poursuivre ses études comme l'atteste l'extrait suivant de son discours.

« (...) Et en première année à l'université Ouaga I Joseph Ki-Zerbo (UO I.JKZ), je voulais aller dans une école supérieure privée parce que le rythme à l'UO I était perturbé, donc ça n'avancait pas trop. J'ai adressé la demande aux parents, les parents m'ont clairement dit qu'ils ne peuvent pas parce que papa se prépare à aller à la retraite (...) Donc j'ai fait la 1^{ère} année à l'UO I en cherchant ce que je vais faire pour pouvoir commencer la 1^{ère} année au sein d'une école supérieure privée, l'année suivante (...) » (Mlle I).

Le contexte économique, notamment la demande a été la source de l'idée de projet. C'est l'existence de la demande qui l'a orientée vers ce secteur.

C'est une création par imitation. Il n'y a donc pas de création de nouvelle valeur importante, mais des changements importants dans la vie de la créatrice.

A cette phase la créatrice a commencé les activités de démarrage notamment l'enregistrement à travers la recherche de l'autorisation d'ouverture de son établissement.

Cette étape a été influencée par les motivations, la demande sur le marché et les relations primaires, la culture et l'université.

Préparation

La mobilisation des ressources est la principale activité réalisée par Mlle I à cette étape. Elle n'a pas rédigé de plan d'affaires. Elle n'a pas non plus d'associé.

Ses ressources financières étaient insuffisantes. Elle a lancé l'activité avant de réunir le capital nécessaire. Les versements des clients servaient au fur et à mesure de moyens de financement au démarrage.

Démarrage

Mlle I a réalisé sept activités à l'étape du démarrage. Elle a commencé l'activité marketing et poursuivi la mobilisation des ressources. Cette étape a connu l'influence du macro environnement (dispositif d'accompagnement, culture). On peut citer parmi les plus importantes la complexité des formalités administratives d'un côté et les difficultés liées à son statut de femme, comme l'atteste l'extrait suivant de son discours.

« Disons, au niveau des partenariats ou au niveau de l'administration, bon je n'ai pas reçu un soutien quelconque comme cela de la part de l'Etat (...) les démarches administratives pour obtenir les papiers nécessaires qui prouvent que vraiment l'entreprise existe et c'était pas du tout facile la 1^{ère} année de présenter les candidats, et j'ai été en collaboration avec d'autres écoles qui m'ont aidée à présenter ces candidats là, mais ce n'était pas facile parce que chacun demandait quelque chose en retour. » Mlle I.

« (...) L'échange avec les professeurs parce que une fois qu'ils sont venus déposer leurs demandes d'enseignement et qu'après ils se sont rendus compte que c'est une petite fille qui va diriger l'entreprise bon...chacun se rétracte (...). Il y a aussi les parents d'élèves qui ne sont pas confiants d'abord, qui se disent comment je vais remettre mon enfant entre les mains d'une structure bon... (rire) qui est là et qui est dirigée une petite fille (rire). Ça veut dire pour eux c'est une personne à qui on ne peut pas faire confiance » (Mlle I).

C'est comme s'il faut être un homme d'un certain âge pour entreprendre dans l'éducation.

Les relations secondaires ont également influencé cette étape. Le verbatim suivant traduit cette influence.

« J'ai dû demander à un surveillant, qui était d'un certain d'âge de m'aider avec les enseignants (...) » Mlle I.

L'enregistrement a été fait à l'étape d'initiation. Car juste après la validation de l'idée, la créatrice est allée chercher une autorisation d'ouverture. C'est aussi à cette étape qu'elle a commencé les activités marketing.

Consolidation

Il n'y a pas de planification formelle. L'étape a connu une influence positive de l'environnement, notamment la hausse de la demande. Avec l'accroissement de ses activités, la difficulté à concilier le temps exigé par l'entreprise avec les autres activités notamment les études semble encore augmenter. Elle a fini par suspendre ses études à partir de la licence³ et a recruté deux employés permanents pour l'aider dans la gestion. Le nombre d'enseignants contractuels est quant à lui passé à 10.

1.1.6.4. Synthèse du processus entrepreneurial de Mlle I.

Le tableau 4.13 suivant présente une synthèse des influences des caractéristiques individuelles et facteurs de l'environnement sur le processus entrepreneurial de Mlle I.

Tableau 4.12. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de Mlle I

ETAPES			Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation	
INDIVIDU	Motivations						
	Expérience						
	Statut matrimonial						
	Sexe						
ENVIRONNEMENT	MICRO	RP					
		RS					
	MACRO	E	MO				
			M				
		I	A				
			F				
			U				
		C					

Source : l'auteur

Ce sous point nous a permis de présenter pour chacun des six primo créateurs son processus entrepreneurial en rapport avec notre modèle d'analyse. Cela nous a permis de constater finalement que chaque création est un cas unique. Pour affiner davantage notre étude nous proposons de réaliser dans le point suivant une étude inter-cas.

1.2. L'étude inter-cas

Ce point a pour objectif de confronter les cas pour ressortir les éléments de ressemblance et de dissemblance. Il s'est agi de croiser les résultats des différents cas. Nous avons alors repris la description et l'analyse du processus entrepreneurial des six cas retenus à travers les quatre étapes du processus retenues. Nous présenterons d'abord les caractéristiques des primo créateurs et leurs environnements de création, les activités réalisées, ensuite les influences des caractéristiques individuelles et de l'environnement.

1.2.1. Une diversité de profils des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso regroupés en créateurs volontaires et non volontaires

Sept facteurs sont utilisés dans la caractérisation de cette dimension. Il s'agit des motivations, de l'expérience professionnelle antérieure, des facteurs de déclenchement, de l'antécédent social, du statut matrimonial, du niveau d'éducation et du sexe. Chaque facteur ici représente donc une sorte de synthèse des observations énumérées dans l'étude intra-cas. Les profils des primo créateurs sont alors construits autour de ces synthèses.

1.2.1.1. Les motivations

Les motivations représentent les éléments caractéristiques des plus importants chez les créateurs. En l'absence de motivations, il n'y a pas de création possible. Comme évoquées dans la littérature ces motivations peuvent être push ou pull. Ainsi, cinq motivations principales sont apparues dans les discours des primo créateurs. Le tableau 4.13 suivant présente les différents éléments de motivation des six créateurs retenus dans le cadre de notre recherche.

Tableau 4.13. Les motivations des primo créateurs

Motivation		HOMMES			FEMMES		
		M.L	M.Z	M.S	Mlle K	Mme Z	Mlle I
Pull	Autonomie/indépendance	X	X	X	X	X	X
	Réalisation de soi/amour du métier	X	X		X		
	Gout de l'aventure/défi	X	X				
	Aider les autres (créer des emplois)				X		X
Push	Besoin d'argent			X			X

Source : l'auteur

La lecture de ce tableau permet d'identifier deux catégories de motivations au sens de Shapero que sont les motivations *pull* et les motivations *push*. Les facteurs *push* représentent selon Cornet et Costantidinis (2004) les modes de création relevant de la nécessité, alors que les facteurs *pull* relèvent du désir ou de l'opportunité de créer une entreprise.

Les motivations *pull* apparues sont : autonomie/indépendance, réalisation/amour du métier, gout de l'aventure/défi et la création d'emplois.

Parmi les motivations *pull*, le besoin d'indépendance est une motivation présente chez tous les primo créateurs.

Les motivations *push* sont : besoin d'argent ou nécessité.

Les extraits suivants des discours de deux primo créateurs concernés par ces motivations permettent de bien saisir l'aspect nécessité de la création.

« (...) Et en première année à l'université Ouaga I Joseph Ki-Zerbo (UO I.JKZ), je voulais aller dans une école supérieure privée parce que le rythme à l'UO I était perturbé, donc ça n'avancait pas trop. J'ai adressé la demande aux parents, les parents m'ont clairement dit qu'ils peuvent commencer à payer mais ils ne pourront pas terminer parce que papa se prépare à aller à la retraite. Il a dit donc ce que tu ne vas pas pouvoir terminer c'est mieux de ne pas commencer... Donc j'ai fait la 1^{ère} année à l'UO I en cherchant ce que je vais faire pour pouvoir commencer la 1^{ère} année au sein d'une école supérieure privée, l'année suivante. C'est là d'où l'idée m'est venue de créer un cours du soir... » (Mlle I).

« (...) Bon je me suis dit que euhhhhh ce qui m'a poussé en fait à créer, à commencer en fait quand j'étais sur le banc euhhhh comment on appelle ça euh...y avait des situations difficiles que nous les étudiants on rencontrait parce la bourse ne venait pas donc, ça venait à compte goutte ça venait à compte goutte, cet aspect-là et puis bon euh l'envie, l'envie de créer, j'ai l'envie aussi de créer, de créer quelque chose pour essayer de...parce que moi à la maison on ne m'a pas appris à demander on m'a toujours appris à chercher à chercher pour moi-même, tu vois non, et puis moi-même là où je suis vraiment je n'aime pas chaque fois dire aux parents il faut envoyer ceci il faut envoyer cela, moi j'ai préféré en tout cas commencer par la vente des chemises là pour remédier vraiment à mes petits petits problèmes (...) » (M.S).

On constate également dans ce tableau qu'il y a des motivations spécifiques aux hommes et des motivations spécifiques aux femmes.

Les motivations spécifiques aux hommes sont le goût de l'aventure/défi et celles spécifiques aux femmes que nous qualifions de *maternalistes* : aider les autres (créer des emplois). Ce type de motivation ressort clairement dans les extraits du discours de deux primo créatrices de notre échantillon.

En effet le goût de l'aventure/défi évoque la notion de risque, la propension à prendre des risques. Ces résultats laissent supposer que les hommes évoquent et assument plus le goût de risque lié à l'entrepreneuriat. Quant à la motivation spécifique aux femmes à savoir « aider les autres » que nous qualifions de motivation *maternaliste* elle peut s'expliquer par l'instinct maternel des femmes. En effet dans notre société la femme semble plus se préoccuper du social, se soucier plus des conditions de vie de la famille et des autres.

En intégrant les facteurs de déclenchement dans l'analyse du processus entrepreneurial on retrouve la même catégorisation à savoir des déplacements positifs (facteurs de déclenchements *pull*) et des déplacements négatifs (facteurs de déclenchement *push*) et de façon nettement tranchée.

Les facteurs de déclenchement positifs (déplacements positifs) :

Quatre des six primo créateurs ont vu leurs processus de création se déclencher par ces facteurs. Il s'agit de M.L, M.Z, Mlle K et Mme Z. Les extraits suivants de leurs discours sont évocateurs de déplacements positifs.

« *A la fin de ma formation continue (master) en Management de Projet, j'ai senti qu'il était temps de créer mon propre cabinet...* » (M L).

« *Il y avait l'éventualité que je sois promu à un poste de responsabilité... J'ai senti qu'il était alors temps de créer car si je venais à être nommé cela risquait de repousser encore la création...* »

« *Sincèrement c'est en côtoyant les entrepreneurs dans le cadre mon travail, en les côtoyant ça m'a donné plus de courage pour entreprendre, voilà (...) j'ai vu qu'il y avait des femmes qui n'étaient pas dans ma situation, qui n'étaient pas dans mes conditions qui entreprenaient et ça marchait ! Et je me suis dit bon pourquoi pas moi aussi !* » (Mme Z).

« *Une fois je circulais j'ai vu un local qui était en location, je me suis renseigné et on m'a dit c'était tjrs disponible et puis bon voilà, les démarches ont commencé (...) il y a aussi le fonds de développement économique et social qui avait été mis en place, j'avais vu la publicité à la télé, j'ai déposé mon dossier (...) avoir un peu de ressources supplémentaires ça va permettre de de ...réaliser mon projet que je...je veux réaliser depuis deux années (...)* » (Mlle K).

Les déplacements négatifs (facteurs de déclenchement push)

Deux primo créateurs M.S et Mlle I ont vu leurs processus de création déclenchés par les facteurs push. Les verbatim suivants extraits de leurs discours en donnent une illustration.

« L'élément fondamental ce sont mes propres études, parce que je voulais euh obligatoirement commencer mon cours dans une école supérieure privée pour avancer rapidement, c'était le facteur fondamental. Il me fallait trouver de l'argent pour financer mes études » (Mlle I).

« (...) y avait des situations difficiles y'avait des situations difficiles que nous les étudiants ... on rencontrait parce que la bourse ne venait pas donc, ça venait à compte goutte, cet aspect-là ...là où je suis vraiment je n'aime pas chaque fois dire aux parents il faut envoyer ceci il faut envoyer cela, moi j'ai préféré en tout cas commencer par la vente des chemises là pour remédier vraiment à mes petits problèmes » (M.S).

La prise en compte des facteurs de déclenchement vient renforcer la catégorisation des primo créateurs selon leurs motivations, notamment en primo créateurs volontaires et non volontaires. Le tableau 4.14 suivant présente les différents facteurs de déclenchement du processus entrepreneurial des créateurs de notre échantillon.

Tableau 4.14. Les facteurs de déclenchement du processus

Facteurs de déclenchement	HOMMES			FEMMES		
	M.L	M.Z	M.S	Mlle K	Mme Z	Mlle I
Pull	X	X		X	X	
Push			X			X

Source : l'auteur

La lecture de ce tableau nous révèle deux catégories de créateurs :

- Ceux dont le processus a démarré à la suite de facteurs positifs (*pull*) : M.Z, M.L, Mlle K et Mme Z. le processus de création est alors volontaire.
- Ceux dont le processus a commencé à la suite des facteurs négatifs (*push*) : M.S et Mlle I dont le processus de création est non volontaire.

On perçoit également à ce niveau que d'une part, les facteurs de déclenchement positifs concernent les créateurs qui ont une expérience professionnelle et les facteurs de déclenchement

négatifs concernent uniquement les étudiants, n'ayant pas encore d'expérience professionnelle formelle.

Nous avons donc chez les deux primo créateurs (M.S et Mlle. I) à la fois des motivations push et des motivations pull. Mais ce sont les motivations push qui ont conduit au déclenchement du processus entrepreneurial.

1.2.1.2. L'expérience professionnelle antérieure

L'expérience professionnelle peut jouer un rôle important dans le processus de création d'entreprise. Parmi les six primo créateurs de notre échantillon, quatre ont des expériences professionnelles formelles. Il s'agit de M.L, M.Z, Mlle K et de Mme Z, tous des créateurs volontaires. Les verbatim suivants traduisent pour l'essentiel leurs différentes expériences.

« (...) voilà donc j'ai eu la chance de piloter un département pendant des années, 9 ans, ça m'a permis quand même de voir mes potentialités (...) là où j'étais, il y avait beaucoup de cabinets qui venaient, on partageait beaucoup les méthodes de travail, le dynamisme et tout et tout... » M.L.

« J'ai passé 2 ans dans un cabinet d'avocat. Après j'ai travaillé pendant 5 ans dans l'administration publique comme inspecteurs des impôts » M.Z.

« J'ai travaillé pendant 3 ans comme chargée d'affaires dans une banque de la place. Après la banque, j'étais dans l'association des hommes d'affaires, je voulais mieux connaître ce monde ». Mlle K

« Après des stages au PNUD, u CILSS, à l'Assemblée Nationale, j'ai travaillé pendant 3 ans comme expert en accompagnement à la MEBF (...) ».

1.2.1.3. Les autres variables

L'antécédent social (être orphelin, être séparé de ses parents, etc.) est entendu ici comme une situation vécue par un individu, sensée développer en lui des aptitudes comme par exemple « apprendre à se débrouiller seul, la combativité, la persévérance, etc. ». Cette existence très dure souvent, incite peut-être par la suite l'individu à une plus grande prise de risque et une peur moindre face à des situations difficiles qui lui paraissent finalement moins dramatiques. Les créateurs ont vécu des situations ou des événements de nature à forger leur personnalité, à développer certaines aptitudes notamment le courage, la capacité d'adaptation au changement, etc. Ils ont tous eu des antécédents sociaux. Ils ont quitté leurs familles après le baccalauréat pour poursuivre leurs études soit à l'extérieur soit dans une autre ville du pays. Ils ont vécu la rivalité. Quatre d'entre eux sont mariés et deux sont célibataires au moment de la création de leur entreprise. Le tableau 4.15 suivant, présente les profils de six primo créateurs de notre échantillon.

Tableau 4.15. Les profils des primo créateurs

Éléments		M.L	M.Z	M.S	Mlle K	Mme Z	Mlle I
Motivations	Pull	X	X	X	X	X	X
	Push			X			X
Facteurs de déclenchement		Positif	Positif	Négatif	Positif	Positif	Négatif
Expérience professionnelle		X	X		X	X	
Antécédent social		X	X	X	X	X	X
Niveau éducation		Bac+5	Bac+5	Bac+1	Bac+5	Bac+5	Bac+1
Sexe		M	M	M	F	F	F
Statut matrimonial		Marié	Marié	Marié	Célibataire	Mariée	Célibataire

Source : l’auteur

Le tableau 4.15 ci-dessus montre que tous les primo-créateurs ont des motivations pull et un antécédent social. Il nous permet de distinguer deux catégories de primo créateurs selon les motivations.

Ceux qui ont des motivations « pull », appelés primo créateurs volontaires. Ils ont chacun une expérience professionnelle formelle et ont au moins un diplôme bac+5. Il s’agit de M.L, M.Z, Mlle K et Mme Z.

Ceux qui ont à la fois des motivations « pull et push », appelés primo créateurs non volontaires car ils sont poussés vers la création. Les facteurs de déclenchement sont négatifs chez ces derniers alors qu’ils sont positifs chez les quatre autres. Ils n’ont pas d’expérience professionnelle formelle et ont un niveau bac+1 à la création. Il s’agit de M.S et de Mlle I.

Enfin quatre sont mariés et deux célibataires au moment de la création de leurs entreprises.

Les caractéristiques individuelles des primo créateurs présentées, nous présentons par la suite leurs influences sur le processus de création d’entreprises.

Donc la variable individu, dans le modèle du processus entrepreneurial des primo créateurs se définit à travers quatre composantes : les motivations du créateur, l’expérience professionnelle antérieure, le sexe et le statut matrimonial.

1.2.2. Les primo créateurs DES/BF ne réalisent pas tous les mêmes activités au cours de leurs processus entrepreneuriaux

Nous présentons au niveau de ce point les activités réalisées par tous les primo créateurs d'abord, les primo créateurs volontaires ensuite, les primo créateurs non volontaires enfin.

1.2.2.1. Les activités réalisées par tous les primo créateurs

Le tableau 4.16 suivant présente les activités réalisées par les six primo créateurs de l'échantillon.

Tableau 4.16. Les activités réalisées par les six primo créateurs

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. Identification et réflexion sur l'idée d'affaires 2. Réflexion et développement de l'idée 3. Décision de créer	1. Rédaction du plan d'affaires 2. Mobilisation de ressources 3. Constitution de l'équipe entrepreneuriale	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Aménagement et installations 4. Développement du premier produit 5. Embauche des employés 6. Première vente 7. Mobilisation de ressources 8. Activité de marketing	1. Activité de marketing 2. Vendre les produits et services 3. Atteinte du SR 4. Diversification 5. Enregistrement juridique 6. Gestion 7. Mobilisation de ressources 8. Rédaction du plan d'affaires 9. Embauche des employés

Source : l'auteur

La lecture du tableau 4.16 ci-dessus montre qu'il n'y a pas d'activités spécifiques nouvelles par étape autres que celles déjà identifiées dans la littérature.

Ensuite, aucun des primo créateurs n'a à lui seul réalisé l'ensemble de ces activités. On peut remarquer aussi qu'il y a des activités courantes et importantes dans le processus de création qui ne sont pas réalisées par les primo créateurs. Il s'agit de l'enregistrement de marque et de la planification. On remarque ensuite qu'il y a des activités qu'on retrouve dans deux étapes (rédaction du plan d'affaires, embauche des employés, enregistrement juridique, activité de marketing) voire dans trois étapes (mobilisation de ressources), ce qui confirme qu'il y a dans certains cas un chevauchement entre les étapes d'un même processus. Ce chevauchement commence à partir de la 2^{ème} étape.

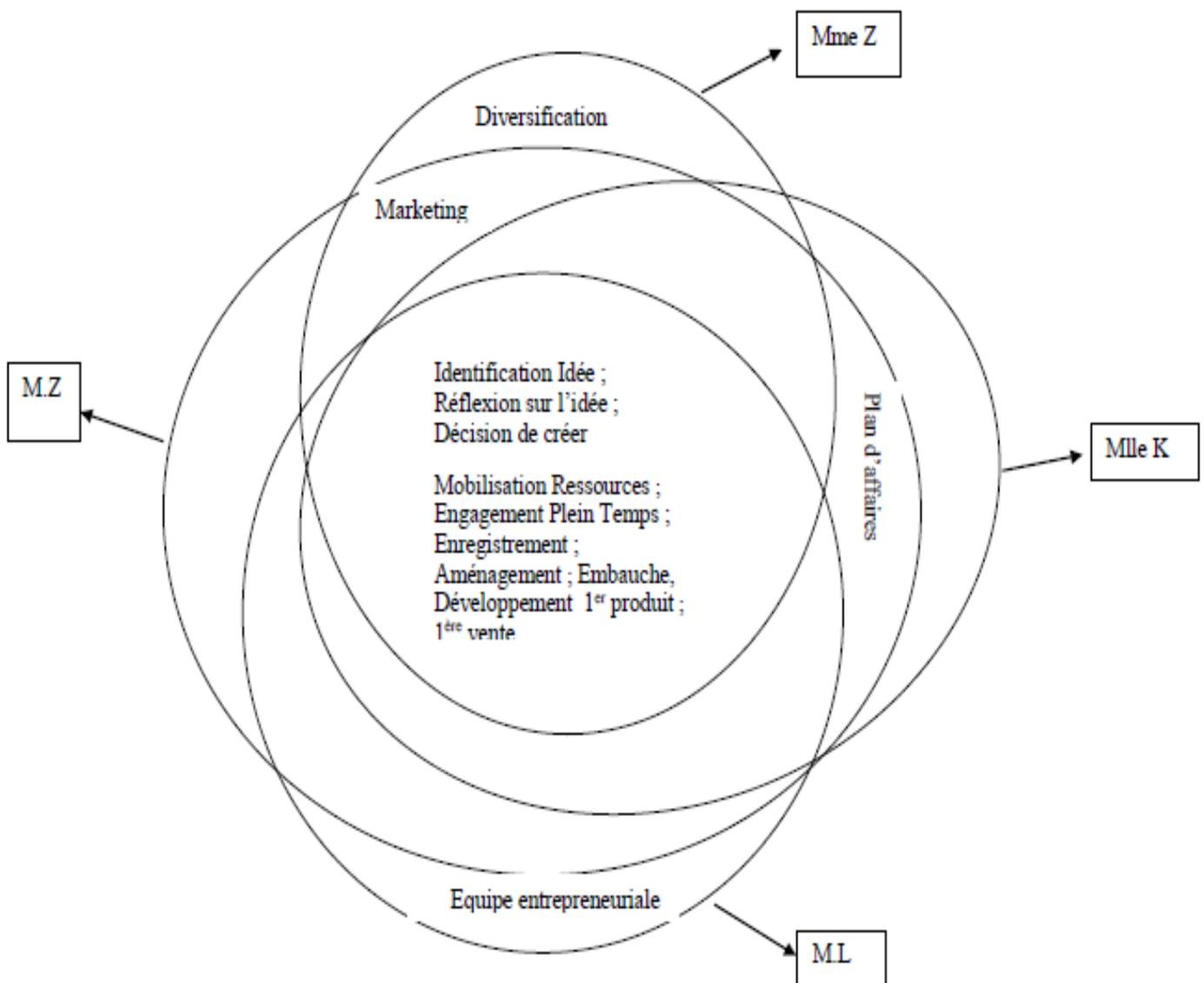
En effet, nous avons six cas de création. Il est donc important de souligner que le processus de création d'entreprises est particulier à chaque cas. Nous avons observé dans notre recherche et ce relativement à leurs motivations deux types de primo créateurs : les primo créateurs

volontaires et les primo créateurs non volontaires. Pour prendre en charge ces spécificités nous proposons d'étudier chacune des catégories séparément.

1.2.2.2. Les primo créateurs volontaires

Les primo créateurs volontaires sont au nombre de quatre. Il s'agit de M.L, M.Z, Mlle K et Mme Z. la figure 4.7 ci-dessous présente les activités réalisées par chacun des primo créateurs volontaires.

Figure 4.7. Les activités réalisées par les primo créateurs volontaires



Source : l'auteur

La lecture de ce graphique montre bien que les primo créateurs volontaires n'ont pas tous réalisé les mêmes activités au niveau des différentes étapes du processus.

A côté des activités communes à tous les primo créateurs, on relève des activités spécifiques.

Ainsi :

- M.Z et Mme Z ont réalisé des activités marketing et Mme la diversification.
- M.Z et Mlle K ont rédigé chacun un plan d'affaires
- M.L a mis en place une équipe entrepreneuriale.

Les quelques disparités qui apparaissent feront l'objet d'analyse dans les lignes suivantes concernant les étapes. Le tableau 4.17 suivant présente les activités qu'ils ont réalisées au niveau de chacune des étapes.

Tableau 4.17. Les activités réalisées par les primo créateurs volontaires

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. Identification et réflexion sur l'idée d'affaires 2. Décision de créer	1. Rédaction du plan d'affaires 2. Mobilisation de ressources 3. Constitution de l'équipe entrepreneuriale	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Aménagement et installations 4. Développement du premier produit ou service 5. Embauche des employés 6. Première vente	1. Activité de marketing 2. Vendre les produits et services 3. Atteinte du SR 4. Diversification 5. Gestion 6. Rédaction du plan d'affaires

Source : l'auteur

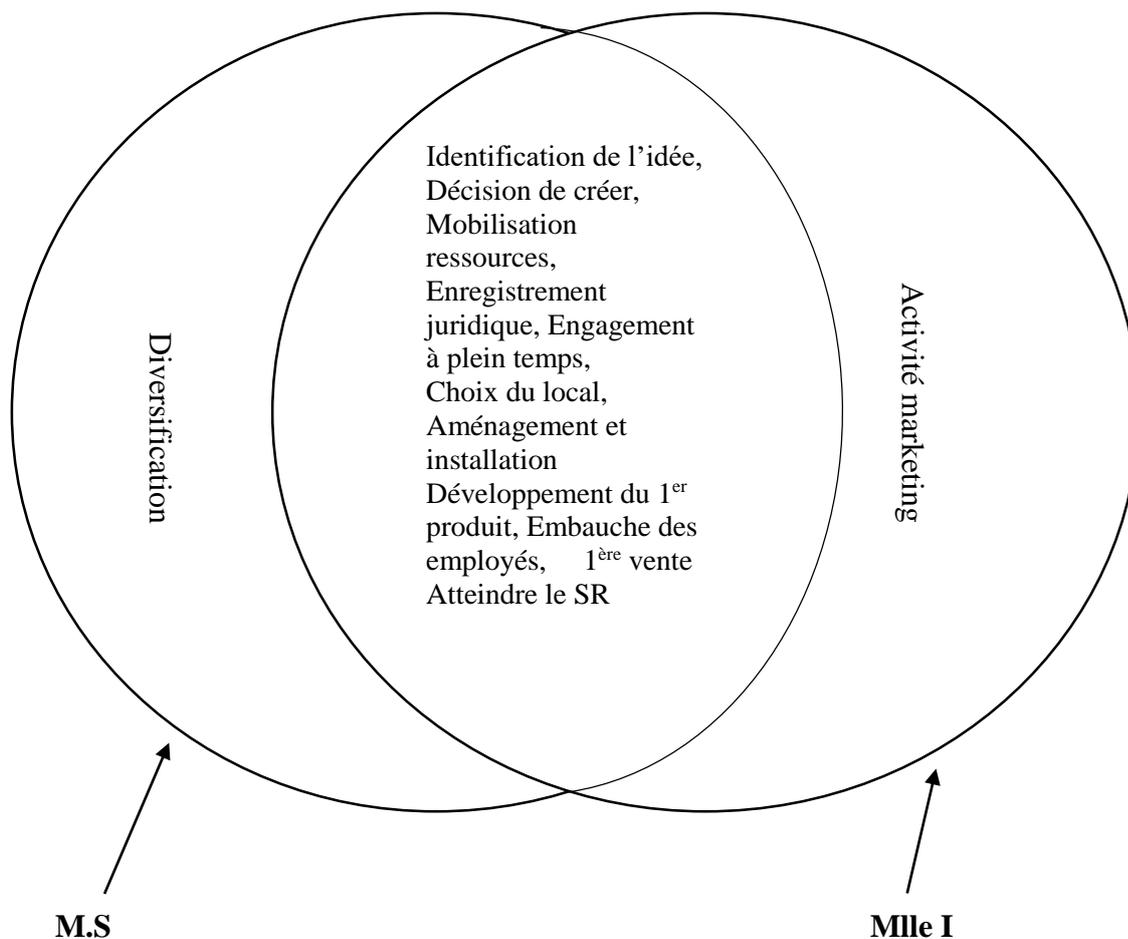
Le tableau 4.17 ci-dessus montre qu'une activité à savoir la rédaction du plan d'affaires a été réalisée au niveau de l'étape de préparation et celle de consolidation. Il ne s'agit pas d'un chevauchement entre les deux étapes. M.Z a rédigé son plan d'affaires pour solliciter un crédit auprès d'une banque afin de financer son BFR. Mlle K qui l'a rédigé à l'étape de préparation l'a fait pour postuler au financement du FONADES, un fonds qui accompagne les jeunes porteurs de projet. Ainsi, non seulement les primo créateurs n'ont pas eux tous réalisé les

mêmes activités, mais aussi il y a des activités communes qui sont réalisées à des étapes différentes.

1.2.2.3. Les primo créateurs non volontaires

Les primo créateurs non volontaires sont au nombre de deux. Il s'agit de M.S et Mlle I. La figure suivante présente les activités réalisées par chacun des deux primo créateurs.

Figure 4.8. Les activités réalisées par les primo créateurs non volontaires



Source : l'auteur

Tout comme pour les primo créateurs volontaires, la figure 4.8 ci-dessus montre qu'aucun des deux primo créateurs n'a à lui seul réalisé l'ensemble des activités énumérées. De plus il y a des activités qui distinguent les deux : la diversification chez M.S et le marketing chez Mlle I.

Le tableau 4.18 suivant présente les activités qu'ils ont réalisées au niveau de chacune des étapes.

Tableau 4.18. Les activités réalisées par les primo créateurs non volontaires

Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
1. Identification et réflexion sur l'idée d'affaires 2. Décision de créer	1. Mobilisation de ressources	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à plein temps dans le projet 3. Choix de local, 4. Aménagement et installations 5. Développement du 1 ^{er} produit 6. Embauche des employés 7. Première vente 8. Activité marketing 9. Mobilisation de ressources	1. Activité de marketing 2. Vendre les produits et services 3. Atteinte du SR 4. Activité de gestion 5. Diversification 6. Formalisation 7. Embauche des employés 8. Mobilisation des ressources

Source : l'auteur

Le tableau 4.18 ci-dessus montre que la mobilisation de ressources a été la seule activité réalisée à la phase de préparation. Elle s'est poursuivie jusqu'à la phase de consolidation. D'autres activités comme le marketing et l'embauche des employés se sont également déroulées sur deux étapes, celles du démarrage et de la consolidation.

Contrairement aux primo créateurs volontaires on constate chez les non volontaires qu'il y a un chevauchement des activités entre les étapes. Le processus n'a pas forcément commencé avec les activités de l'étape d'initiation. Donc l'ordre chronologique des étapes n'est pas respecté (voir figures 4.5 et 4.6).

1.2.3. Les processus entrepreneuriaux suivent des logiques causale ou effectuale

De même, quelques extraits des discours suivants des primo créateurs volontaires renvoient à une logique causale de création.

« J'ai eu la chance de piloter un département pendant des années, ça m'a permis quand même de voir mes potentialités, c'est ça qui m'a déterminé à aller ouvrir un cabinet. Je voulais aller plus loin...j'ai pour cela fait un master en management de projet avant de me lancer... ». M.L

« Quand j'ai fait le concours pour sortir inspecteur des impôts, il était clair pour moi que je devais quitter pour ouvrir mon cabinet. J'y étais pour juste bien connaître le métier, avoir de l'expérience ». M.Z

« J'avais deux idées : un cabinet de conseils et la restauration. J'ai après calcul, choisi la restauration parce que sincèrement ça donne très vite... dès les 6 premiers mois tu as du bénéfice ». Mme Z.

« (...) vous allez voir dans mon cursus scolaire c'est plus de l'entrepreneuriat que j'ai fait comme études, à mon retour (...) j'ai créé ma propre structure (...) Choisir ce secteur là c'est parce que tu constates que c'est un marché porteur c'est vrai, j'ai fait mon business plan (...)».
Mlle K.

Chez ces créateurs, il y a bien une logique à suivre, les activités à mener sont prévues, il y a des étapes à suivre, chacune avec ses activités, leur ordre d'exécution est aussi connu et respecté. Il n'y a pas de chevauchement évident entre les étapes et la progression dans l'exécution des étapes a respecté l'ordre chronologique indiqué.

C'est la parfaite illustration d'un processus causal. Dans cette logique, l'entrepreneur cerne tous les contours de son activité avant de se lancer. Il établit un business plan, déroule une stratégie dans l'optique de savoir quel produit il va proposer et vendre. C'est la vision classique de l'entrepreneuriat. Le plan est précis, le produit est identifié et le marché est bien ciblé (Tessier-Dargent, 2015).

De ce qui précède, on peut soutenir que les primo créateurs volontaires adoptent une logique causale.

Nous présentons à la suite le processus de création non volontaire.

Chez eux, la création n'était pas quelque chose de planifié à l'avance. Tout comme le disaient Read et Sarasvathy, (2005) relativement à l'effectuation, il n'est ainsi pas nécessaire d'essayer de prédire l'avenir au moment de la création. Dans la mesure où nous pouvons contrôler l'avenir, nous n'avons plus besoin de le prévoir.

Les deux primo créateurs non volontaires semblent s'inscrire dans une logique d'effectuation. Ils privilégient l'action sur l'analyse. Cette position est confirmée par les extraits suivants de leurs discours :

«(...) y avait des situations difficiles y'avait des situations difficiles que nous les étudiants ... on rencontrait parce que la bourse ne venait pas donc (...) j'ai préféré en tout cas commencer par la vente des chaussures là pour remédier vraiment à mes petits petits problèmes » M.S.

« (...) je voulais aller dans une école privée parce que le rythme à l'UO I était perturbé, donc ça n'avancait pas trop. (...) mes parents m'ont clairement dit qu'ils ne peuvent pas payer (...) Donc j'ai fait la 1^{ère} année à l'UO I en cherchant ce que je vais faire pour pouvoir commencer la 1^{ère} année au sein d'une école supérieure privée, l'année suivante. C'est là d'où l'idée m'est venue de créer un cours du soir » Mlle I.

Ces primo créateurs partent des moyens à leur disposition, leurs compétences, leurs ressources matérielles, plutôt que de se fixer un but prédéterminé. Leur situation d'entrepreneurs par « nécessité » fait que M.S et Mlle I n'ont pas d'autre choix que de penser en termes de pertes acceptables (pensée effectuale). De toute façon, ils ne disposent que de très peu de fonds et ne peuvent emprunter compte-tenu de leur situation précaire, de leur extrême fragilité financière. Ils n'osaient même pas penser aux banques. Les extraits suivants de leurs discours illustrent bien cette idée.

« En fait j'ai commencé avec pas grand-chose, 27.500 francs CFA je crois (...) » (M.S).

« Quand je commençais l'entreprise j'avais environ 10.000 francs CFA entre les mains, c'est avec ça que j'ai commencé, avec les photocopies (...), faire la publicité et de plus en plus que les gens venaient s'informer et que d'autres personnes venaient s'inscrire j'utilisais cet argent pour poursuivre la publicité » (Mlle I).

De ce qui précède nous pouvons comprendre que le processus entrepreneurial des primo créateurs non volontaires illustre une logique effectuale.

Après les étapes et les activités nous présentons dans les tableaux qui suivent, les influences enregistrées lors du processus de création à travers les caractéristiques individuelles d'une part, les facteurs de l'environnement d'autre part.

1.2.4. Les primo créateurs sont influencés différemment par des caractéristiques individuelles et des facteurs de l'environnement

Les caractéristiques individuelles et les facteurs de l'environnement ont influencé les processus entrepreneuriaux des primo créateurs. Le tableau 4.19 suivant présente les facteurs d'influences et leurs influences sur les processus des primo créateurs.

Tableau 4.19. L'influence des caractéristiques individuelles et facteurs environnementaux sur les processus des six primo créateurs

Facteurs d'influence		M.L	M.Z	M.S	Mlle K	Mme Z	Mlle I
Individuels	Motivation						
	Expérience						
	Statut mat						
	Sexe						
Micro	RP						
	RS						
Macro	E	MO					
		M					
	I	A					
		F					
		U					
	C						

Source : l'auteur

Le tableau 4.19 ci-dessus montre qu'il y a des facteurs d'influence communs à l'ensemble des primo créateurs : le marché, les dispositifs d'accompagnement, RP, RS, l'Université et la Culture.

Le tableau 4.20 montre également qu'il y a des facteurs d'influence spécifiques. Il s'agit de :

- MO qui ne concernent que deux primo créateurs (M.L et M.S) ;
- F qui ne concerne que (M.Z et M.S) ;
- L'expérience qui ne concernent que M.L et M.Z ;
- enfin Statut matrimonial qui ne concerne que le cas Mme Z.

Toutefois, le tableau 4.20 ne révèle pas l'existence de facteurs d'influence de l'environnement spécifiques aux créateurs volontaires ou aux créateurs non volontaires.

Nous aborderons par conséquent l'analyse de ces influences sans distinguer les volontaires des non volontaires. Nous présentons d'abord les influences des caractéristiques individuelles, ensuite celles des facteurs de l'environnement.

1.2.4.1. Influences des caractéristiques individuelles

Les influences sont appréhendées à travers des extraits de discours des primo créateurs relativement à chacune des variables à travers leurs composantes.

Le tableau 4.20 qui suit, présente une synthèse des verbatim interprétés comme traduisant des influences des caractéristiques individuelles sur le processus entrepreneurial des primo

créateurs. La nature de l'influence et l'étape à laquelle l'influence a lieu sont également précisées.

Tableau 4.20. L'influence des facteurs individuels

Les variables	Verbatim extraits des réponses des interviewés	Étapes
Motivations	<p><i>Pull : Autonomie/indépendance, Réalisation de soi/amour du métier, Gout de l'aventure/défi, Aider les autres (créer des emplois)</i></p> <p>« (...) j'ai toujours cherché à être autonome pour pouvoir conduire les choses (...) ».</p> <p>« (...) créer quelque chose pour pouvoir aider les autres (...) »</p> <p><i>Push : Besoin d'argent</i></p> <p>« y avait des situations difficiles que nous les étudiants on rencontrait (...) moi j'ai préféré en tout cas commencer par la vente des chemises »</p>	Initiation
Expérience	<p>« Je crois qu'il faut essayer d'agir dans ce domaine, au lieu de me hasarder à aller sur d'autres domaines que je ne maîtrise pas »</p> <p>« En fait, j'ai choisi le secteur parce que j'avais de l'expérience »</p>	Initiation
Statut matrimonial	« mon mari m'a beaucoup soutenue euh... En tout cas mon mari m'a beaucoup aidé, beaucoup ».	Initiation, préparation, démarrage
Sexe (femme)	<p>« Mon statut de femme fait que les gens ont du mal à traiter avec moi, on me néglige (...) c'est c'est bizarre mais le féodalisme c'est ça ! »</p> <p>« quand après ils se sont rendus compte que c'est une petite fille qui va diriger l'entreprise (...) chacun se rétracte »</p>	Démarrage

Source : l'auteur

NB : nous avons mis en **BLEU** les verbatim interprétés comme favorables et en **NOIR** ceux interprétés comme défavorables au processus entrepreneurial.

Il ressort du tableau ci-dessus 4.20 qu'il y a des facteurs d'influence communs à l'ensemble des primo créateurs : les motivations.

L'expérience professionnelle antérieure a influencé positivement les processus de deux primo créateurs que sont M.L et M.Z.

Le sexe (être femme) a été défavorable sur les processus de deux primo créatrices que sont Mme Z et Mlle I.

Enfin le statut matrimonial a joué favorablement sur le processus entrepreneurial de Mme Z.

A la suite des caractéristiques individuelles, nous présentons les influences de l'environnement.

1.2.4.2. Les primo-créateurs sont influencés différemment par des facteurs de l'environnement

L'environnement est la variable présentée par la littérature comme étant celle qui exerce le plus d'influence sur le processus entrepreneurial. Nous présentons dans le cadre cette recherche les influences du micro environnement d'abord et ensuite celles du macro environnement.

a. Les influences du micro environnement

Les verbatim dans le tableau 4.21 suivant proviennent des discours des primo créateurs en rapport avec leur environnement de création, particulièrement le micro environnement.

Tableau 4.21. Les influences du micro environnement

Les variables		Verbatim extrait des réponses des interviewés	Étapes
Micro environnement	RP	<ul style="list-style-type: none"> - <i>oncle entrepreneur, source d'inspiration</i> - <i>des actes que je pose, c'est sa copie</i> - <i>mes frères et sœurs et ma maman sont entrepreneurs, ils m'encouragent</i> - <i>mon frère m'a aidé avec quelques photocopies</i> 	Initiation, Démarrage et consolidation
	RS	<ul style="list-style-type: none"> - <i>mon ancien patron ne voulait pas que je parte (...) ça été une bataille très dure (...)</i> - <i>ça n'a pas été du tout facile (...)</i> - <i>sur beaucoup de dossiers il a essayé de me combattre</i> - <i>mon maître de stage a mis à ma disposition un local à tarif abordable</i> - <i>les femmes entrepreneures que j'accompagne m'ont influencée</i> - <i>mes camarades étudiants étaient mes premiers clients, ils ont fait ma publicité</i> 	Toutes les étapes

Source : l'auteur

Le microenvironnement se réduit aux relations primaires et secondaires dans le cadre de notre recherche. Ces RP et RS ont eu des influences sur l'ensemble des processus de création.

- *Les RP du créateur ont affecté favorablement les processus aux étapes d'initiation, de préparation, du démarrage et de consolidation. Ces influences ont concerné cinq primo créateurs : M.Z, M.S, Mlle K, Mme Z et Mlle I.*
- *Les RS du créateur ont affecté favorablement les étapes d'initiation et de démarrage.*
- *Les RS ont plutôt affecté défavorablement l'étape de préparation et l'étape de la consolidation chez un des créateurs à savoir M.L.*

Les influences du micro environnement identifiées, nous présentons dans le point suivant les influences du macro environnement.

b. L'influence du macro environnement

L'influence du macro environnement sera appréhendée à travers les influences exercées par ses trois composantes sur les processus entrepreneuriaux. Ainsi le tableau 4.22 suivant présente l'influence de la composante dispositif institutionnel.

Tableau 4.22. Les influences du dispositif institutionnel

Les facteurs	Verbatim extraits des réponses des interviewés	Etapes
DISPOSITIFS INSTITUTIONNELS	A <i>« moi personne ne m'a aidé »</i> <i>« En fait j'ai commencé avec pas grand-chose (...) »</i> <i>« Bref, on est livré à soi-même quand on décide d'entreprendre »</i> <i>« quand je créais le cabinet je n'ai pas eu de soutien »</i> <i>« les démarches administratives pour obtenir les papiers nécessaires qui prouvent que vraiment l'entreprise existe et ce n'était pas du tout facile »</i>	Préparation et démarrage

	<p>F</p> <p>« les banques sont frileuses (...) »</p> <p>« les banques ne font pas de crédit à une entreprise qui débute « malgré tous mes efforts de recherche de financement rien »</p> <p>« les banques ne nous aident pas nous les petits »</p> <p>-« J'avais compté sur le fonds de développement économique et social dont je n'ai pas vu la couleur ».</p> <p>« la question des ressources financières pose un grand problème pour euhh l'entrepreneuriat au Burkina Faso »</p>	Préparation, démarrage et consolidation
	<p>U</p> <p>« (...) ce que j'exerce est en droite ligne avec ma formation universitaire »</p> <p>« Mon passage à l'université m'est beaucoup utile et sur tous les plans (...) »</p> <p>« j'utilise la formation acquise à l'université chaque jour que Dieu fait »</p> <p>« (...) quand on est une femme, entreprendre c'est vraiment dur, il faut connaître tes droits, il faut connaître, mes études me servent énormément tous les jours ».</p>	Toutes les étapes

Source : l'auteur

A partir du tableau 4.22 ci-dessus on peut retenir que le dispositif institutionnel a influencé toutes les étapes du processus.

- Le dispositif d'accompagnement a joué un rôle défavorable à la phase de préparation et celle de démarrage, alors que l'université joue favorablement sur toutes les étapes du processus.

- Le système financier quant à lui affecte défavorablement les phases de préparation, de démarrage et de consolidation.

Après le dispositif institutionnel, le tableau 4.23 suivant présente les influences de la composante économie et de la composante culture.

Tableau 4.23. Les influences des composantes économie et culture

Les Variables		Verbatim extraits des réponses des interviewés	Etapes
ECONOMIE	MO	<p>« les gens ne veulent plus travailler (...) »</p> <p>« le problème permanent c'est la gestion du personnel : très très dur, très dur (...) ils sont toujours prompts à te créer des problèmes pour avoir de l'argent ».</p> <p>« 5 employés m'ont quitté sans raison valable »</p> <p>« (...) les écoles forment au rabais »</p>	Consolidation
	M	<p>« les gens s'intéressent à l'habillement au Burkina (...) chaque fois les gens en demandent »</p> <p>« un secteur qui a besoin euh de s'améliorer, j'essaie de proposer des solutions (...) marché porteur »</p> <p>« (...) ça va toujours marcher, il y a un besoin dans la restauration »</p> <p>« les gens te promettent le marché mais dès que tu crées ils t'oublent »</p>	Initiation et consolidation
CULTURE		<p>« c'est bizarre mais le féodalisme c'est ça ! (...) donc ne serait-ce le fait que je parte à l'abattoir pour payer la viande et venir la vendre ici, c'est un problème (...) Ça me défavorise aussi, parce que une fois aussi que tu es femme il y a des choses qu'on va se permettre de te faire (...) »</p> <p>« les parents d'élèves qui ne sont pas confiants, une structure qui est dirigée une jeune fille (...) pour eux une jeune fille c'est une personne à qui on ne peut pas faire confiance »</p> <p>« Chez moi, on ne m'a pas appris à tendre la main, on m'a appris à me débrouiller »</p> <p>« Je dirai que l'esprit entrepreneurial est dans la famille...ma mère, mes frères et sœurs sont tous des entrepreneurs (...) »</p>	Initiation et Démarrage

Source : l'auteur

Le tableau 4.23 ci-dessus montre que la composante économie et la composante culture ont influencé les processus entrepreneuriaux des primo créateurs au niveau des étapes suivantes : l'initiation, le démarrage et la consolidation.

- Ainsi le marché exerce une influence favorable sur l'étape d'initiation et une influence tantôt favorable tantôt défavorable sur l'étape de la consolidation.

- La main d'œuvre exerce une influence favorable sur la consolidation.

- Enfin la culture exerce une influence favorable à l'étape d'initiation et une influence tantôt favorable, tantôt défavorable à l'étape du démarrage.

L'interprétation des données du tableau ci-dessus stipule que le macro environnement à travers ses 3 composantes a influencé le processus entrepreneurial des primo créateurs.

II. Discussions et implications de la recherche

Il s'agit dans ce point de discuter les résultats obtenus d'une part et d'autre part de présenter les implications de la recherche.

2.1. Discussions

Les résultats de notre recherche portent sur quatre aspects. Il s'agit respectivement du cadre conceptuel intégrant l'approche déterministe et l'approche dynamique du processus à étapes, des activités des étapes, des facteurs d'influence du processus et des logiques de création.

2.1.1. Le cadre conceptuel intégratif : une synergie dans l'explication du processus entrepreneurial

Ce cadre conceptuel a le mérite de combiner ou d'intégrer l'approche déterministe de Gartner (1985) et l'approche dynamique du processus à 4 étapes de Filion et al (2006). A travers la littérature, ces deux approches étaient présentées plutôt comme divergentes, opposées. Notre résultat met en relief la complémentarité, mieux la synergie entre les deux approches une fois combinées, pour une meilleure compréhension du processus entrepreneurial. En rappel, il est reproché à Gartner (1985) d'être déterministe et le processus dans son modèle était à la fois une variable explicative indépendante. Nous avons montré que les six actions qui composent la variable processus de même que la variable organisation de son modèle, sont en réalité des activités qui se répartissent à travers le modèle de processus à étapes de Filion et al (2006). Avec l'intégration donc des variables individu et environnement dans le processus à étapes, on se retrouve avec un cadre conceptuel dynamique qui offre de voir non seulement les étapes du processus mais aussi les variables qui exercent des influences sur ces étapes.

Tableau 4.24. Tableau comparatif entre les modèles de Gartner (1985), Filion et al (2006) et le modèle intégratif

	Cadre conceptuel déterministe (G, 1985)	Cadre de processus à étapes (Filion et al, 2006)	Notre cadre conceptuel (Gartner-Filion et al).
Ce qu'il permet d'obtenir	Les facteurs d'influence ou déterminants du processus	Les activités réalisées par le créateur au niveau des étapes du processus	- Les activités réalisées au niveau de chaque étape - Les facteurs d'influence - Les étapes influencées
Ce qu'il ne permet pas d'obtenir	Les activités réalisées par le créateur au niveau des étapes du processus	Les facteurs d'influence et leur niveau d'influence ou déterminants du processus	et les facteurs à l'origine de l'influence

Source : l'auteur

Nos résultats montrent qu'étudier le processus entrepreneurial à l'aide du modèle intégratif que nous proposons permet une meilleure compréhension du phénomène en question.

D'abord, en étudiant le processus à travers Gartner (1985) on aura les déterminants ou facteurs d'influence du processus de création de façon globale, mais on ne saura pas à quel niveau ces influences s'exercent.

Ensuite, en étudiant le processus à travers Filion et al (2006), on pourra identifier les activités réalisées au niveau des différentes étapes du processus de création, mais pas les facteurs d'influence du processus.

Enfin, la somme de ces deux résultats obtenus séparément donnera donc les facteurs d'influence du processus et les activités réalisées au niveau des étapes du processus.

Hors l'étude du processus à travers le cadre intégratif (Gartner, 2005 et Filion et al, 2006) permet d'aller au-delà de cette somme. ***Le modèle intégratif (Gartner, 1985-Filion et al, 2006) crée une sorte de synergie dans l'explication du processus entrepreneurial.*** En effet, ce modèle permet non seulement d'identifier les facteurs d'influence, les activités réalisées au niveau des étapes mais aussi le type d'influences qui s'exercent au niveau de chaque étape du processus. Il offre donc plus que la somme des résultats obtenus avec les deux modèles pris séparément.

Dupouy (2010) ; Gasse et Trembley (2011) estiment que les besoins d'accompagnement varient selon les étapes du processus. L'accompagnement pour être efficace doit alors être spécifique aux étapes.

Cette explication additionnelle offerte par notre cadre d'analyse, permet une meilleure politique d'appui aux entrepreneurs dans le processus de création à travers des interventions bien ciblées et spécifiques aux étapes.

2.1.2. Relativement aux activités réalisées chaque création est un cas unique

✚ Rédaction du plan d'affaires

D'après nos résultats, M.Z et Mlle K sont les seuls à avoir rédigé de plan d'affaires. Toutefois, le plan d'affaires a été rédigé pour répondre aux exigences des structures d'appui sollicitées par les entrepreneurs, comme l'atteste l'extrait suivant de leurs discours.

« Moi j'ai juste rédigé un plan d'affaires au moment où j'ai sollicité un crédit auprès des banques. Je l'ai fait juste parce que la banque me l'a demandé. Sinon quand je créais je n'ai pas du tout rédigé un plan d'affaires ». M.Z.

« J'ai rédigé un plan d'affaires que j'ai soumis au FONADES, pour solliciter un appui (...) »
Mlle. K.

Pourtant, le plan d'affaires est outil d'orientation stratégique avant d'être un moyen de recherche de crédit. Sa rédaction à l'étape d'initiation devrait aider à réussir la suite du processus. Nos résultats confirment Bhidé (2000), qui trouve que les entrepreneurs commencent le projet de façon improvisée et ceux qui rédigent un plan d'affaires le font plus pour rencontrer les exigences des institutions de financement ou des organisations gouvernementales que pour l'utiliser en tant qu'instrument de planification ou comme guide d'auto apprentissage. Ce point de vue est partagé par Honig et Karlsson (2001), qui ont constaté que la majorité des entrepreneurs se sentent obligés de faire un plan d'affaires. Ces auteurs ajoutent que *« new organizations plan because they are reacting to how they are expected to plan, because they imitate other successful organizations in their fields that plan, or because they are told to plan »*.

Les résultats des recherches menées sur l'influence de réaliser un plan d'affaires ou non sur la réussite du processus de création sont contradictoires. Certains auteurs ont démontré que rédiger un plan d'affaires a une influence positive sur le processus de création. A ce titre, Borges et (2005) ont recensé dans le tableau suivant 4.25 les principales contributions du plan d'affaires à la démarche de création d'entreprises des entrepreneurs.

Tableau 4.25. Les principales contributions du plan d'affaires à la démarche de création d'entreprises

Facteurs positifs	Auteurs
L'entrepreneur peut prendre de meilleures décisions, spécialement par rapport à l'allocation des ressources et pour établir comment et dans quel ordre réaliser les activités de création.	Delmar et Shane (2003), Baker, Miner et Eesley (2001)
Meilleur contrôle des actions	Baker, Miner et Eesley (2001); Honig et Karlsson (2001)
Meilleure communication avec les <i>stakeholders</i>	Delmar et Shane (2003), Honig et Karlsson (2001)
Facilite la légitimation	Delmar et Shane (2003)
Facilite l'apprentissage	Delmar et Shane (2003); Schieb-Bienfait, 2000
Aide au développement d'une vision du futur	Baker, Miner et Eesley (2001); Fillion (1991a, 1991b, 2001)
Facilite l'accès aux sources de financement	Baker, Miner et Eesley (2001); Honig et Karlsson (2001, 2004)
Maximise la collecte d'informations	Honig et Karlsson (2001)

Source : Borges et al (2005 ; p.22)

D'autres résultats par contre estiment qu'il n'y a aucune relation significative entre la rédaction du plan d'affaires et le succès du projet, ou s'il y en a une, elle est secondaire (Gasse et al, (2004), Gelderen et al, (2001), Honig et Karlsson (2001) et Bhidé (2000)).

Dans notre cas, non seulement, les deux primo créateurs qui ont rédigé le plan d'affaires n'ont obtenu le financement, mais aussi ces plans d'affaires ne semblent pas avoir influencé significativement le succès du projet.

Mise en place d'une équipe entrepreneuriale

D'après nos résultats, seul M.L a mis en place une équipe entrepreneuriale, une équipe mise en place sous contrainte. Les autres sont seuls promoteurs et propriétaires de leurs entreprises. Dans leurs discours aucun n'a fait cas de l'envie de créer en association.

Sur ce point, il est important de rappeler que l'OCDE (2003) recommande d'encourager la création d'entreprises en équipe puisqu'elles tendent « à jouir d'une plus grande longévité et d'une croissance plus rapide ». Albert (2000) et Samuelsson (2001) ont également indiqué que

le processus de création des entreprises innovatrices et également de celles du secteur de la haute technologie présentent certaines particularités, notamment une présence accrue de l'entrepreneuriat par équipe et des activités en partenariat avec d'autres acteurs sociaux entre autres. Cependant, les entreprises de notre échantillon, sont relativement très modestes, ne nécessitant pas beaucoup de compétences techniques complexes et demandant au démarrage peu de moyens. D'autres raisons peuvent aussi expliquer leur choix comme par exemple la méfiance vis-à-vis des autres et le désir d'être seul propriétaire de son affaire qui offre plus d'indépendance aux entrepreneurs. En rappel le désir d'indépendance est une motivation évoquée par nos six primo créateurs. On peut sur ce point évoquer l'absence de motivation collaborative chez les primo créateurs DES/BF.

Activité de promotion/marketing

Dans notre échantillon, ils sont trois créateurs dont deux volontaires et un non volontaire à avoir réalisé des activités de promotion/ marketing. Pour l'activité marketing deux explications peuvent être avancées. Premièrement, le profil du créateur, notamment sa formation et son expérience peuvent en être une explication. M.Z a suivi une formation sanctionnée par un master en entrepreneuriat dans laquelle le cours de marketing occupe une place de choix. Mme Z quant à elle était experte en accompagnement auprès de la MEBF où elle conseillait des entrepreneures. Elle connaît donc bien le rôle joué par le marketing dans le processus de création. Toutefois, cet argument est à nuancer car nous avons le cas Mlle K, titulaire d'un master en entrepreneuriat qui n'a véritablement pas réalisé d'activités de promotion. Deuxièmement on peut évoquer le type d'activité relativement au cas Mlle I créatrice d'une école. Les inscriptions ne se font pas toute l'année. Il y a donc une période pour chercher les clients et pour démarrer l'activité. Il faut avoir forcément ses clients avant la rentrée, au risque de ne pas pouvoir démarrer.

Enfin, toujours en rapport avec les activités réalisées, chez les non volontaires on s'aperçoit que le processus même à savoir la chronologie des activités ou l'ordre d'enchaînement des étapes, n'est pas le même (voir les figures représentant chacun des deux). Chaque création est en effet un cas unique.

Nos résultats corroborent les travaux de Reynolds et Miller (1992) ; Delmar et Shane (2002) ; Fayolle (2004) ; Filion et al (2006) ; Borges et al (2008) ; etc. en montrant que le processus de

création d'entreprises des primo créateurs DES au Burkina Faso est dynamique et particulier à chaque cas.

2.1.3. Les caractéristiques individuelles influencent favorablement l'étape d'initiation et dans une moindre mesure défavorablement l'étape du démarrage

Ce résultat va dans le même sens que la plupart des travaux dans la littérature. L'étape d'initiation est l'étape de la volonté, celle du choix, de la décision. C'est donc là que doivent jouer par excellence les caractéristiques individuelles. Les auteurs s'accordent à le reconnaître et, sans pour autant réduire la démarche à cette seule dimension, force est de constater que l'idée et le projet naissent "dans la tête" du créateur (Saporta, 1994). Ce qui donne naissance à l'organisation est avant tout la volonté humaine qui émane de l'individu ou du groupe d'individus (Hernandez, 2001). Cette volonté résulte des motivations mais aussi de l'expérience de l'individu. Parlant des motivations à entreprendre, Hernandez (2006) a identifié cinq types de motivation : *La passion/réalisation personnelle, l'autonomie, le désir de puissance/Besoin de pouvoir, l'aspect financier*⁶⁶ *et l'obtention d'un revenu*. Baccari (2006), Giacomini et al (2006), Turan et Kara (2007), Kirkwood (2009), Kirkwood et Walton (2010) en ont trouvé trois : Indépendance, autonomie, être son propre patron. Dans ces motivations se retrouvent celles évoquées par nos primo créateurs. Le besoin d'indépendance évoqué par tous les primo créateurs, corrobore les travaux de Carter et Cannon (1992). Pour ces derniers, il représente un facteur de motivation fort, pour les femmes entrepreneures, tout comme pour les hommes créateurs d'entreprise. Nos résultats vont aussi dans le même sens que Tessier Dargent (2015) qui postule que les motivations ne sont pas strictement pull et pas strictement push non plus.

Relativement à l'expérience, il est souvent dit que la nouvelle entreprise type s'appuie sur les connaissances et les compétences de son fondateur. Or celles-ci dépendent le plus souvent des expériences acquises par ce dernier au sein de l'organisation incubatrice⁶⁷ (Lasch et al, 2005). L'entrepreneur est capable d'inventer une solution valable sur la base de la diversité des différentes expériences passées. Par l'expérience et son apprentissage antérieur, l'entrepreneur s'intègre dans son environnement et s'approprié les règles qui le régissent. Hernandez (2001) semble plus ferme sur le rôle de l'expérience car selon lui, l'expérience de l'entrepreneur est la principale source des occasions d'affaires. Normalement les entrepreneurs imitent ou adaptent

⁶⁶Il correspond au souci de bien ou de mieux gagner sa vie, d'améliorer sa situation financière avec parfois pour certains le rêve de faire fortune (Hernandez, 2006, p.348).

⁶⁷ Il s'agit de l'organisation où le créateur a forgé son expérience. Elle peut être une entreprise comme c'est souvent le cas, une université ou même un centre de formation.

une idée d'affaires. Il existe très peu de concepts complètement nouveaux (Bhidé, 2000). Le rôle de l'expérience semble aussi confirmé par Gasse et al (2004). Ces derniers affirment que, dans 82% des entreprises opérationnelles (contre 56% des non opérationnelles) les entrepreneurs ont tiré leur concept d'entreprise de leur expérience dans un domaine ou une industrie en particulier. Contrairement à beaucoup de prétention à l'effet que l'entrepreneur est un innovateur et que l'entrepreneuriat moderne est la source principale des innovations, [...] l'entrepreneur émergent typique, celui qui crée le gros des entreprises avec lesquelles on fait affaire tous les jours, est quelqu'un qui a réfléchi à cette option, qui a choisi un domaine ou un secteur où il avait des connaissances et de l'expérience, et dont le projet ne comporte à peu près pas d'éléments d'innovation véritable. Les primo créateurs s'inscrivent dans cette dynamique. *On peut alors soutenir que relativement au processus de création de leurs entreprises, les primo créateurs DES/BF ne se distinguent pas du commun des créateurs.*

Concernant le statut matrimonial, la femme peut bénéficier du soutien de son mari. Ce dernier intervient comme conseiller et représente aussi une source de financement supplémentaire (Hien, 2002 ; Tchouassi, 2009 ; Song-Naba, 2015). Ces résultats sont également en accord avec Béchard (1996) qui estime que les femmes entrepreneures sont plus supportées par leur milieu immédiat que ne le sont les entrepreneurs masculins.

Enfin, sur l'influence du sexe, nos résultats vont dans le même sens que beaucoup d'autres à travers la littérature. Dans ce sens, une étude menée par Dahlgvist et al. (1999) sur les firmes nouvellement créées en Suède observe un lien négatif entre le fait que l'entrepreneur soit de sexe féminin et la croissance. Le sexe féminin aurait une incidence défavorable sur le processus de création et la croissance des petites entreprises selon Cooper et al (1994). Au Burkina Faso, dans une étude réalisée par la MEBF (2015), le taux d'échec des entreprises créées par des femmes est de 48,40%, supérieur à celui des hommes 42,65%. Toutefois, les études réalisées dans certains pays (USA par exemple) ont produit des résultats contraires (Rouatbi, 2015).

2.1.4. L'environnement influence le processus de création

2.1.4.1. Le micro environnement

Les RP du créateur ont affecté favorablement le processus à l'étape d'initiation, du démarrage et de consolidation.

Ce résultat est conforme à la plupart des travaux antérieurs relativement au rôle joué par les RP (la famille). Les RP interviennent pour minimiser les coûts de la création. « *La famille intervient aussi pour alléger certains fardeaux qui pèsent sur le créateur. En effet, l'intervention de la*

famille et de l'entourage réduit les difficultés d'approvisionnement auprès des fournisseurs puisqu'on trouvera toujours un parent avec qui on traitera ou quelqu'un, même étranger de la famille, qui fera confiance au créateur parce qu'il a été recommandé par un proche ou qu'un ami s'est proposé caution solidaire de lui » (Mezhoudi, 2001). La famille peut aussi être le premier client et servir de canal de communication autour du projet par le bouche à oreille. Les relations secondaires ont été favorables aux étapes d'initiation et démarrage. Tandis qu'elles ont été tantôt favorables et tantôt défavorables à l'étape de préparation. Elles sont en revanche plutôt favorables à l'étape de la consolidation.

Nos résultats confirment en partie les travaux portant sur l'influence positive des relations secondaires dans le processus de création. Deux de nos créateurs ont bénéficié de ces relations à l'initiation, à la préparation et au démarrage en termes de conseils, d'appui financier et logistique.

Les entrepreneurs qui réussissent, tout comme ceux qui réussissent en général, quel que soit le domaine, ont un réseau de connaissances de relations souvent impressionnant. Cela leur procure plus d'un avantage dont celui d'être bien informés, dont aussi celui d'obtenir des commentaires sur ce qu'ils font et de pouvoir, suite aux conseils reçus, s'ajuster en conséquence (Filion, 1991).

Bien qu'il ne soit pas toujours accumulé dans le but de créer une entreprise, le capital social aide largement le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, etc., difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles (Aldrich, 1999). Dans une étude pilote sur des entrepreneurs camerounais, Nkakleu (2007), découvre que ces derniers ont recours aux réseaux relationnels primaires (famille, connaissances et proches) dans les phases identification et exploitation d'opportunités d'affaires. Une étude menée par Aldrich et al (1996) confirme que l'existence de liens forts entre professionnels d'un même secteur (confiance) aide le créateur dans sa démarche. Cependant les relations secondaires ont influencé négativement le processus d'un de nos primo créateurs à l'étape de préparation et celle de consolidation. Au niveau de ces deux étapes, le cas M.L a fait face à de nombreux obstacles posés par son ancien collaborateur. Ce qui partiellement vient infirmer les résultats couramment rencontrés dans la littérature. Ces obstacles rencontrés par le M.L, s'ils perdurent peuvent programmer la défaillance de la jeune entreprise en gestation.

2.1.4.2. Le macro environnement

Les trois composantes du macro environnement ont influencé le processus de création. Il s'agit de la composante économie (main d'œuvre et demande), de la composante institution (dispositif d'accompagnement, système financier et université) et de la culture.

La main d'œuvre à une influence défavorable sur la consolidation tandis que le marché exerce une influence favorable sur l'étape d'initiation et une influence tantôt favorable tantôt défavorable sur la même étape de consolidation.

Boutillier et Uzunidis (1999) soutiennent que la réussite entrepreneuriale doit moins à l'initiative individuelle qu'au système économique et social dans lequel se trouve l'entrepreneur. Une augmentation de la demande influence positivement la création (Reynolds et Storey, 1993 et Reynolds et al, 1994) en offrant plus de possibilité de marché aux créateurs. L'existence d'une demande peut alors servir de source d'idée pour les potentiels créateurs. Et lorsque la demande diminue ou que la concurrence s'y développe, cela peut influencer négativement le processus de création. A la consolidation les entreprises commencent à bien pénétrer le marché et expriment le besoin de renforcer leurs équipes pour répondre à la demande. Elles n'ont à ce stade généralement pas assez de moyens pour proposer des salaires élevés, les ressources humaines expérimentées et de qualité étant rares, cela influence négativement le processus. En plus, les M.L et M.Z ont estimé que certaines écoles privées de la place forment leurs jeunes diplômés au rabais. Ce qui complique encore plus l'accès au complément d'effectifs nécessaires à cette étape.

Le dispositif d'accompagnement influence défavorablement les phases de préparation et celle de démarrage. Tandis que le système financier influence défavorablement les phases de préparation, démarrage et de consolidation. Enfin, l'université influence favorablement toutes les étapes du processus.

L'influence défavorable du dispositif d'accompagnement vient essentiellement des lourdeurs bureaucratiques et de l'incompétence des conseils décriés par les créateurs. Ces résultats sont conformes à ceux de Uzunidis (2001) et de Lasch et al (2005). Mieux nos résultats donnent plus de précision en identifiant les étapes influencées. Lourdeurs bureaucratiques, incompétence des conseillers, services incomplets... les entrepreneurs se plaignent de la déconnexion de l'administration par rapport au monde du marché et par rapport à ses objectifs initiaux (Uzunidis, 2001). Selon Lasch et al (2005), des enquêtes conduites par les réseaux d'accompagnement, et surtout leur expérience quotidienne, confirment bien le tiercé de tête des

facteurs défavorables : accès aux financements, complexité administrative, insuffisance de l'information et de l'accompagnement.

Concernant le dispositif financier, nos résultats confirment ceux de Bayala (2016) qui trouve que le problème de financement reste toujours la principale grande difficulté que vivent les entrepreneurs au Burkina Faso, et à toutes les étapes du processus. Les conditions d'accès au financement ne sont pas favorables aux jeunes créateurs. Toutefois, l'expérience a montré que la gestion macroéconomique de la création et du démarrage d'entreprises fondée sur l'octroi d'aides financières ne réduisait pas sensiblement les taux d'échec et ne facilitait pas le franchissement du cap du démarrage (Sammut, 2001).

Enfin, le rôle favorable de l'université est conforme aux résultats relevés dans la littérature. Les cas M.L et M.Z évoluent en effet dans les prestations intellectuelles. Il va de soi que l'université ait joué un rôle du début à la fin du processus. Les connaissances acquises à l'université ont aidé les primo créateurs dans l'accomplissement des formalités administratives, mais aussi dans la gestion courante de leurs entreprises. De même, Johannisson (1991) et Autio et al. (1997) soulignent l'impact de la formation sur la perception de l'entrepreneuriat des étudiants. Les universités fournissent également des services de consultation, d'expertise et de formation continue. Plus l'individu avance dans ses études plus il se sent compétent pour entreprendre. Le cas M.L a eu l'idée de créer à l'issue d'une formation continue.

Enfin la culture exerce une influence favorable à l'étape d'initiation et une influence tantôt favorable, tantôt défavorable à l'étape du démarrage.

Il y a d'abord que les éléments de la culture ont une influence positive sur le processus de création de tous les entrepreneurs à l'étape d'initiation. Les primo créateurs de notre échantillon ont tous une perception positive de l'entrepreneuriat et leur milieu immédiat en était favorable. Ce résultat est conforme à ceux trouvés dans la littérature sur le lien positif entre la culture nationale et l'esprit d'entreprise (Drucker, 1985 ; Hayton et al, 2002 ; Estay, 2003 ; Barreneche, 2014) et à ceux de Ouédraogo (1999) et de Dialla (2004) pour le cas spécifique du Burkina. Ouédraogo (1999) conclut dans sa thèse que l'éducation familiale reçue, surtout les valeurs morales (persévérance, vivre du fruit de ses efforts) auraient été déterminantes dans la décision d'entreprendre chez les burkinabè. Pour Dialla (2002), le sens des affaires a existé dans les sociétés traditionnelles burkinabè et les métamorphoses actuelles telles que la montée de l'individualisme et la valorisation de l'image de l'individu (à travers des comportements ostentatoires) sont citées comme des facteurs favorisant l'éclosion de l'esprit d'entreprise.

Toutefois la culture agit négativement sur le processus de création des femmes (Mme Z et Mlle I) à la phase du démarrage. En effet comme ces créatrices le disaient à travers leurs discours, leur statut de femme leur rendait la tâche beaucoup plus difficile. Ce résultat confirme celui de Hien (2002) qui affirmait de nombreuses pratiques coutumières et même certains aspects du droit continuent en effet à défavoriser les femmes burkinabè notamment en matière de propriété. On peut dès lors s'interroger sur la place de la femme dans cette société, qui, culturellement est favorable à l'entrepreneuriat.

2.1.5. Le processus entrepreneurial des primo créateurs volontaires suit une logique causale alors que celui des non volontaires suit logique effectuale

Nos résultats confirment et précisent les travaux de Read et Sarasvathy (2005) et de Vedel et Low (2015) qui ont suggéré que l'entrepreneur novice avait tendance à développer une logique causale. Nous ajoutons que c'est surtout dans le cadre de la création volontaire que la logique causale se développe. L'analyse des discours des primo créateurs a montré que les quatre dont les verbatim relèvent de la logique causale, sont des créateurs volontaires. Ils sont entrain de renoncer à leur boulot, le risque est plus grand pour eux, c'est plus pesant, ils prennent beaucoup de précaution, ils font beaucoup de calculs et de réflexion. Ils ont analysé les opportunités sur le long terme, pour sélectionner la plus rentable. Ils ont fait des prévisions, la création a été longtemps murie et préparée.

Read et Sarasvathy (2005) ont également indiqué que les entrepreneurs novices ne sont pas limités à cette seule logique et que selon leurs prédispositions naturelles ou les ressources disponibles, l'utilisation de l'effectuation était possible. Nos résultats confirment leurs travaux et précisent que l'effectuation est surtout utilisée dans la création non volontaire (où il y a présence de facteurs de motivation push). Parmi les primo créateurs de notre échantillon, les repères d'une logique effectuale ont été relevés uniquement dans les verbatim des deux primo créateurs non volontaires. Ces derniers n'avaient en effet pas d'expérience, ils n'étaient pas en train de renoncer à un boulot, ils n'ont rien à perdre, ils n'ont pas le choix, pour eux le temps presse, ils se soucient plus du résultat que du respect des étapes, etc. Ils font ce qu'ils peuvent, quand ils peuvent sans se préoccuper de l'ordre, le souci majeur c'est d'arriver à créer.

Toutefois, Sarasvathy (2001) indique qu'aucune des deux logiques n'est meilleure que l'autre, mais leur utilisation est plus adaptée selon les circonstances rencontrées. Ainsi la logique causale est plus utile pour exploiter les connaissances (cas M.L et M.S par exemple), tandis que l'effectuation est plus appropriée pour exploiter la conjoncture (M.S et Mlle I).

2.2. Les implications de la recherche

Il se dégage de cette recherche, à notre avis une meilleure connaissance du processus entrepreneurial des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. De cette connaissance résultent également des contributions théoriques, méthodologiques et managériales.

2.2.1. Contributions théoriques

Sur le plan théorique, l'apport de ce travail peut s'apprécier à travers l'élaboration d'un modèle d'étude du processus intégratif de l'approche déterministe incarnée par Gartner (1985) et l'approche du processus à étapes de Filion et al (2006).

Le modèle proposé puise ses fondements de la théorie de la contingence. Au-delà de l'attente globale de permettre une meilleure compréhension du processus de création d'entreprises, trois attentes ont gouverné à la construction de ce modèle :

- la description des principales activités réalisées par les primo créateurs au cours du processus ;
- l'analyse des facteurs qui influencent le processus entrepreneurial des primo créateurs ;
- l'analyse des logiques de création adoptées par les primo créateurs DES/BF.

L'originalité du modèle intégratif, vient du fait qu'il offre de combler ces attentes à la fois.

Toutefois il est apparu dans notre étude qu'il n'y a pas un seul processus mais des processus. Nous pensons donc qu'il faut plutôt privilégier les approches qui considèrent les dynamiques et les particularités propres à chaque milieu ou à chaque cas. Ces particularités « ne pouvant pas être totalement généralisées » (Gasse, 2004), il faut les aborder dans une logique de contingence.

2.2.2. Contributions méthodologiques

Les apports méthodologiques de notre recherche tiennent essentiellement à la particularité du terrain d'investigation : les primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur. Il n'existe pas en notre connaissance une étude de cette envergure qui porte spécifiquement sur cette population au Burkina Faso.

Cette recherche nous a permis dans une approche qualitative interprétativiste, d'identifier les caractéristiques individuelles du primo créateur diplômé de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. Nous avons également pu identifier les facteurs de l'environnement susceptibles d'influencer son processus entrepreneurial. Elle nous a en plus permis, sur le cas spécifique des

primo créateurs DES/BF, de confirmer les résultats de travaux réalisés ailleurs (Read et Sarasvathy, 2005 et de Vedel et Low, 2015) portant sur les logiques de création. La logique causale étant plus utile pour exploiter les connaissances, tandis que l'effectuation est plus appropriée pour exploiter la conjoncture.

Ces éléments devraient permettre d'approfondir les recherches sur le processus entrepreneurial. Enfin, nous pensons à l'instar de Fillion et al (2006) que la recherche sur l'étude du processus entrepreneurial des primo créateurs à partir d'une dissection séquentielle du processus permet d'améliorer tant la compréhension de chacune des étapes que celle de l'ensemble du processus étudié.

2.2.3. Contributions managériales

En somme, nous pouvons dire que la majorité des nouvelles entreprises ne sont ni innovatrices ni grandes créatrices d'emplois. Elles sont très petites. Cela ne signifie pas pour autant qu'il faille leur accorder moins d'attention (Borges et al, 2005). La dynamique de chaque économie dépend en large partie de la pérennité des établissements créés et de leur capacité à exister durablement. Une meilleure connaissance du processus de création des entreprises qui ont jusque-là réussi, peut aider à créer et à maintenir cette dynamique. Il est alors nécessaire de connaître davantage les particularités des activités de création propres à chaque type d'entreprises.

Vues sous l'angle pratique, les contributions de cette recherche concernent plusieurs domaines et/ou plusieurs acteurs. Parmi les plus importants, on peut citer les institutions que sont les dispositifs d'accompagnement, les institutions de financement et l'université, et, plus généralement, l'ensemble des initiatives entreprises pour stimuler et développer l'entrepreneuriat au Burkina Faso.

Notre recherche apporte des connaissances confortant le rôle joué par l'université dans la promotion et le développement de l'entrepreneuriat. Elle présente le système éducatif supérieur comme un acteur à part entière dans la promotion de l'entrepreneuriat.

En effet, le rôle des formations et programmes en entrepreneuriat a été souligné par plusieurs chercheurs (Emin, 2003 ; Tounès, 2003 ; Saleh, 2011 ; etc.) dans le développement de l'intention entrepreneuriale et même du passage à l'acte de création. Des travaux culturalistes (Cochran, 1960 ; Aldrich et Waldinger, 1990 ; Benzing et Chu, 2009 ; Kamdem et al. 2011) cités par Nkakleu (2016) qui montrent que l'éducation reçue dans des cadres institutionnels spécifiques producteurs de valeurs et conditions culturelles, est susceptible de façonner les représentations des individus, leurs comportements voire leurs motivations à l'égard des activités entrepreneuriales.

"De Babson College au Massachusetts à l'université de Los Angeles en Californie, toutes ces institutions rivalisent d'ingéniosité pour sensibiliser et former les futurs entrepreneurs intéressés. Ce phénomène est fascinant à plus d'un égard" (Béchar, 1994).

Notre recherche a apporté un éclairage important sur ce volet en montrant que les primo créateurs DES/BF non volontaires adoptent une logique effectuale.

Cette recherche constitue aussi un outil mis à la disposition des responsables en charge des systèmes d'appui et de soutien à la création d'entreprise. Il sera plus facile d'accompagner cette population avec une meilleure connaissance du processus qui la conduit à la création. Avec l'éclairage qu'apporte notre recherche, les institutions pourront proposer un accompagnement spécifique à ces créateurs, gage de développement de l'entrepreneuriat des diplômés de l'enseignement supérieur.

Quelques études ont souligné des faiblesses dans les soutiens offerts aux entrepreneurs et ont proposé des modifications (Borges et al, 2005). Par exemple, l'OCDE (2003) a constaté une insuffisance de services conseil aux premières étapes de la création et dans l'offre de biens immobiliers d'entreprise (locaux pour les petites entreprises). Deux de nos entrepreneurs ont par exemple mis 6 mois pour obtenir un local. Schieb-Bienfait (2000) ajoute que les services d'aide ne doivent pas s'arrêter à l'étape de conception du projet. Pour elle « ... *trop souvent les dispositifs actuels d'aide et d'accompagnement s'arrêtent à la conception et au montage du projet, avec l'hypothétique validation de l'existence d'un marché possible et potentiel ; or, les informations réellement pertinentes surgissent lors de la mise en œuvre du projet, lors de la rencontre et/ou confrontation directe avec une réalité de premier ordre, au cours de laquelle l'entrepreneur apprend son marché dans une sorte d'école de l'erreur. Pour réaliser ces apprentissages, le créateur est souvent assez seul, démuné et submergé par les problèmes opérationnels relatifs à son projet d'entreprendre.* »

Nos résultats ont montré que chez certains créateurs les difficultés commencent à la phase de démarrage ou même à celle de la consolidation et que la phase de démarrage est celle qui présente le plus de difficultés. Le problème de financement est une des difficultés récurrentes évoquées par les primo créateurs à côté de l'absence d'accompagnement.

Si l'on veut encourager la création des entreprises par les diplômés de l'enseignement supérieur, des initiatives peuvent être envisagées au sein des universités. Parmi ces initiatives possibles on peut citer :

- **un accompagnement entrepreneurial individualisé**

Nous suggérons à l'instar de Reynolds et Miller (2002), Dupouy (2010) et Gasse et Trembley (2011) aux services de soutien aux entrepreneurs de prendre en compte la phase du processus de création dans laquelle l'entreprise se situe, c'est-à-dire qu'il ne peut pas y avoir un type d'aide standard pour toutes les étapes de la création et pour tous les créateurs. Notre travail a le mérite de présenter les difficultés rencontrées au niveau de chaque étape du processus mais aussi les variables à l'origine de ces difficultés. Il constitue de ce fait un miroir permettant aux structures d'accompagnement de proposer un accompagnement adapté à chaque étape. Le rôle des structures d'accompagnement dans l'augmentation du taux de survie des entreprises a été évoqué dans plusieurs travaux notamment ceux de Vedel et Low (2015) pour le cas spécifique des entrepreneurs novices.

- **adoption d'une approche effectuale de l'accompagnement**

Le programme de formation en entrepreneuriat étant jusque-là basé sur un processus causal (Business Plan). Nos résultats invitent à repenser le système d'accompagnement entrepreneurial. Étant encore sur le banc (sans revenu et sans expérience), les étudiants sont potentiellement des créateurs non volontaires, et donc tournés vers une démarche effectuale. Les acteurs concernés doivent promouvoir les dispositifs d'accompagnement étatiques et non qui existent dans le pays au sein des universités pour qu'ils soient bien connus et au besoin les adapter au contexte universitaire.

Pour mieux opérationnaliser ces contributions un certain nombre d'actions paraissent nécessaires. On peut citer à ce titre :

- la création d'une filière de formation en entrepreneuriat et l'élargissement de l'enseignement de l'entrepreneuriat aux autres filières de formation pour sensibiliser et inciter davantage à la création au sein de cette communauté. La sensibilisation, la motivation à la créativité et la formation demeurent des passages importants pour conduire les jeunes sur la voie de l'entrepreneuriat ;
- la création d'incubateurs⁶⁸ universitaires innovants avec des moyens conséquents. Ces incubateurs permettront aux étudiants et aux chercheurs porteurs de projets de création d'entreprise, à partir des résultats de leurs recherches, d'utiliser pendant une période

⁶⁸ Selon l'Association Nationale d'Incubation d'Affaires (NBIA) des États-Unis (2007), l'incubation des entreprises est un processus de support qui accélère le développement réussi des jeunes compagnies et de démarrage en procurant aux entrepreneurs une série de ressources et de services spéciaux.

limitée, les ressources humaines et l'infrastructure matérielle de leurs établissements et de bénéficier d'assistance et de conseils pour la concrétisation de leurs projets.

- la création de pépinières pour prendre le relai des incubateurs en assurant un accès aux moyens nécessaires pour le démarrage effectif des nouvelles entreprises ;
- encourager la création des Business Angels à travers de nombreuses dispositions incitatives proposées par les pouvoirs publics. On peut citer parmi ces incitations une exonération ou allègement fiscal sur les premières années de création.
- la mise en place d'un réseau de parrainage formel entre des entrepreneurs à succès et l'université. Cela permettra aux porteurs de projets d'avoir un encadrement pratique, d'accéder aux connaissances et aptitudes pertinentes en rapport avec leurs projets, et à des outils de référence par des gens qui sont sur le terrain et qui connaissent bien l'activité. Il peut aussi déboucher sur la création de chaire dédiée à l'entrepreneuriat ;
- communiquer davantage sur les dispositifs d'accompagnement qui existent : ce volet peut être dévolu aux services d'information et d'orientation des universités pour qu'il soit aussi connu que les fonds d'aide aux étudiants. Cela permettra à l'étudiant dès son arrivée à l'université, de savoir que l'entrepreneuriat est une carrière au même titre que celle à laquelle il peut prétendre après son diplôme.

Conclusion

L'objectif de ce chapitre a été de présenter les résultats, les discussions et les implications de la recherche. Il s'est surtout agi de procéder à une analyse intra-cas et une analyse inter-cas. Il est ressorti de ces analyses que les primo créateurs DES/BF ne réalisent des activités autres que celles identifiées dans la littérature sur le processus entrepreneurial. Ils se distinguent de par leurs motivations et facteurs de déclenchement, en primo créateurs volontaires et non volontaires. Leurs processus entrepreneuriaux qui suivent des logiques causale ou effectuale sont influencés par des facteurs individuels et environnementaux. Toutefois, il n'y a pas de facteurs d'influence spécifique à l'une ou l'autre des deux catégories de primo créateurs. On peut aussi retenir de ces résultats qu'en matière de création, les DES/BF ne se distinguent pas véritablement des autres créateurs en dehors du rôle joué par leur passage à l'université.

Ces résultats ont enfin permis de dégager des implications théoriques d'abord, méthodologiques ensuite et managériales enfin, qui pourront aider à une meilleure connaissance de l'entrepreneuriat d'une part et à encourager la création d'entreprises au Burkina Faso d'autre part.

Conclusion de la partie

Cette partie nous a permis, à travers ses deux chapitres (chapitre 3 et chapitre 4) de présenter le cadre empirique du processus entrepreneurial des DES/BF.

Ainsi, dans sa première section intitulée cadre d'analyse de la recherche, le chapitre 3 présente le contexte entrepreneurial burkinabè. L'entrepreneur burkinabè a d'abord été présenté à travers ses motivations, son niveau d'éducation, son expérience avant la création. Il est ressorti que l'entrepreneur burkinabè est relativement jeune, peu scolarisé et avec diverses motivations. Ensuite il a été présenté l'environnement de la création au Burkina Faso à travers ses composantes économique, culturelle et institutionnelle. Pour cette dernière composante, il a été dénombré une vingtaine de structures d'accompagnement publiques au Burkina Faso aux côtés des ONG et autres bureaux et cabinets d'études privés, banques, institutions de micro finance et autres établissements financiers. Ensuite, en ce qui concerne les diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso, il est ressorti qu'ils sont très peu à créer des entreprises et ont un taux d'échec plus élevé comparativement aux autres.

La deuxième section a quant à elle déroulé la démarche méthodologique empruntée pour comprendre le processus entrepreneurial des six primo créateurs DES/BF. Inscrite dans un registre épistémologique interprétativiste, la stratégie de l'étude des six cas a été exposée. Les résultats obtenus à travers cette démarche et qui sont présentés dans le chapitre 4 ont permis de dégager les différentes contributions théoriques, méthodologiques et managériales de la recherche.

CONCLUSION GENERALE

Notre recherche porte sur un type d'entrepreneurs, que nous appelons primo créateurs. Le travail de recherche entrepris avait pour objectif de comprendre le processus de création d'entreprises de six entrepreneurs primo créateurs. Nous nous sommes intéressés dans ce travail aux créateurs diplômés de l'enseignement supérieur, qui sont à leur première création.

La thèse cherchait à répondre à la question suivante : « Comment se construit le processus entrepreneurial des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso ? »

Au-delà de son caractère exploratoire, notre recherche visait à connaître en profondeur le processus entrepreneurial des créateurs de notre échantillon. Cela passait naturellement par l'identification des principales activités menées par les entrepreneurs à chaque étape et de tous les facteurs qui ont exercé une influence sur le processus.

A partir d'une revue de littérature en entrepreneuriat et en particulier sur le processus entrepreneurial nous avons dégagé des objets suivants : décrire, caractériser et analyser le processus de création chez six primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur. Cela est passé par la proposition d'un cadre conceptuel nouveau, fruit de la combinaison du modèle de Gartner (1985) et du processus à étapes de Filion et al (2006). Cette combinaison nous a permis de décrire non seulement les processus entrepreneuriaux des six primo créateurs à travers leurs étapes et activités, mais aussi de déterminer les facteurs (individuels et environnementaux) et leurs influences sur les étapes du processus. Les facteurs individuels apparus pertinents sont : les motivations, l'expérience professionnelle, le sexe et le statut matrimonial. Quant aux facteurs environnementaux, ils ont été appréhendés à travers deux groupes composés à leur tour de sous-groupes. Il s'agit du micro environnement composé de relations primaires et secondaires et, du macro environnement composé de facteurs économiques (main d'œuvre et marché), institutionnels (accompagnement, dispositif financier, université) et culturels. Cette spécification permet du coup une meilleure lecture des difficultés rencontrées par les créateurs tout au long du processus afin d'envisager des mécanismes d'accompagnement appropriés.

La problématique s'inscrivait dans un cadre théorique largement appliqué dans les recherches en entrepreneuriat et particulièrement les recherches sur le processus, à savoir la théorie de la contingence. Pour ce faire, nous avons opté pour une étude de six cas, à partir d'une approche qualitative inscrite elle-même dans le paradigme interprétativiste. Les six cas étudiés sont composés de trois hommes et de trois femmes.

Au terme de cette recherche, il importe de faire le bilan du travail effectué en mettant en exergue les principaux résultats obtenus, les apports de la recherche ainsi que les limites et les principales perspectives de recherches.

Ainsi donc, nous avons aménagé un cadre conceptuel intégratif d'étude du processus, fruit de la complémentarité entre un modèle déterministe de Gartner (1985) et un modèle de processus en quatre étapes de Filion et al (2006) que nous avons appliqué sur un échantillon de six primo créateurs. Ce cadre offre une meilleure compréhension du processus de création, car il permet non seulement d'identifier les activités réalisées par les primo créateurs au niveau des étapes du processus mais aussi les facteurs qui influencent le processus et les étapes au niveau desquelles les influences s'exercent. Ce qui constitue un plus, une sorte d'effet de synergie car le résultat avec ce modèle dépasse la somme des résultats obtenus à l'aide des deux modèles séparément (les facteurs d'influence + les activités).

Notre étude a aussi mis en évidence le fait que les primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur ne réalisent pas des activités autres que celles identifiées dans la littérature, qu'ils ne réalisent pas non plus tous les mêmes activités et qu'aucun d'eux n'a à lui seul, réalisé l'ensemble de ces activités. De même, il est apparu dans nos résultats qu'il peut y avoir des chevauchements entre les étapes selon les cas. Certaines des activités (rédaction du plan d'affaires, mobilisation des ressources, embauche des employés, enregistrement juridique, activité de marketing) étaient à cheval entre deux voire trois étapes. De ce fait, notre recherche confirme bien que le processus de création d'entreprises est dynamique et particulier à chaque cas (Delmar et Shane, 2002) et que les DES/BF se comportent comme le commun des entrepreneurs dans leurs processus entrepreneuriaux.

Il est ensuite ressorti de l'étude que les facteurs individuels (motivations, expérience professionnelle, statut matrimonial) interviennent principalement et positivement au niveau de l'étape d'initiation. Une étape qui ne présente donc pas de difficultés particulières pour les primo créateurs.

En revanche, il est apparu dans notre étude que l'environnement (micro et macro) exerce des influences surtout défavorables (difficultés) mais aussi favorables sur le processus. Ces influences commencent à partir de la phase de préparation, s'intensifient au démarrage et se diversifient à la phase de consolidation. Elles sont liées aux relations primaires et secondaires pour le micro environnement, et, au dispositif de financement de la croissance, au marché, aux ressources humaines, à la formation universitaire et la culture pour le macro environnement. Le problème de financement est plus pesant et est constaté au niveau de chacune des trois étapes.

C'est aussi le cas du dispositif d'accompagnement à la limite décrié par les primo créateurs de notre échantillon. On déduit alors dans le cadre de notre recherche que, l'environnement institutionnel exerce plus de pression négative sur le processus entrepreneurial des primo créateurs.

Relativement aux influences, on peut en définitive affirmer que si le démarrage a été perçu comme une étape difficile pour les primo créateurs (Sammut, 1998 ; Filion et al, 2006 ; CCI-BF, 2013 entre autres), il ressort de notre étude que l'étape de consolidation reste aussi complexe pour eux. Outre les influences négatives (difficultés) vécues au démarrage et leurs séquelles généralement pas encore disparues, l'étape de consolidation pose de nouveaux types de problèmes. Il peut s'agir de ressources humaines à recruter, du financement du BFR pour faire face à la croissance de la jeune entreprise ou même de la recherche de la clientèle.

Enfin nos résultats montrent que le processus entrepreneurial des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur suit une logique causale lorsque la création est volontaire. Le processus suit par contre une logique effectuale lorsque la création est non volontaire (nécessité). Ces derniers résultats confirment et ajoutent des précisions à ceux de Read et Sarasvathy (2005) et de Vedel et Low (2015) qui ont suggéré que l'entrepreneur novice (primo créateur) avait tendance à développer une logique causale et que selon ses prédispositions naturelles ou les ressources disponibles, l'utilisation de l'effectuation était possible.

Globalement, il se dégage de cette recherche, à notre avis une meilleure connaissance du processus entrepreneurial des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso. Cet apport se traduit à trois niveaux : sur le plan théorique, sur le plan méthodologique et sur le plan managérial.

D'abord, sur le plan théorique et méthodologique, nous souhaitons enrichir les travaux antérieurs sur l'étude du processus entrepreneurial. Cette étude nous a permis de proposer un cadre conceptuel d'étude du processus qui offre une meilleure compréhension du processus entrepreneurial. Il a l'avantage d'intégrer les activités, les étapes et les facteurs d'influence des étapes du processus. Nous avons appliqué ce cadre à un échantillon de six primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso.

Ensuite, sur le plan managérial, l'étude apporte un éclairage sur le processus entrepreneurial à travers des instruments sur lesquels il est possible d'agir pour le faciliter et encourager par voie de conséquence la création et la survie des entreprises.

La revue des résultats et des contributions de cette recherche, ouvre des perspectives tout aussi intéressantes pour la recherche sur la thématique étudiée.

En effet, pour progresser, une recherche doit renouveler des problématiques, introduire des approches différentes et évaluer des perspectives. Ouvrir le débat sur ces dernières, implique notamment, d'apporter des réponses en vue de pallier certaines limites (Tounès, 2003). Plusieurs voies nous semblent intéressantes à présent : la réalisation d'une étude longitudinale et la validation du modèle à partir d'une étude quantitative.

La première piste de recherche pertinente consiste à réaliser une étude longitudinale sur un échantillon de créateurs en instance de déclencher le processus de création jusqu'à la création effective.

L'approche longitudinale nous permet d'avoir un suivi en temps réel des projets, et non dans une approche a posteriori, ce qui permet d'éviter le biais des interprétations ex-post et du phénomène d'oubli avec le temps. Les témoignages sont recueillis « à chaud » ; les créateurs n'ont pas le temps de prendre du recul par rapport à leurs actes. La dimension émotionnelle de l'individu permet d'appréhender le vécu de la création propre à chacun, ce qui fait que chaque processus est unique (Allenbach Hachard, 2009). Cette perspective aurait permis de mieux appréhender le processus entrepreneurial en suivant en temps réel son évolution. Elle permettra d'atténuer l'effet du biais rétrospectif au niveau des créateurs et de fournir en conséquence des informations révélatrices de leurs vrais vécus tout au long du processus de création. Il convient de rappeler aussi, que notre recherche se centre sur les entreprises qui ont réussi à survivre dans un certain environnement. Elle occulte, par ce fait, les enseignements à tirer des études des processus qui n'ont pas abouti afin de mieux comprendre ce qu'il se passe dans ces situations (Fayolle, 2004).

La deuxième piste consisterait dans une démarche quantitative à donner une validité externe au modèle du processus. Pour cela il est indispensable de le tester sur des échantillons plus représentatifs, plus larges et plus diversifiés. Un échantillon qui prendra en compte également les primo créateurs de toutes les régions du Burkina Faso et issus de plusieurs filières de formation.

Enfin, une troisième perspective peut consister en une étude comparative entre les diplômés de l'enseignement supérieur et les autres créateurs d'une part, puis entre les primo créateurs et ceux qui sont à leur n^{ième} création. Ce qui permettra de voir si le fait d'avoir fréquenté un établissement d'enseignement supérieur ou d'avoir de l'expérience dans la création, induit une différence significative dans le processus de création d'entreprises.

Les limites de notre recherche correspondent globalement aux limites de notre rationalité, de notre capacité à traiter l'information. Ces limites nous préférons les voir sous un angle positif : ce sont ces limites de la rationalité humaine qui permettent la découverte et l'évolution. Sans ces notions la vie serait beaucoup moins drôle. Après tout, et comme disait Barbosa (2008) : *« si nous étions capables de répondre à toutes les questions possibles, quelle serait alors l'utilité de la recherche ? »*.

BIBLIOGRAPHIE

Académie de l'Entrepreneuriat (2008), « Livre Blanc » *Proposition de l'Académie de l'Entrepreneuriat pour faire de la France un d'entrepreneurs*, site internet : www.entrepreneuriat.com

Acs Z J (2006), « How is entrepreneurship good for economic growth? », *Innovations*, vol. 1, n° 1, p. 97-107

Agarwal R, Echambadi R, Franco A M et Sarkar M (2004), “Knowledge Transfer through Inheritance: Spin-out Generation, Development, and Survival”, *The Academy of Management Journal* 47, 501-522

Aktouf O (1987), « Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations. *Une introduction à la démarche classique et une critique* ». Montréal : Les Presses de l'Université du Québec, 1987.

Albagli C et Henault G (1996), « *La création d'entreprise en Afrique* », Universités Francophones, EDICEF, 1996.

Albert P (2000), « La création d'entreprises de haute technologie », dans Verstraete, T. (Éd.), *Histoire d'entreprendre- Les réalités de l'entrepreneuriat*, Caen, Éditions EMS, p. 149-160).

Albert Ph. et Marion S (1997), « *Ouvrir l'enseignement à l'esprit d'entreprendre* », Les Echos, dossier spécial sur l'Art d'Entreprendre, 19 et 20 septembre.

Albertini T, Fabiani T, Lameta N et Orsoni J (2015), « Susciter l'envie d'entreprendre chez les étudiants. La perception des Universitaires impliqués dans les démarches entrepreneuriales. Une application à l'Université de Corte », 9e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation ENTREPRENEURIAT RESPONSABLE : PRATIQUES ET ENJEUX THEORIQUES Nantes, France, 20-22 mai 2015

Aldrich H (2000), « *Organizations evolve* », London, Sage Publications, 2^{ème} édition, Chapitre 2, 3 et 4.

Aldrich H, Elam A B et Reese P R (1996) « Strong ties, weak ties, and strangers : do women business owners differ from men in their use of networking to obtain assistance ? », dans S.

Birley et I. MacMillan (dir.), *Entrepreneurship in a Global Context*, 1-25, Londres, Routledge, p. 208.

Allenbach Hachard V (2009), « Le processus de création du néo-entrepreneur : une tentative de compréhension par la théorie de l'effectuation », thèse de doctorat soutenue le 06 août 2009 à l'université de Caen en France.

Amblard H, Bernoux P, Herreros G et Livian Y (1996), « *Les nouvelles approches sociologiques des organisations* », Paris, Seuil.

Amit R et Muller E (1994), « Push » and « Pull » entrepreneurship, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, p. 27-42.

Anadón M et Guillemette F (2006), « La recherche qualitative est-elle nécessairement inductive? », in Actes du colloque de l'Association pour la recherche qualitative (ARQ) organisé dans le cadre du congrès de l'ACFAS 16 mai 2006, Université McGill, Montréal

Andersson P et Wadensjö E (2007), « Do the unemployed become successful entrepreneurs? A comparison between the unemployed, inactive and wage-earners », *International Journal of Manpower*, vol. 28, p. 604-626

Andreani J C et Conchon F (2015), « Méthodes d'analyse et d'interprétation des études qualitatives: état de l'art en marketing » disponible sur <https://www.researchgate.net/publication/238711815>, consulté le 16/09/2018

Aouni Z (2006), « Le processus d'apprentissage des entrepreneurs naissants », cahier de recherche / workingpaper, August 06 / N° 200608/15, HEC-Ecole de gestion de l'Université de Liège

Arocena J, Bernoux P, Minguet G, Paul-Cavallier M et Richard P (1983), « *La création d'entreprise, un enjeu local* », Notes et études documentaires n° 4709-4710, La Documentation Française, mars 1983, 136 pages.

Aubin-Auger I, Mercier A, Baumann L, Lehr-Drylewicz A-M, Imbert P, Letrilliart L et le groupe de recherche universitaire qualitative médicale francophone : GROUM-F (2008), « Introduction à la recherche qualitative », *Exercer*

Audretsch D B (2008), "Does self-employment reduce unemployment?", *Journal of Business Venturing*, vol 23, n°6, p.673-686

Audretsch D B et Thurik A R (2004), « A model of the entrepreneurial economy », *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 2, n° 2, p. 143-166

Autio E, Keeley R, Klofsten M et Ulfstedt T (1997), «Entrepreneurial intent among students : testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA», *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, p. 133-147.

Avenier M J. (2012), "Epistémologies de l'entrepreneuriat : Cadres scientifiques et épistémologiques mobilisés dans la recherche en entrepreneuriat", in A. Fayolle (dir.). *Encyclopédie de l'Entrepreneuriat*, Cormelles-le-Royal : Editions EMS

Baccari J E (2013), "Les motivations des jeunes entrepreneurs tunisiens : étude comparative avec leurs similaires d'autres pays", *Journal of Global Management Research*

Bachelard G (1938), « *La formation de l'esprit scientifique* », Paris, Librairie philosophique Vrin.

Barbaroux C (2015), "Lever les freins à l'entrepreneuriat individuel », *Rapport du ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique français*, décembre, 2015.

Barbosa S D (2008), «*La perception du risque dans la décision de création d'entreprise* », Thèse de doctorat, Université Pierre-Mendes-France, Grenoble.

Bardin L (2005), «L'analyse de contenu », Eds. PUF, *Le Psychologue*, Juillet 2005.

Bares F, Chelly A et Lévy-Tadjine T (2004), "La création et le développement d'opportunités: vers une relecture du rôle de l'accompagnement en entrepreneuriat». http://atlas.icnancy.fr/pedagogie/Supports/corp_professoral/bares_franck/META%20VERSION%20FINALE.pdf

Barnett W.P et Burgelman R A (1996), "Evolutionary Perspectives on Strategy", *Strategic Management Journal*, vol. 17, 5-19.

Barney J B (1986), «Types of competition and the theory of strategy: Toward and Integrative Framework», *Academy of Management Review*, vol. 1, n° 4, 1986, p. 791-800.

Barney J B (1991), «Firm resources and sustained competitive advantage», *Journal of Management*, vol. 17, 1991, p. 99-120.

Barreneche G A (2014), "Analyzing the determinants of entrepreneurship in European cities", *Small Business Economics*, 42 (1), 77-98.

Basu A. et Virick M (2008), « Assessing Entrepreneurial Intentions Amongst Students: A Comparative Study », Peer Reviewed Papers.

Baum J A C et Oliver C (1992), « Institutional embeddedness and the dynamics of organizational populations », *American Sociological Review*, vol. 57, no 4, p. 540-559.

Baumard P, Donana C, Ibert J et Xuereb J M (1999), « La collecte des données et la gestion de leurs sources ». In Thiétart R.A., *Méthodes de recherche en management*, Paris, Ed, Dunod, 224-256.

Bayala B S A (2015), « Etude sur la mortalité des entreprises au Burkina Faso », rapport d'étude, MEBF.

Bayala B S A (2016), « Fiscalité et activité entrepreneuriale : une analyse exploratoire du cas burkinabè », colloque international sur l'optimisation fiscale, du 21 au 23 juillet 2016 0 Ouagadougou au Burkina Faso.

Beaucage A, Laplante N et Légaré R (2004), « Le passage au travail autonome : choix imposé ou choix qui s'impose ? », *Relations industrielles / Industrial Relations*, vol. 59, n° 2, pp. 345-378.

Bécharde J-P (1994), « Les grandes questions de recherche en entrepreneurship et éducation », *Cahier de recherche HEC Montréal*, N°94-11-02.

Becharde J-P (1996), « Comprendre le champ de l'entrepreneurship », *Cahier de recherche* n°96-01-01, Janvier, HEC de Montréal.

Bécharde J-P et Grégoire D (1997), « Stratégies d'auto-formation à l'entrepreneurship en contexte universitaire », *Cahier de Recherche HEC*, Montréal, N°97-07.

Bellanca S et Colot O (2014), « Motivations et typologie d'entrepreneurs », *La Revue des Sciences de Gestion* 2/2014 (N° 266), p. 63-74

Ben Aissa H (2001), «Quelle méthodologie de recherche appropriée pour une construction de la recherche en gestion ?», Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, 13-14-15 juin 2001

Benrédjem R (2009), « L'intention entrepreneuriale: l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu », CERAG UMR CNRS 5820, cahier de recherche : 2009-21 E4

Bertaux D (1997), « *Les récits de vie, perspective ethnosociologique* », Ed. Paris Nathan.

- Berthier P (1996)**, « *L'ethnographie de l'École. Éloge critique* ». Paris: Anthropos.
- Bhave M P (1994)**, "A process model of entrepreneurship venture creation", *Journal of Business Venturing*, 9, 223-242.
- Bhidé A (2000)**, "*The Origin and Evolution of New Businesses*", Oxford University Press.
- Bird B (1988)**, "Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention", *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Bird B (1989)**, "*Entrepreneurial behavior*", Scott Foresman and Company, 1989
- Birley S et Muzyka D (1998)**, « *L'art d'entreprendre* », Village Mondial, 1998, p. 11-14.
- Blackburn R A et Ram M (2006)**, « Fix or fixation? The contributions and limitations of entrepreneurship and small firms to combating social exclusion », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol 18, No.1, p.73– 89
- Blanc A, Drucker-Gadard C et Ehlinger S (2014)**, « Exploitation des données textuelles », in R.-A. Thiartart, & al, *Méthodes de recherche en management* (pp. 551-573). Paris: Dunod.
- Blanchet A. et Gotman A (1992)**, « L'enquête et ses méthodes : L'entretien, sous la direction de F. de Singly », Nathan, Paris, 128 p.
- Blumer H. (1969)**, "*Symbolic Interactionism, Perspective and Method*", Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Bogenhold D et Staber U (1991)**, «The decline and rise of self-employment», *Employment, Work and Society*, vol. 5, n° 2, pp. 223-239.
- Boissin J-P, Castagnos J et Deschamps B (2004)**, «Étude de l'intention entrepreneuriale des étudiants », CERAG, CNRS UMR 5820, Université de Grenoble II.
- Boissin J-P, Émin S et Hubert James I (2007)**, « Les étudiants et la création d'entreprise - une étude comparée France / Etats-Unis », XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique, AIMS.
- Boissin J-P, Branchet B, Benredjem R et Schaaper J (2009)**, « Comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants : France – Pays arabes » , Centre d'Etudes et de Recherches d'Appliquées à la Gestion, Cahier de recherche de N°2009-30.
- Bonardi J P (1998)**, « Le marché et l'entrepreneur : L'apport de l'école autrichienne », in *Repenser la stratégie. Fondements et perspectives*. Collection *Entreprendre* ; Série vital roux Paris : Vuibert, 77-98

Borges C, Simard G et Filion L-J (2005), « Création d'entreprise – Examen de la documentation », Cahier de recherche 2005-02, Chaire d'entrepreneuriat Rogers -J.-A.-Bombardier, *HEC Montréal*.

Bouchard C (1999), «*Contribution à une politique de l'immatériel. Recherche en sciences humaines et sociales et innovations sociales* », Conseil québécois de la recherche sociale, Groupe de travail sur l'innovation sociale.

Bouchard M.J (2006), « L'innovation sociale en économie sociale », Chaire de recherche en économie sociale. Collection recherche n°2006-01.

Bouchikhi H et Kimberly J (1994), « Entrepreneurs et gestionnaires : les clés du management entrepreneurial », Les Editions d'Organisation

Boukar H (2009) « Les facteurs de contingence de la croissance des micros et petites entreprises camerounaises », *La Revue des Sciences de Gestion* 2009/3 (n° 237-238), p. 75-83. DOI 10.3917/rsg.237.0075

Bourdieu P (1992), «Réponses », Paris, Seuil

Bourguiba M (2006), «L'influence de la culture nationale sur l'intention entrepreneuriale : illustration à travers le cas de TPE françaises et tunisiennes », Cahier de synthèse national du réseau Artisanat-Université (2006).

Bouslikhane A (2011), « Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial », thèse de doctorat en Sciences de Gestion, soutenue à l'Université de Nancy 2

Boutillier S et Uzunidis D (1999), « *La légende de l'entrepreneur, le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise* », Paris, La découverte & Syros.

Boutillier S et Uzunidis D (2000), « Les dimensions socio-économiques et politiques de l'entrepreneur », dans Verstraete, T. (dir.), *Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat*, Paris, Editions Management et Société.

Boutillier S et Uzunidis D (2002), « Les entrepreneurs aujourd'hui, continuité ou ruptures ? », *Cahiers français*, n°309, pp 22-27.

Brasseur M (2010), « Entrepreneuriat et insertion », Bruylant, Bruxelles

Bravo-Bouyssy K (2010), « Les entrepreneurs en solo : différentes logiques de création », *Revue de l'Entrepreneuriat* 2010/1 (Vol. 9), p. 4-28. DOI 10.3917/entre.091.0002

Brenet P (2015), « Le rôle des acteurs publics dans l'émergence des *spin-off* académiques : une approche à l'aide de l'effectuation », 9e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, ENTREPRENEURIAT RESPONSABLE : PRATIQUES ET ENJEUX THEORIQUES Nantes, France, 20-22 mai 2015

Brockhaus R H et Horwitz P S (1986), "The psychology of the entrepreneur", in *The Art and Science of Entrepreneurship*, D. L. Sexton et R. W. Smilor, Ballinger Publishing Company, Cambridge Ma, 1986, p. 25-48

Bruyat C (1993), « *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation* », Thèse de Doctorat de l'Université P. Mendès France, 20/10/1993.

Bruyat C (1994), « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », *Revue Française de Gestion*, novembre-décembre 1994

Bruyat C (2001), "Créer ou ne pas créer? Une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise", *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 1, n°1

Bruyat C et Julien P- A (2000), «Defining the field of research in entrepreneurship», *Journal of Business Venturing* **16**, 165–180

Bull I et Willard G E (1993), «Towards a theory of entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, vol. 8, n° 3, p. 183-195.

Burt R S (1992), "*Structural Holes: The Social Structure of Competition*", Cambridge, Mass., Harvard University Press, p. 324.

Bygrave W (1989), "The Entrepreneurship paradigm (II): chaos and catastrophes among quantum jumps?", *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol 14 n° 2, winter 1989, p. 7-30

Bygrave W et Hofer C W (1991), «Theorizing about Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, N° 2.

Caliendo M et Kritikos A S (2009), "I want to, but I also need to: Start-ups resulting from opportunity and necessity". IZA DP, n° 4661, 35 p.

Carland J W, Hoy F, Boulton W R et Carland J A (1984), « Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization », *Academy of Management Review*, vol. 9, N° 2, p. 354-359.

Carlsrud A et Brännback M (2011), "Entrepreneurial motivations : what do we still need to know?", *Journal of Small Business Management*, vol.49 n°1, p. 9-26.

Carrier C, Julien P A et Menvielle W (2006), « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin: une synthèse des études des 25 dernières années », *Gestion* 31(2), pp.36-50., «Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années », HEC Montréal / Gestion, Volume 31, Numéro 2, pp 36-50

Carter S et Cannon T (1992), "*Women as Entrepreneurs*", Academic Press, London

Carter N M et Allen K R (1997), "Size-determinants of women-owned businesses: Choice or barriers to resources", *Entrepreneurship and Regional Development*, 9 (3), pp.211-220

Cassar G (2007), "Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol.19, n°1, p.89-107

Casson M. (1991), «*L'entrepreneur* », Éditions Economica, Paris, 1991.

Chadeau E (1988), *L'économie du risque, les entrepreneurs 1850-1980*, Paris, Olivier OrbanEditions.

Chambre de commerce et d'industrie du Burkina Faso (2013), «*Baromètre de l'accompagnement des pme au Burkina Faso* », Décembre 2013

Chelly L A (2006), Les processus de génération d'opportunités entrepreneuriales: une recherche exploratoire auprès d'entrepreneurs tunisiens, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université du Sud Toulon-Var.

Child J (1972), « *Organization structure, Environment and Performance, the role of strategic choice* », *Sociology*, 1972, pp. 1-22.

Cipriani A (2012), « Accompagnement et créativité : quel type d'environnement favorisant le développement peut être envisagé? », Regards croisés sur les pratiques d'accompagnement entrepreneurial, 2^{ème} Rencontre entre acteurs des réseaux d'accompagnement et chercheurs, Jan 2012, montpellier, France. <hal-01164551>.

Cohen E (1996), «Epistémologie des sciences de gestion », *Encyclopédie de Gestion*, décembre, volume 24.

Commission européenne (2008), « L'esprit d'entreprise dans l'enseignement supérieur, en particulier dans les études non commerciales », résumé du rapport final du groupe d'experts,

Cope J (2005), « Toward A Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship », *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 29 (4), (Juillet), P. 373-397

Cooper A C, Dunkelberg W C, Woo C Y et Dennis W J (1990), "New Business in America: The Firms and their Owners", NFIB Foundation, Washington, 1990.

Cooper A C, Gimeno-Gascon F J et Woo C Y (1994), "Initial human and financial capital as predictors of new venture performance", *Journal of Business Venturing*, vol.9, n°5, p.371-395

Copin G et Marion S (1992), « Réinventer le business plan », *Harvard, L'expansion*, été, 1992

Cornet A et Constantinidis C (2004), *Entreprendre au féminin. Une réalité multiple et des attentes différenciées*, *Revue Française de Gestion*, 30 (151), pp.127-143.

Coser L, Kadushin C et Powell W (1982), "*Books: The Culture and Commerce of BookPublishing*" New York: Basic Books

Dahlqvist, J., P. Davidsson. et J. Wiklund (1999), « *Initial conditions as predictors of a new venture performance: a replication and extension of the Cooper and al. study* », 44th World Conference of the International Council of Small Business, Naples, 20-23 juin, 1999.

Daval H, Deschamps B et Geindre S (1999), « proposition d'une grille de lecture des typologies d'entrepreneurs », actes du premier congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Lille Nord-Pas de Calais, novembre, 1999

Davidsson P (1995), "Determinants of Entrepreneurial Intentions," *RENT IX Workshop in Entrepreneurship Research*. Piacenza, Italy. November 23-24.

Davidsson P et Wiklund J (1997), "Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates", *Journal of Economics Psychology*, 18, 179-199.

Davidsson P et Honig B (2003) «The role of social and human capital among nascent entrepreneurs», *Journal of Business Venturing*, 18(3): 301-331.

Dawson C et Henley A (2012), “Push” versus “pull” entrepreneurship: an ambiguous distinction?”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol.18, n°6, p. 697 – 719

De Clercq D. et Honig B. (2011), « Entrepreneurship as an integrating mechanism for disadvantaged persons », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 23, n°5-6, p. 353-372.

DeGaulejac V (2006), « Histoires de vie – Héritage familial et trajectoire sociale », in *L’individu contemporain. Regards sociologiques*, Eds Sciences Humaines, 345 p., 87-94.

Degeorge J.M (2007), « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d’entreprise : le cas des ingénieurs français », thèse pour l’obtention du doctorat en sciences de gestion, Présentée et soutenue publiquement le 26 novembre 2007.

Delmar F et Shane S (2003), « Does business planning facilitate the development of new ventures? » *Strategic Management Journal*, 24(12), 1165-1185.

Demeres C (2002), « L’entretien ». Dans Y. Giordano, *Conduire un projet de recherche. Une perspective qualitative* (pp. 173-210). Paris: EMS.

Depeyre C (2005), « Retour sur la théorie des ressources ». *Le Libellio d’Aegis*, 2005, pp.9-14. <hal-00262991>

Depeyre C et Dumez H (2007) “La théorie en sciences sociales et la notion de mécanisme : à propos de *Social Mechanisms*”, *Le Libellio d’Aegis*, vol. 3, n° 2, pp. 21-24.

Deslauriers J-P et Kérisit M (1997), « Le devis de la recherche qualitative ». In Poupart. J., Deslauriers. J.P., Groulx.L., Lapperrière. A., Mayer. R. et Pires. A.P., *La recherche qualitative, enjeux épistémologiques et méthodologiques*, édition Gaëtan Morin.

Diakite B (2004), « *Facteurs socioculturels et création d’entreprise en Guinée: étude exploratoire des ethnies peule et soussou* », Thèse de doctorat en Sciences des administrations, Université Laval.

Dialla B. E (2004), « Les fondements de l’entrepreneuriat au Burkina Faso », série documents de travail DT-CAPES, n° 2004-16.

DiMaggio P (1981), “Cultural Entrepreneurship in Nineteenth Century. Part 1: The Creation of an Organizational Base for High Culture in America”, *Media, Culture and Society*, 4: 33-50

Dimaggio P et Powell W (1983), “The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields”, *American Sociological Review*, vol 48, 1983, p. 147-160.

Diochon M, Gasse Y, Menzies T V et Garand D (2001), “From conception to inception: Initial findings from the Canadian study on entrepreneurial emergence”, Proceedings of the Administrative Sciences Association of Canada, London, Ontario, May 27-29, 2001, pp. 41-51.

Douglas J.D. (1976), « *Investigative Social Research* », Beverly Hills, CA : Sage.

Doutriaux J (1992), « Interaction entre l'environnement universitaire et les premières années des entreprises essaimantes canadiennes », *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 5, n° 2, 1992, p. 7-39.

Drucker P.F (1985), “*Innovation and Entrepreneurship*”, Harper & Row, 1985.

Dubard B. S (2008), « La perception de risque dans la décision de création d'entreprise », thèse de doctorat soutenue le 31 Janvier 2008 à l'université Pierre Mendès France.

Duchéneaut B. et le centre de recherche EURO PME (1996), « *Les dirigeants de PME : enquête, chiffres, analyses pour mieux les connaître* », Maxima, Paris 1996

Dumez H (2011), « Qu'est-ce que la recherche qualitative ? », *Le Libellio d'Aegis*, 2011, 7 (4 - Hiver), pp.47-58. < hal-00657925 >

Dumez H (2013), « Qu'est-ce que la recherche qualitative ? Problèmes épistémologiques, méthodologiques et de théorisation », *GÉRER ET COMPRENDRE • JUIN 2013 • N° 112*

Dunkelberg W. C et Cooper A. C (1982), « Entrepreneurial typologies: an empirical study », in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1982, p. 1-15.

Dupouy A (2010), « Accompagner le porteur de projet innovant... ou comment faire émerger ses compétences ? », *Revue Internationale de Projectique* ISBN: 978-2-8041-0137-4, 0 (2010) pp. 111-125

Dutta D K et Crossan M (2005), “The nature of entrepreneurial opportunities: understanding the process using the 4I organizational learning framework”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume 29, Issue 4, July 2005, p 425–449

Fabi B, Garand D.J et Pettersen N (1993), « *La GRH : contingences davantage qu'universalité ? Opérationnalisation d'un modèle de contingence* », AGRH Jouy-en-Josas, Groupe thématique n° 5, 1993, pp. 212-223.

Émin S (2003), « *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français* », Thèse de doctorat, Université Pierre-Mendes-France, Grenoble.

Estay C (2003), « Les dynamiques de la création d'entreprises en France et aux États-Unis : une société du salariat face à un environnement entrepreneurial », *Revue internationale P.M.E.*

Estrin S, Korosteleva J et Mickiewicz T (2013), "Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations?", *Journal of Business Venturing*, vol.28, n°4, p.564-580

Ettinger J-C (1989), « Stimuler la création d'emplois par la création d'entreprise », *Revue Française de Gestion*, mars-avril-mai 1989, p. 56-61

Etzioni A (1987), "Entrepreneurship, adaptation and legitimation", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 8, 175-189.

Fayolle A (1994) « La trajectoire de l'ingénieur entrepreneur », *Revue Française de Gestion*, novembre-décembre 1994

Fayolle A (2004), « Entrepreneuriat et processus : faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches », CIPME, Montpellier.

Fayolle A et Nakara W (2010), « Création par nécessité et précarité: la face cachée de l'entrepreneuriat ». Cahier de recherche n 2010-08 E4. 2010. <halshs-00534819>, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00534819>, Submitted on 10 Nov 2010

Fayolle A et Toutain O (2009), "Le créateur d'entreprise est un « bricoleur », *L'Expansion Entrepreneuriat*, n°1, p. 20-26

Filion L-J. (1990), « *Les entrepreneurs parlent* », les éditions de l'entrepreneur, Montréal 1990, 302p.

Filion L-J (1991), « *Vision et relations : clefs du succès de l'entrepreneur* », Montréal, Les Editions de l'entrepreneuriat.

Filion L-J (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue internationale P.M.E.*, Vol 10, n°2, 1997

Filion L-J, Borges C et Simard G (2006), « Etude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes », Cahier de recherche n°2006-11, Octobre 2006, 8ème Congrès International du CIFEPME, Fribourg, Suisse, www.hec.ca/chaire.entrepreneuriat

Fleischmann F (2006), « Entrepreneurship as emancipation: The history of an idea », A lecture delivered at the Free University of Berlin

François V (2012), « Les trajectoires d'émergence des nouvelles organisations : une exploration qualitative auprès de trois cas de projets de création » *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 25, n°3-4, 2012, p.229-255.

Gartner W (1985), "A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture Creation", *Academy of Management Review* 10(4):696–706.

Gartner W (1988), "Who is an entrepreneur? Is the wrong question", *American Journal of Small Business*, Spring, 13, 11-32.

Gartner W (1989), «Who is an entrepreneur? Is the wrong question», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, n° 4, p. 47-67.

Gartner W (1990), "What we are talking about when we talk about entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, volume 5, p. 19-28.

Gartner W (1993) "Words lead to deeds : towards an organizational emergence vocabulary", *Journal of Business Venturing*, vol. 8, n° 3,1993, p. 231-239.

Gartner W (2001), "Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, n° 4, Summer 2001, p. 27-39.

Gartner W (2010), "A new path to the waterfall: a narrative on a use of entrepreneurial narrative", *International Small Business Journal*, vol.28-1

Gartner W et Carter N M (2003), « Entrepreneurial behaviour and firm organizing process », dans Z.J. Acs et D.B. Audretsch (dir.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Boston, Kluwer, p. 195-221.

Gasse Y (2000), « Les chercheurs-entrepreneurs canadiens : profil et entreprises », *Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME*, Université Laval, 15 pages.

Gasse Y (2002) «Les créateurs d'entreprises et les influences de leur environnement», 6^o *Congrès international francophone sur la PME*, Montréal.

Gasse Y (2012), « Les facteurs et conditions de la création et du développement d'entreprises dans les économies avancées et émergentes », Document de travail 2012-018, disponible

Gasse Y et D'Amours A (2000), « Profession : Entrepreneur », Les Éditions Transcontinentales.

Gasse Y et Trembley M (2011), « Entrepreneurial Beliefs and Intentions: A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries » INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS, 16(4), 2011 ISSN: 1083-4346

Gasse Y, Camion C, Ghamgui A, Brousseau-Doiron P et Trembley M (2006), « Etude sur les intentions entrepreneuriales des étudiants post secondaires de la Gaspésie et des Iles-de-la-madeleine », Centre d'entrepreneuriat et de PME, Faculté des sciences de l'Administration, Université Laval, Québec, Qc G1K 7P4

Gavard-Perret M.L., Gotteland D., Haon C. et Jolibert A (2012), « Méthodologie de la recherche en sciences de gestion », 2012 Pearson France

Gelderen M., Bosma N. et Thurik R (2001), «Setting up a business in the Netherlands: who starts, who gives up, who is still trying», *Frontiers of Entrepreneurship Research*: 80-90.

GEM (2016), « 2015/2016 Global Report » disponible sur www.babson.edu, consulté le 25 octobre, 2017.

Ghiglione R et Matalon B (1978), « *Les enquêtes sociologiques* », Paris, Armand Colin.

Giacomin O, Guyot J-L, Janssen F et Lohest O (2006), « Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région Wallonne : identité et dynamique push-pull », *CRECIS working paper 12/2006*, Université Catholique de Louvain.

Giacomin O, Janssen F, Guyot J-L et Lohest O (2010), « *Impact du sexe et de l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale des étudiants : une comparaison internationale* », 10^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFPME), IRGO, université Bordeaux4 (France).

Gibb A (2007), "Enterprise in education: educating tomorrows'entrepreneurs", working paper

Girod-Séville M et Perret V (1999), «Fondements épistémologiques de la recherche», in Thiétart (RA.) [ed.] (1999), *Méthodes de recherche en management*, Paris, Dunod, pp. 13-33, 1999

Greene P et Brown T (1997), « Resource needs and the dynamic capitalism typology », *Journal of Business Venturing*, vol. 12, p. 161-173.

Grenier C et Pauget B (2007), « Qu'est-ce que la recherche en management ». *Recherche en soins infirmiers* (91), pp. 12-23.

Guesnier B (1994), « Regional Variation in New Firm Formation in France », *Regional Studies*, n° 28, p. 347-358.

Guillemette F (2006), « L'approche de la *Grounded Theory*, pour innover? » *Recherches qualitatives*, 26(1), 32-50.

Guyot J-L et Van Rompaey B (2002), « Entrepreneuriat et création d'entreprise : revue de la littérature et état de la recherche », Service des Etudes et de la Statistique (S.E.S.) du Ministère de la Région wallonne

Guyot J-L et Vandewattyne J (2004), « Ebauche d'une sociologie des logiques d'action des créateurs d'entreprises : apports théoriques », communication présentée au VIIème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Universités Montpellier I et III, Montpellier, 26-29 Octobre 2004

Hannan M T et Freeman J (1984), "Structural inertia and structural change", *American Sociological Review*, vol 49, 1984, p. 149-164.

Hayek F A (1945) "The Use of Knowledge in Society." *American Economic Review*, 35: 519–530.

Hebbar K (2001), « *Les compétences clés de l'entrepreneur innovateur : l'influence de l'expérience pré-entrepreneuriale* », Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique 13-14-15 juin 2001, Faculté des Sciences de l'administration, Université Laval, Québec

Hernandez E M (1995), « L'entrepreneuriat comme processus », *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 8, n° 1, 1995, p. 107-119.

Hernandez E M (1999), « Le processus entrepreneurial – Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », L'Harmattan, 256 p.

Hernandez E M (2001), « *L'entrepreneuriat. Approche théorique* », Paris, Editions L'harmattan, 270 p.

Hernandez E M (2006), « Les trois dimensions de la décision d'entreprendre », *Revue française de gestion* 2006/9 (n° 168-169), p. 337-357. DOI 10.3166/rfg.168-169.337-357

Hernandez E M (2008) « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle », *Revue française de gestion : L'entrepreneuriat en action*, vol.5, n° 185, 2008, p. 89 – 105

Hien K F (2002), « *L'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire* », The CDS Research Report Series, Groningen, 44 p.

HladyRispal M et Jouison-Laffitte E (2015), « La contribution des méthodes qualitatives au développement du champ de l'entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.14, n°1,15-40.

Hofer C W et Bygrave W (1992) «Researching entrepreneurship», *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol 16 n° 3, 1992, p. 91-100.

Holcombe R. G (2003), “The Origins of Entrepreneurial Opportunities”, *The Review of Austrian Economics*, 16:1, 25–43, 2003.

Honig B et Karlsson T (2001) «Business plans and the nascent firm: a study of instrumental and institutional theories», *Frontiers of Entrepreneurship Research*: 13-27.

Hourquet P G et Roger A (2003), « Les ingénieurs français et l'entrepreneuriat comme orientation de carrière », *Cadres et entrepreneuriat : Mythes et réalités*, n°3.

Huault I (2008), « *Paul DiMaggio et Walter Powell. Des organisations en quête de légitimité* », Les Grands Auteurs en Management, EMS, pp.XXX-XXX, 2009. <halshs-00671797>

Isenberg D (2011), “The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship”, presentation at the Institute of International and European Affairs, May 12, 2011, Dublin Ireland.

Jacobson R (1992), « The “Austrian” School of Strategy », *Academy of Management Review*, Vol. 17, n° 4, p. 782-807.

Jaziri R et Paturel R (2008) « *Peut-on être entrepreneur quand on est membre de l’université : vers une délimitation du concept de l’acadépreneuriat* ». Actes de la 1^{ère} conférence internationale sur « la culture entrepreneuriale et création d’entreprises : les pratiques et les méthodes pédagogiques de la formation en entrepreneuriat à l’université ». 27-30 mars 2008. Monastir.

Jaziri R et Paturel R (2009), « L’intention entrepreneuriale de l’universitaire : vers un consensus conceptuel de l’“academicentrepreneurship” à l’acadépreneuriat », Actes du colloque international sur « l’entrepreneuriat à la recherche de l’intention : l’imagination au service de la gestion ». 29-30 janvier 2009. ESC Bretagne Brest. Sur <http://www.esc-bretagne-brest.com/download/news/colloque-01-2009.pdf>

Johannisson B (1991), « University training for entrepreneurship: A Swedish approach », *Entrepreneurship and Regional Development*, 3(1), 67-82.

Johnson P et Parker S (1996), « Spatial Variations in the Determinants and Effects of Firm Births and Deaths », *Regional Studies*, n° 30, p. 679-688.

Joveneau B (1993), « Création d’entreprise par essaimage : présentation et étude de cas », mémoire de D.E.A., Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion Namur Belgique.

Julien P-A et Marchesnay M (1996) « *L’entrepreneuriat* », *Economica*

Julien P-A et Jacob R (1999), « La transformation du rôle de l’entrepreneur et l’économie du savoir », *Gestion*, vol. 24, no 3, p. 43-50.

Kamdem E (2011), « Vers un modèle camerounais d’accompagnement entrepreneurial des très petites et petites entreprises », Série des Livres du Codesria

Kamdem E, Nkakleu R, Fouda O M, Biboum A D et Ikellé R (2011), « *Pratiques d’accompagnement et performance : Très petites et petites entreprises camerounaises en phase de démarrage* », Série des Livres du Codesria.

Kane D et Diallo A (2015), « Les logiques d’accompagnement des entreprises sénégalaises », 9e Congrès de l’Académie de l’Entrepreneuriat et de l’Innovation ENTREPRENEURIAT RESPONSABLE : PRATIQUES ET ENJEUX THEORIQUES Nantes, France, 20-22 mai 2015

Kaufmann J C (1996), « *L'entretien compréhensif, sous la direction de F. de Singly* », Nathan, Paris, 128 p.

Katz J et Gartner W (1988), "Properties of emerging organizations", *Academy of Management Review*, 13(3), 429-441.

Keeble D et Walker S (1994), « New Firms, Small Firms and Dead Firms: Spatial Patterns and Determinants in the United Kingdom », *Regional Studies*, n° 28, p. 411-427.

Kirkwood J (2009), "Motivations factors in a push-pull theory of entrepreneurship", *Gender in Management: an international Journal*, 24, (5), pp. 346-364.

Kirkwood J et Walton S (2010), "What motivates ecopreneurs to start a business?", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16(3): 204-228.

Kirzner I (1973), « *Competition and Entrepreneurship* », Chicago University Press.

Kirzner I (1979), « *Perception, opportunity and profit: study in the theory of Entrepreneurship* », University of Chicago Press.

Kirzner I (1997), « Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian approach », *Journal of Economic Literature*, Vol. 35, n° 3, p. 60–85.

Klofsten M (2000), « Training entrepreneurship at universities: a Swedish case », *Journal of European Industrial Training*, 24(6), 337–344.

Koenig G (1999) « *Les ressources au principe de la stratégie*, Koenig G. Coord., De Nouvelles Théories pour gérer l'Entreprise du 21ème siècle », Economica, Paris, 1999, pp.199-239.

Lalèyê I, Panhuys H, Verhelst T et Zaoual H (1996), « *Organisations économiques et cultures africaines : de l'homo oeconomicus à l'homo situs* », Paris, L'Harmattan,

Lasch F, Le roy F et Yami S (2005), « L'influence de l'environnement socio-économique sur la création d'entreprises dans le secteur TIC : le cas de la France », *Finance Contrôle Stratégie – Volume 8, N° 1, mars 2005, p. 73 – 107.*

Lavoie D (1993), « La découverte et l'interprétation des possibilités de profit : la culture de l'entrepreneur selon Kirzner », in : BERGER B et al. (Sous la direction de), *Esprit d'entreprise : cultures et sociétés*, PUF, Les Editions Maxima, p. 219-238.

Lawrence R et Lorsch W (1986), « *Adapter les structures de l'entreprise ; intégration ou différenciation* », Éditions d'organisation, Paris.

Learned K E (1992), "What happen before the organization ? A model of organization formation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 39-48.

Le Flanchec A (2011), « Regard épistémologique sur les sciences de gestion », *Cahiers de Recherche PRISM-Sorbonne / CR 11-18*

LeCompte M D et Preissle J (1993), « *Ethnography and Qualitative Design in Educational Research* », San Diego: Academic Press.

Le Moigne J L (1990), «*Épistémologies constructivistes et sciences de l'organisation* », dans *Épistémologies et Sciences de gestion* (Coord. Martinet) Economica, p. 81-140

Lichtenstein B B et Brush C G (2001) «How do 'resources bundles' develop and change in new ventures? A dynamic model and longitudinal exploration», *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3): 37- 58.

Lichtenstein B B, Dooley K J et Lumpkin G T (2006), « Measuring emergence in the dynamics of new venture creation », *Journal of Business Venturing*, vol. 21, no 2, p. 153-175.

Lin N (1999), « Building a theory of social capital », *Connections*, vol. 22, p. 28-51.

Long W et McMullan W E (1984), "Mapping the new venture opportunity identification process", in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1984, p. 567-591.

Low M B et MacMillan I C (1998), « Entrepreneurship: past research and future challenges », *Journal of Management*, vol. 14, p. 139-161.

Loye A S, Bahan D, Boly D et Bayi S (2012), « Analyse de la performance de l'enseignement supérieur au Burkina Faso : le cas de l'Université de Ouagadougou », rapport analytique, ROCARE.

Marchesnay M (1998), « Confiances et logiques entrepreneuriales », *Economies et Sociétés, Sciences de Gestion*, 8-9, 99-117.

Marchesnay M et Messeghem K (2001) (coordonné par), « *Cas de stratégie de PME* », Éditions EMS, coll. « Études de cas », 14460 Colombelles, 2001.

Martin M (1984), « *Managing technological innovation and entrepreneurship* », Reston Publishing Co, 1984.

Mbengue A et Vandangeon-Derumez I (1999), « Positions épistémologiques et outils de recherche en management stratégique », *Actes de la VIIIème conférence de l'AIMS*.

McClelland D (1961), "The Achieving Society", Van Nostrand, Princeton NJ

Merigot J-G (1991), « *Qu'est-ce que l'entreprise ?* », CREGE, IAE de Bordeaux, Travaux de recherche, N°I.9102, 1991, 45 pages.

MESR (2014), « *Evaluation du dispositif d'incubation issu de l'appel à projet du 25 mars 1999* », Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche, septembre 2014

Meyer J et Rowan B (1977), "Institutional organizations: Formal structure as myth and ceremony", *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.

Mezhoudi L (2001), "L'essaimage d'entreprises et l'appropriation de la technologie" thèse de doctorat sous la direction de Zghal R., ISG de Tunis.

Miller D. (1981), "Toward a contingency approach: the search for organization gestalts", *Journal of Management Studies*, vol 18, 1981, p. 1-26.

Milofsky C (1981), "Structure and Process in Community Self-Help Organizations", *Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association*, Toronto, Canada.

Minniti M et Bygrave W (2001), « A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning », *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 25 (Printemps), P. 5-16

Mintzberg H (1979), "The structuring of organizations", Prentice Hall edition

Mizruchi M S et Fein L C (1999), «The Social Construction of Organizational Knowledge: A Study of the Uses of Coercive, Mimetic, and Normative Isomorphism», *Administrative Science Quarterly*, 44, 653-683

Morin E (1989), « *Diriger dans la complexité* », Colloque du 9 mars 1989, *Entreprise et Progrès*, Juin 1989.

Moussa Mouloungui A C (2013), « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », thèse de doctorat soutenue à l'università degli studi di verona, octobre ; 2013

Muzyka D et Churchill N.C (1998), "*Cultiver l'esprit d'entreprendre*", in : Birley S et Muzyka D, (sous la direction de), *L'art d'entreprendre*, Village Mondial, 1998, p. 288- 292.

N'Guessan Y M (2006), « L'entrepreneuriat et la recherche d'opportunité: le processus de développement d'une idée d'affaires », mémoire présenté à université du Québec à Trois-Rivières comme exigence partielle de la maîtrise en gestion de projet.

Nishantha B (2009), « Influence of Personality Traits and Socio-demographic Background of Undergraduate Students on Motivation for Entrepreneurial Career: The Case. of Sri Lanka», Euro-Asia Management Studies Association (EAMSA) Conference held on 5th December 2008 at Doshisha Business School, Kyoto, Japan.

Nkakleu R (2007), «Capital social et identification et exploitation d'opportunités entrepreneuriales en contexte camerounais: une étude pilote », *Vème congrès international de l'Académie de l'Entrepreneuriat Sherbrooke (Canada), du 4 au 5 octobre 2007*

Nkakleu R., Tidjani B., Méfouté A. et Biboum A.D. (2013), «Accompagnement des Entrepreneurs et Performance Post Création des Petites Entreprises Camerounaises et Sénégalaises», Rapport de Recherche du FR-CIEA N° 78/13

Nkakleu R (2016), « Les motivations des entrepreneurs aux pieds nus au Cameroun », XXV Conférence Internationale de Management Stratégique AIMS, *Hammamet*, Tunisie, 30 et 31 mai- 1 juin 2016,

Nkakleu R (2018) (coordonné par), « *Accompagnement des petites entreprises au Cameroun et au Sénégal* », Compétences des dirigeants et performance, avec les contributions de Biboum A D, Diop F, Mefouté Badiang A, Ndiaye A, Simen S, Tidjani B et Yamb B, EMS, Management et Société, coll Questions de société. www.editions-ems.fr,

Oakey R P (1981), « *High Technology Industry and Industrial Location*», Aldershot, Gover.

OCDE (2004), « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée » Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée Note de synthèse des rapports de référence ; La 2e conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME) ; *Istanbul, Turquie 3-5 juin.*

Ouédraogo A (1999), «*Les déterminants de la création de PME dans un pays d'Afrique Sub-saharienne : une analyse quadridimensionnelle du phénomène entrepreneurial au Burkina Faso* », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Caen, France, 503 p.).

Paturol R (2006), « Délimitation du champ de l'entrepreneuriat par ses caractéristiques, pratiques et paradigmes », *1er colloque International du Réseau Méditerranéen des Ecoles de Management*, 9 et 10 juin 2006, Beyrouth.

Paturol R (2007), « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat », *Revue Internationale de Psychosociologie*, N° 31, automne 2007, p. 27-43.

Penrose E. (1959), "*The Theory of the Growth of the Firm*", Oxford: Oxford University Press.

Pepin M (2010), « Vers l'émergence d'une culture entrepreneuriale en milieu scolaire: Un regard ethnographique », *Canadian Journal for New Scholars in Education/ Volume 3, Issue 1*

Perez M, Quinio B et Sy C (2015), « L'entrepreneuriat universitaire au travers le prisme des options réelles », 9e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, *Entrepreneuriat responsable : pratiques et enjeux théoriques* Nantes, France, 20-22 mai 2015

Pfeffer J. et Salancik G.R (1978), "*The external control of organizations: a resource dependence perspective* », Harper & Row, 1978.

Pirès A P (1997), « Échantillonnage et recherche qualitative : essai théorique et méthodologique ». Dans Poupart J et al, *La recherche qualitative : Enjeux épistémologiques et méthodologiques* (p.113- 172). Boucherville : G. Morin.

Plummer L A (2007), "An essay on the origins of entrepreneurial opportunity", *Small Business Economics*, 4, 363-379.

Popper K (1979, traduction française.) « La logique des sciences sociales », in Adorno Theodor et Popper Karl (1979) *De Vienne à Francfort. La querelle allemande des sciences sociales*, Bruxelles, Éditions Complexe, pp. 75-90.

Prouteau L. et Schieb-Bienfait N. (dir.), (2007), « Entrepreneuriat en économie sociale et solidaire », Rapport final à la Délégation Interministérielle à l'Innovation, à l'Expérimentation Sociale et à l'Economie Sociale (DIIESES), avec les contributions de Bréchet J-P., Caire G., Chapelle K., Charles-Pauvers B., Emin S., Frisque S., Guibert G., Hérault C., Huntzinger F., Lazuech G., Lemaignan C., Simon E., Urbain C, décembre 2007, 361 p. et 27 pages d'annexes.

Ray S et Cardozo R (1996), "Sensitivity and creativity in entrepreneurial opportunity recognition: a framework for empirical investigation", Paper presented at The Sixth Global Entrepreneurship Research Conference, Imperial College, London.

Reichertz J (2004), “Abduction, deduction and induction in qualitative research”, Dans U. Flick, E. von Kardorff, & I. Steinke (Eds), *A companion to qualitative research* (p.159-164). London : Sage.

Renzulli L, Aldrich H E et Moody J (1998), « Familymatters : gender, networks, and entrepreneurial outcomes », Communication présentée à l’International Conference on Entrepreneurship, INSEAD, Fontainebleau, p. 523-546.

Reynolds P (1997), “Who Starts New Firms?” *Small Business Economics*, Vol. 9, No. 1, 1997

Reynolds P D et Miller B (1992), « New firm gestation: conception, birth, and implications for research », *Journal of Business Venturing*, 7: 405-417.

Reynolds P D et Storey D J (1993), « *Local and Regional Characteristics Affecting Small Business Formation: A Cross National Comparison* », European Commission-OECD/WKSUM01, Paris.

Reynolds P. D., Storey, D. J. et Westheand P. (1994), « Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates », *Regional Studies*, n° 28, p. 443-456.

Reynolds P, Bygrave W, Autio E, Cox L. et Hay M (2002), « *Global Entrepreneurship Monitor* », 2002 Executive Report, Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation, and London Business School.

Robert Le (1996), « *Le Robert illustré d’aujourd’hui* ». Paris : Édition du Club France Loisirs, avec l’autorisation des dictionnaires Le Robert.

Romainville M (1997), « Peut-on prédire la réussite d'une première année universitaire? » *Revue Française de Pédagogie*, n°119, p 81-90.

Ronstadt R C (1984), « *Entrepreneurship* », Lord Publishing, Dover.

Rouatbi A (2016), « L’entrepreneuriat Féminin: Une Question de Genre ou de Culture? », 9e Congrès de l’Académie de l’Entrepreneuriat et de l’Innovation, ENTREPRENEURIAT RESPONSABLE : PRATIQUES ET ENJEUX THEORIQUES Nantes, France, 20-22 mai 2015

Samuelsson M (2001), “Modeling the nascent venture opportunity exploitation process across time”, In W. D. Bygrave, E. Autio, C. G. Brush, P. Davidsson, P. G. Green, P. D.

Sammut S (2000), « Vers une intermédiation effective petite entreprise jeune et environnement local », *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 13, n° 1, 2000, p.87-104.

Sanséau P-Y (2005), « Les récits de vie comme stratégie d'accès au réel en sciences de gestion : pertinence, positionnement et perspectives d'analyse », *RECHERCHES QUALITATIVES VOL.25(2)*, 2005, pp. 33-57. ISSN 1715-8702
<http://www.recherchequalitative.qc.ca/Revue.html>

Saporta B (1994), «La création d'entreprises : enjeux et perspectives », *Revue Française de Gestion*, n° 101, novembre-décembre, p. 74-86.

Sarasvathy S D (2001a), « Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency », *Academy of Management Review*, vol. 26, n°2, pp.243-263

Sarasvathy S D (2001b), « Effectual reasoning in entrepreneurial decision making : Existence and bounds », Winner of the Newman Award at the 2001 Academy of Management Meeting in Washington DC, 2001(b), p.11.

Savoie-Zajc L (2007), « Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide? », at: <https://www.researchgate.net/publication/237504691>

Say J-B (1972), «*Traité d'économie politique* », Editions Calmann-Lévy, Paris, 1972, 571 pages

Schein E.H (1996), « Career anchors revisited: implications for career development in the 21st century », *Academy of Management Executive*, 00(0), 80-88.

Schieb-Bienfait N (2000), «Du projet de création comme pratique pédagogique : témoignage autour d'une expérience», *Gestion 2000*, mai-juin 2000, p. 123-148.

Schmitt C (2005), « *Université et Entrepreneuriat : Une relation en quête de sens* », L'Harmattan. Mouvements Economiques et Sociaux.

Schmitt C (2007), « Création de valeur dans les PME », dans FILION L.-J., *Management des PME, De la création à la croissance*, Pearson France/ERPI Québec, p. 403-414.

Schmitt C (2008), « Université et entrepreneuriat : donner à voir pour comprendre ; donner à comprendre pour voir », dans *Université et Entrepreneuriat*, sous la direction de Schmitt, presses universitaires de Nancy.

Schmitt C (2009), « Les situations entrepreneuriales : proposition d'une nouvelle grille d'analyse pour aborder le phénomène entrepreneurial », *SEES / Revue Economique et Sociale*, numéro 3 septembre 2009.

Schmitt C et Filion L-J (2009), « Le réel expérimenté pour explorer la TPE : apports conceptuels et méthodologiques », *Revue Management & Avenir*, N°30, p. 207-226.

Schumpeter J (1928), «The instability of capitalism », *The economic journal*, 151, vol XXXVIII, september 1928, p. 379.

Schumpeter J (1934), "The fundamental phenomenon of economic development", in *Entrepreneurship and Economic Development*, Peter Kilby ed., The Free Press, N.Y., 1971, p. 43-70, (Publié dans *The theory of economic development*, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1934, p. 62-94).

Schumpeter J (1974), "*The theory of economic development*" Oxford University Press.

Schutjens V et Wever E (2000), "Determinants of new firm success", *Papers in Regional Science*, Vol.79, n°2.

Schwandt T A (1997), « *Qualitative Inquiry: A Dictionary of Terms* » Thousand Oaks: Sage.

Shane S et Venkataraman S (2000), « The promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, 2000, p. 217-226.

Sharma P et Chrisman J J (1999), "Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of the corporate entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.23, n°3, pp.11-28.

Simon H A (1983), « *Reason in Human Affairs* », Stanford University Press, CA.

Song-Naba F (2015), « Les fondements ethniques de l'entrepreneuriat des femmes immigrées dans la restauration à Ouagadougou, Burkina Faso », *Revue de l'Entrepreneuriat* 2015/2 (Vol. 14), p. 139-165.

Song-Naba F et Toé M (2014), «L'entrepreneuriat au Burkina Faso Attitudes, Activités, Aspirations et Conditions-Cadres », rapport GEM, 2014.

Stablein R (1985), “*Practical and Emancipatory Interests in Organizational Symbolism: A Review and Evaluation*”, *Journal of Management*, Vol. 11, n°2, pp. 13-28, 1985

Stake R E (1994), “Case studies”, Dans Norman K Denzin & Yvonna S. Lincoln (Eds). *Handbook of qualitative research*. Londre: sage publications thousand oaks.

Stevenson H H et Jarillo J C (1990), "A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management", *Strategic Management Journal*, 11, 17-27

Stinchcombe A L (1965), « Social Structure and Organizations », in J.G. March (Ed.), *Handbook of Organizations*, Rand McNally, p. 142-193.

Strauss A et Corbin J (1990), “*Basics of Qualitative Research: Grounded theory procedures and techniques*,” Sage Publications.

Tchouassi G (2009), « Dynamisme entrepreneurial des migrantes et commerce transfrontalier entre le Cameroun et le Nigeria », In Harison, Ratsimbazafy (eds.), *Les mutations entrepreneuriales*, Paris, L’Harmattan, p. 131-144.

Tessier-Dargent C (2015), « Les entrepreneurs par nécessité : d’une dichotomie simplificatrice à un continuum complexe : Définitions et typologie des entrepreneurs par nécessité, étude de la dimension effectuale des processus de création par nécessité », thèse de doctorat en science de gestion soutenue le 13 juillet 2015 à l’université de Grenoble dans l’École Doctorale de Sciences de Gestion, EDF 275, UPMF

Thietart R A (2003), « Méthodes de recherché en management », 2nde édition, Dunod, 537p

Thompson J.D. (1967), “*Organizations in action*”, McGraw Hill, 1967.

Thurik A.R., Carree M.A., Van Stel A.J. et Audretsch D.B. (2008), «Does self-employment reduce unemployment? », *Journal of Business Venturing*

Nkakleu R., Tidjani B., Biboum, A.D., Ndiaye A., Simen S., Diop F et Yamb B. (2010), “Le marché de l’accompagnement des petites entreprises au Cameroun et au Sénégal : regards des porteurs et des portants durant la création et le démarrage », *Actes*, 10ème CIFEPME, Bordeaux, 27, 28 et 29 octobre.

Timmons J A (1994), “*New Venture Creation: Entrepreneurship For The 21st Century*”, revised 4th edition. Chicago: Irwin.

Tornokoski E (1991), “Entrepreneurship through constructivist lenses: visionary entrepreneurship process-a conceptual development”, Licenciante thesis in Management and Organization, University of Vaasa, 167p.

Torres O (2001), « Les divers types d'entrepreneuriat et de PME dans le monde », *Management international*, vol. 6, n° 1.

Torres O et Eminent A (2005), « Rapport sur l'entrepreneuriat 2003-2004 en France et dans le monde » *Global Entrepreneurship Monitor*.

Tounès A. (2003), « *L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE* », Unpublished doctoral dissertation, Université de Rouen.

Trépanier. L. (1999), « Méthode de recherche et d'investigation : l'étude de cas », Sources:<http://www.ed4web.collegeem.qc.ca/profJasaumier/rnsh/ndclfiches/fichmethrech/MRIf2cas.html>. Consulté le 25 Août, 2015

Turan M et Kara A (2007), “An exploratory study of characteristics and attributes of Turkish entrepreneurs: A cross-country comparison to Irish entrepreneurs”, *Journal of International Entrepreneurship*, 5, 25-46. <http://dx.doi.org/10.1007/s10843-007-0014-2>

Uzunidis D (2001), « Entrepreneurs, création d'entreprises et désordre économique », Documents de travail n°45 Lab.RII., Septembre 2001.

Vainio-Korhonen K., Still L., St-Cyr L., Vier Machado H. et Mione A. (2002), « Comparaison des femmes entrepreneurs France – Canada », *6e Congrès international francophone sur la PME*, Montréal, octobre.

Van der Sijde P. (2008), “ Entrepreneurial University as Challenge: Scientists and commercialization. In Diensberg, C. and Fessas, Y. (eds.) *Developing practices and infrastructures for entrepreneurship education and training in Europe*”. Rostock: Rostocker Arbeitspapier zu Wirtschaftsentwicklung und Human Resource Development, nr. 29. (ISSN 1430 – 0524).

Van Manen M. (1990), “*Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy*”. London, ON: Althouse.

Varela R et Jimenez J E (2001), «The effect of entrepreneurship education in the universities of Cali», *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Conference Proceedings. Disponibles sur : www.babson.edu/entrep/fer[consulté le 18/09/ 2016].

Vedel B et Law F (2015), « La start-up est morte, vive la start-up ! Le rôle de l'effectuation dans la survie des entreprises en création par des entrepreneurs novices », 9e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation ENTREPRENEURIAT RESPONSABLE : PRATIQUES ET ENJEUX THEORIQUES Nantes, France, 20-22 mai 2015

Venkataraman S (1997), «The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective». In J. Katz et R. Brockhaus (dir.), *Advances in Entrepreneurship, Forme Emergence and Growth*, 3, p. 119-138.

Verstraete T (2000), "*Les universités et l'entrepreneuriat*", document de travail de l'ADREG. Septembre. www.adreg.net

Verstraete T (2002), « *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche* », Editions de l'ADREG.

Verstraete T (2009), « *Modélisation de l'organisation initiée par un créateur s'inscrivant dans une logique d'entrepreneuriat persistant : les dimensions cognitive, praxéologique et structurale de l'organisation entrepreneuriale* », Thèse pour le Doctorat en Sciences de gestion, Lille, 1997

Verstraete T et Fayolle A., (2005), « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.4, n°1

Verzat C (2009), « Université entrepreneuriale n'est pas un oxymoron », *l'Expansion Entrepreneuriat*, janvier 2009.

Vickery L (1985), « Recherche et création d'entreprise », *Enseignement et Gestion*, numéro spécial, Printemps 1985.

Wacheux F (1996), « *Méthodes qualitatives et Recherche en Gestion* », Paris, Economica.

Wang Y (2010), « L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale », Soutenue le 28 septembre 2010 à l'Ecole Centrale de Lille en France.

Weber M (1965), « *Essais sur la théorie de la science* », Paris : Plon.

Weick K (1995), « *Sense making in organizations* », Sage

Wennekers S et Thurik R (1999), “Linking Entrepreneurship and Economic Growth”, *Small Business Economics*, Vol. 13, N° 1, pp. 27-55, 1999.

Wernerfelt B (1984), « *A Resource Based View of the Firm* », *Strategic Management Journal*, Vol 5, pp. 171-180.

Wilken P (1979), « *Entrepreneurship: a comparative and historical study* », Norwood, NJ, Ablex.

Williams N et Williams C (2011), « Beyond necessity versus opportunity entrepreneurship: some lessons from English deprived urban neighbor hoods », *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol.10, n°1, p. 23-40

Yin R (2003), « *Case Study Research: Design and Methods* », Thousand Oaks, CA, Sage, 3rd edition.

Yin R (2012), «*Applications of Case Study Research*», Thousand Oaks (CA), Sage GHJKLM, JKLM Publications, , 3rd edition

Youaleu C K et Filion L-J (1996), « Neuf étapes du processus », *Cahier de recherche n° 1996-11-05*, Novembre 1996

Yusuf A et Schindutte M (2000), “Exploring entrepreneurship in a declining economy”, *Jornal of Developmental Entrepreneurship*, Vol.5, n°1 pp.41-57.

ANNEXES

Annexe 1. Quelques recherches francophones sur l'entrepreneuriat dans les structures de l'enseignement du supérieur (Années 2000)

Objectifs	Auteurs	Eléments liés à l'objectif
Informer/Sensibiliser	Barès, Houé et Jacquot, 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation du projet « Junior-entreprise » comme outil d'initiation à l'entrepreneuriat - La Junior-entreprise centrée sur la capacité d'action, le retour d'expériences et l'adaptation aux transitions permet de stimuler des réflexes entrepreneuriaux.
	Arlotto, Jourdan, Sahut et Teulon (2012)	<ul style="list-style-type: none"> - Estimation de l'impact du concours « Challenge Projets d'Entreprendre » sur l'intention entrepreneuriale des étudiants et sur la création d'entreprises innovantes - Concours qui a un rôle « d'éveil » auprès des étudiants mais résultats non probants sur le passage à l'acte de création (même pour les lauréats du concours).
Former	Bechard et Gregoire (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Réflexion sur les innovations pédagogiques et sur la qualité intrinsèque de ce type d'initiatives. - Condition de réussite d'une innovation liée au besoin de cohérence à plusieurs niveaux. - Cohérence nécessaire entre les pré-requis dans le domaine de l'enseignement et de l'apprentissage qui sous-tendent l'innovation et ses ancrages contextuels de nature organisationnelle et institutionnelle.
	Fayolle et Verzat (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation des principales pédagogies actives utilisables dans le domaine de l'entrepreneuriat, en insistant sur leur pertinence et en les resituant sur un plan historique. - Mention de trois types de méthodes actives : la méthode des cas, l'apprentissage par problème et la pédagogie par projet (la plus usitée).
	Carrier (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - « Plaidoirie » en faveur de l'innovation pédagogique dans l'enseignement de l'entrepreneuriat (usage de vidéos, utilisation de récits de vie, de jeux de rôles, etc.).
	Surléont et Kearney (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre d'une pédagogie entreprenante, afin d'encourager le goût d'entreprendre. - Pédagogie qui a pour principal objectif l'apprentissage par problème et par projet via des méthodes inductives. - Pédagogie entreprenante qui repose sur quatre principes : la responsabilisation des apprenants dans le processus d'apprentissage, l'apprentissage par expérience directe,

		<p>l'apprentissage coopératif et l'apprentissage réflexif (exploiter l'expérience pour la transformer en leçons pour l'avenir).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nécessité d'avoir une culture de l'établissement incitative.
Dervaux (2011)		<ul style="list-style-type: none"> - Protocole expérimental « Vis ma vie » - Sur le modèle de l'émission de télévision du même nom- des duos enseignant-dirigeant sont formés. 90 binômes ont été formés entre 2006 et 2010. - Expérience mise en œuvre à l'Université Catholique de Lille visant à rapprocher deux mondes, enseignement et entreprise. Chacun est amené à partager une journée de la vie de l'autre découvrant ainsi l'environnement et les préoccupations de son binôme. L'expérience montre combien ces rencontres ont été enrichissantes et ont permis de créer des liens de confiance. L'idée sous-jacente liée à ce type d'initiative est que pour fabriquer des créateurs, il faut sensibiliser en amont encore plus les enseignants. La coopération « Enseignants-Entreprises » représente une stratégie susceptible d'inciter favorablement l'envie d'entreprendre chez l'étudiant.
Bureau et Fendt, (2011)		<ul style="list-style-type: none"> - Méthode, nommée la « dérive » inspirée de l'« Internationale Situationniste », consistant à placer les participants en situation de créer, d'imaginer, de regarder autrement le réel et les opportunités qu'il recèle. - Permettre aux étudiants de vivre des situations véritablement entrepreneuriales s'avère une tâche compliquée et le concept de la « dérive » cherche justement à « approximer » ces situations : Absence de problème bien défini, fortes ambiguïtés, nombreuses contingences, possibilités de vivre des échecs, des conflits, nécessité de générer des ressources, d'être créatif...
Sarasvathy, (2001)		<ul style="list-style-type: none"> - Présentation d'une méthode pragmatique de création d'entreprise construite à partir d'un échantillon de 27 entrepreneurs - Remise en cause de la démarche prédictive et des mythes relatifs aux entrepreneurs : substitution de la démarche causale à la démarche effectuale
Filion, Ananou, Schmitt, (2012)		<ul style="list-style-type: none"> - Présentation des méthodes SynOpp et IDéO (concevoir et évaluer une opportunité) - Méthodes permettant à l'étudiant de travailler sur les premières phases du projet (le passage de l'idée à l'opportunité).

		<ul style="list-style-type: none"> - Outils de formation proposant à l'étudiant de construire des scénarios cohérents à partir d'une simple idée au départ (pédagogie par l'action).
	Verzat, Granger (2012)	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation d'un dispositif pédagogique entrepreneurial apparaissant comme « un « entre-deux » original entre le monde académique et le monde professionnel, à la frontière du business plan et du business model ». - La pédagogie « entreprenante » repose ici sur l'apprentissage par l'expérience, la responsabilisation, le travail collaboratif et la réflexivité.
Accompagner	Loué, Lavolette, Bonnafous-Boucher (2008)	<ul style="list-style-type: none"> - L'incubateur apparaît comme un lieu de développement des compétences entrepreneuriales.
	Boissin, Schieb-Bienfait (2011)	<ul style="list-style-type: none"> - Les Maisons de l'Entrepreneuriat et les Pôles Entrepreneuriats-Etudiants (PEE) sont considérés comme des éléments clés pour développer une culture entrepreneuriale chez les étudiants malgré de possibles difficultés de terrain.

Source : Albertini et al. (2015 ; p.7).

Tableau 1.1 : Six paradigmes épistémologiques

	P.E. réaliste scientifique (Hunt, 1990, 1991, 1992, 1994, 2008 ; Bunge, 1993)	P.E. réaliste critique* (PERC) (Bhaskar, 1998)	P.E. constructiviste pragmatique (PECP) (von Glasersfeld, 1983, 2001 ; Le Moigne, 1993, 2001)	P.E. interprétativiste (Heldreger, 1992 ; Sandberg, 2005 ; Yanow, 2006)	P.E. constructiviste au sens de Guba et Lincoln (PEGGL) (Guba et Lincoln, 1983, 1988)
Hypothèses d'ordre ontologique	Il existe un réel en soi (LE réel) indépendant de ce qui est perçu et des représentations qu'on peut en avoir.	Il existe des réelles qui sont indépendantes, et antérieures, à ce qu'on peut en percevoir. Le réel est organisé en trois domaines distincts : le réel profond, le réel actuel et le réel émergent.	Aucune hypothèse fondatrice. Il existe des flux d'expériences humaines.	Factible humaine est structurée (postmod), La signification construite est toujours par des sujets à une situation à laquelle ils participent et construite comme la réalité objective de cette situation.	Le réel est relatif : il existe de multiples réalités simultanément construites, qu'elles soient gouvernées par des lois naturelles, culturelles ou d'autres sortes.
Hypothèses d'ordre épistémologique	Le réel (en soi) n'est pas forcément connaissable (fiabilité possible des dispositifs de mesure).	Le réel (en soi) n'est pas forcément observable. L'explication scientifique consiste à intégrer le fonctionnement des mécanismes généraux (MGS) qui sont la source des événements perçus.	Est connaissable l'expérience humaine actuelle. Dans les processus de ces mécanismes, il y a l'indépendance entre le sujet et le réel et ce qu'il en résulte, lequel peut être rétrospectivement dépendant de ce qui est observé. L'interaction de ce maître influence l'expérience que l'on a de ce que l'on étudie.	Est connaissable l'expérience vécue. Dans le processus de connaissance, il y a l'interdépendance entre le sujet et le réel et ce qu'il en résulte, lequel peut être rétrospectivement dépendant de ce qui est observé.	Comme processus de connaissance, il y a l'interdépendance entre le sujet et le réel et ce qu'il en résulte.
But de la connaissance	Comprendre et expliquer des phénomènes observables (voire éventuellement des concepts observables).	Comprendre et expliquer des phénomènes observables (voire éventuellement des concepts observables).	Comprendre les processus d'interprétation, de construction de sens, de consensus sociaux et d'engagement dans les situations. Comprendre les processus pragmatiques de la connaissance.	Comprendre les processus de sens, d'interprétation, de construction de sens, de consensus sociaux et d'engagement dans les situations. Comprendre les processus pragmatiques de la connaissance.	Comprendre les constructions de sens impliquées dans le phénomène à étudier. Comprendre comment et pourquoi de la connaissance.
Modes de justification spécifiques	Neutralité, Objectivité, Justification de la validité interne et de la validité externe (voir chapitres 2 et 3). Tests statistiques effectués pour réduire les quantitatifs ou qualitatifs.	Neutralité, Objectivité, Justification de la validité interne et de la validité externe (voir chapitres 2 et 3). Tests statistiques effectués pour réduire les quantitatifs ou qualitatifs.	Adaptation à la situation et validation de la connaissance pour agir intentionnellement. Justification de la validité interne et externe (voir chapitres 2 et 3). Tests statistiques effectués pour réduire les quantitatifs ou qualitatifs.	Méthodes hermétiques, non quantitatifs, ethnographiques. Justification de la validité interne et externe (voir chapitres 2 et 3). Tests statistiques effectués pour réduire les quantitatifs ou qualitatifs.	Méthodes hermétiques, non quantitatifs, ethnographiques. Justification de la validité interne et externe (voir chapitres 2 et 3). Tests statistiques effectués pour réduire les quantitatifs ou qualitatifs.

* Au sens du réalisme critique transcendantal.

Annexe 2. Les six paradigmes épistémologiques en sciences de gestion de gestion, selon les auteurs Gavard-Perret et al (2012, p.25)

Les auteurs omettent volontairement le positivisme logique car celui-ci est désormais très peu mobilisé à la lettre dans les recherches en sciences

Annexe 3. Transcription des entretiens

Le cas M.L

Quel est votre rôle au sein du cabinet ?

Je fais la gérance, mais je suis encore sur le terrain, j'exécute les missions parce que je n'ai pas de collaborateurs assez qualifiés pour pouvoir conduire les missions, je fais un peu du tout jusqu'à présent. Les gens viennent, ils ont des diplômes mais tu vois même quand tu leur demandes de rédiger une note tu vois que le français ce n'est pas ça, ce n'est pas du tout ça, le problème de conception se pose toujours, ça fait... au finish je suis obligé de faire tout moi-même.

Comment l'idée de créer vous est venue ? Pourquoi avoir choisi ce secteur ?

C'est pour avoir côtoyé beaucoup de cabinets. Parce que même étant donc là ça a conforté mon idée de créer aussi un cabinet ; parce que là c'est quand même, on manipule beaucoup de dossiers, ça te fait beaucoup d'ouvertures, beaucoup plus d'expérience dans le travail, que d'aller se faire recruter, et puis tu serais là où tout simplement tu exécutes, moi je n'aime pas, j'aime quand même les domaines où c'est dynamique. Bien sûr qu'il y a aussi le goût du risque, lié à l'aventure, tu peux réussir comme ne pas réussir, mais je crois qu'il faut se donner les chances de réussir. Si les autres ont pu réussir c'est de voir comment ils ont fait pour pouvoir réussir, c'est des éléments comme ça qui m'ont motivé en fait.

Oui je vois !

Je crois que les premiers cabinets quand même ont été déterminants. C'est ce que j'ai pu comprendre, c'est ce que j'ai connu, je crois qu'il faut essayer d'agir dans ce domaine, au lieu de me hasarder à aller sur d'autres domaines que je ne maîtrise pas. Maintenant étant peut-être dans le cabinet je peux faire une extension. Sinon euh, c'est des atouts comme ça que j'ai pour aller vers ce secteur d'activité

C'est ça qui vous a motivé à vouloir créer votre propre affaire ?

Depuis que j'étais au lycée j'ai toujours cherché mon autonomie, j'ai cherché à être autonome, bon...pourquoi parce que ces événements viennent du fait que je suis issu d'une famille polygame, famille polygame tout le monde comprend ce que ça veut dire, bataille, c'est des jalousies entre euh...j'ai toujours cherché à être autonome pour pouvoir conduire les choses, c'est ça qui m'a vraiment encouragé à aller de l'avant.

Qu'est ce qui a été déterminant pour passer à l'acte ?

Comment les cabinets sont structurés ? Les cabinets sont structurés en départements, chaque département c'est comme une unité économique, comme un cabinet dans un cabinet, chaque département doit produire un résultat, c'est-à-dire une performance financière, voilà donc j'ai eu la chance de piloter un département pendant des années, ça m'a permis quand même de voir mes potentialités, c'est ça qui m'a déterminé à aller ouvrir un cabinet, Je voulais aller plus loin.

L'environnement de la création

Mon ancien patron ne voulait pas que je parte, en cabinet il y a des gens qu'on ne laisse pas partir, ça a été une bataille, ça a été une bataille très dure, on a réussi quand même à trouver un terrain d'entente. Il a exigé qu'en allant créer mon cabinet que je continue à appuyer son cabinet pendant 1 an, je l'ai accepté, parce que c'est ce qu'il fallait, ça n'a pas été du tout facile. Et deuxièmement il a exigé aussi d'avoir une petite part dans le capital, que parce que nos sociétés sont des familles, lui il n'est pas là pour me tuer ou quoi que ce soit mais nos sociétés des familles, il faut qu'on garde des sources de famille, et si j'ai des difficultés je peux venir vers lui pour des conseils de grand frère, mais j'ai pu quand même garder, je ne suis pas allé vers lui ; toutes les fois que j'ai eu des problèmes j'ai toujours trouvé mes solutions moi-même.

Deuxième difficulté c'est surtout la recherche de marché. Ça n'a pas été facile. Généralement quand tu nourris l'idée de créer un cabinet il y a toujours des gens qui vont te dire oui vas-y...mais dès lors que tu crées les gens t'abandonnent. Les gens t'abandonnent, il y en a qui te promettent même des marchés si tu allais créer, mais dès lors que tu crées ils ne te connaissent plus. Donc ça c'est d'abord il fallait surmonter aussi, après le problème permanent c'est la gestion du personnel, très très dur, très dur, très dur...je ne peux pas dire au stade où je suis aujourd'hui je maîtrise la gestion du personnel mais. Et puis il y a aussi la question du chômage qui est là, les gens crient je n'ai pas d'emploi, mais en réalité quand tu fais un examen, les gens ne veulent plus travailler, dès lors que tu veux élever le niveau de pression dans le travail ils t'abandonnent. Ils sont toujours prompts à te créer des problèmes pour avoir de l'argent.

Donc votre ancien employeur a voulu être un peu votre mentor ?

Non mais il m'a donné la possibilité c'est moi qui l'ai pas exploitée. Parce que on connaît bien l'africain, ce que je n'ai pas dit, c'est que lui aussi sur beaucoup de dossier il a essayé de me combattre, pour moi c'est de bonne guerre, il voulait m'étouffer pour que je n'ai plus rien à faire comme ça peut-être j'allais me tourner vers lui, en fait c'est la stratégie comme ça, il a

laissé la porte ouverte, mais en m'attaquant subtilement sur le terrain, il m'a attaqué beaucoup ici, même sur un dossier au Togo, il m'a attaqué aussi, donc c'est ça ; moi je ne peux pas dire si c'est un mentor ou c'est quoi, mais c'est quelqu'un qui a été un grand stratège.

Votre formation universitaire vous a-t-elle été utile dans le processus de création ?

Beaucoup et sur tous les plans. Il y a des structures où le niveau est très élevé, donc il faut faire des rapports de très bonnes qualités.

Est-ce que vous avez des amis entrepreneurs, qui ont peut-être suscité en vous l'envie ?

Le seul ami qui m'encourageait, m'a simplement dit qu'il y a une satisfaction à payer les salaires des gens, quand à la fin du mois tu arrives à payer les salaires, mais j'ai quelques connaissances dans les fournitures du bureau mais de niveau non universitaire.

Et en plus de ça, y a eu des soutiens ?

Je n'ai pas du tout eu ça, je n'ai pas eu ça, c'est juste ma détermination, c'est mon courage, vu les résultats que je produisais je me suis dit mais pourquoi pas aller s'essayer aussi. J'ai juste pris certaines mesures de sécurité, mettre un peu d'argent de côté pour pouvoir tenir la famille pendant le temps que je vais commencer le cabinet, sinon je n'ai pas eu d'aide, j'ai juste ma détermination, je n'ai pas eu de soutien financier non plus.

Un cabinet c'est comme un laboratoire, ceux qui veulent travailler ils viennent, il n'y a pas d'horaire de travail dans un cabinet. En réalité moi je n'ai pas de vie, c'est le cabinet, les études et la maison.

Le cas M.S

Avez-vous des parents ou des proches qui sont dans l'entrepreneuriat ?

Oui, mon oncle chez qui j'ai fait mes études secondaires. Il est dans le BTP. Je partais avec lui superviser les travaux en brousse.

C'est lui-même qui m'a inspiré, la façon dont il travaille m'a beaucoup plu, c'est pour cela quand je suis venu à Ouaga j'ai décidé de créer, je me suis dit bon est ce qu'il n'est pas nécessaire de me lancer pour voir comment ça peut donner quoi et puis il y a des actes que je pose je peux dire que c'est sa copie qui reste, la façon dont il gère ses employés, la façon dont il se bat pour son travail, vraiment ça m'a beaucoup inspiré.

Expérience

Je n'avais pas d'expérience en tant que telle. Mais quand j'étais au collège, mes amis me consultaient beaucoup pour acheter leurs tissus, pour leur habillement. J'aime vraiment la SAPE.

Idée à création

Au début je vendais des chaussures en cuir que je faisais venir du Niger, puis j'ai commencé à vendre les chemises avec des amis étudiants, aux professeurs et puis à l'hôtel Silmandé.

Je me rappelle le tailleur qui confectionnait mes chemises pour moi que je vendais a décidé de rentrer chez lui en Guinée. C'est là qu'il m'a dit est-ce qu'il n'est pas nécessaire de venir payer les machines et garder ses 2 employés qui travaillaient avec lui. C'est comme ça que je me suis installé dans la couture en fait.

Donc c'est juste pour ça que vous vous êtes lancés dans la couture !

Heu...disons je me suis dit à l'heure actuelle, les gens sont tellement nombreux que l'habillement... en fait qu'on ne peut pas dire que l'offre va dépasser la demande, parce que chacun doit s'habiller, c'est un domaine où chaque fois les gens en demandent ? C'est comme la nourriture, si tu es bien rassasié il faut que tu t'habilles. Après le manger c'est l'habillement. Et puis j'ai vu que c'est un domaine ça !!!!Chaque fois les gens en demandent, et puis il n y a pas à dire que la chemise que j'ai payée pour vendre ça fait 10 ans je n'ai pas vendu, ça va pas se périmé, ce n'est pas la banane en fait, c'est plus rassurant pour moi en tout cas que de vendre autre chose.

Les gens s'intéressent à l'habillement au Burkina, les gens s'intéressent à l'habillement de qualité et moi aussi je sais bien faire le mariage de tissus. Il y a des clients qui viennent juste pour faire un complet mais qui en repartent avec quatre.

Je vois oui, mais pouvez-vous me dire ce qui vous a poussé à créer cette activité alors même que vous étiez encore sur le banc ?

Bon je me suis dit que euhhhhh ce qui m'a poussé en fait à créer, à commencer en fait quand j'étais sur le banc euhhhh comment on appelle ça euh...y avait des situations difficiles y'avait des situations difficiles que nous les étudiants nigériens on rencontrait parce que la bourse ne venait pas donc, ça venait à compte goutte ça venait à compte goutte, cet aspect-là et puis bon

euh l'envie, l'envie de créer, j'ai l'envie aussi de créer, de créer quelque chose pour essayer de...parce que moi à la maison on ne m'a pas appris à demander on m'a toujours appris à chercher, à chercher pour moi-même, tu vois non, et puis moi-même là où je suis vraiment je n'aime pas chaque fois dire aux parents il faut envoyer ceci il faut envoyer cela, moi j'ai préféré en tout cas commencer par la vente des chemises là pour remédier vraiment à mes petits petits problèmes et puis dans ça je vous assure quand j'étais étudiant, les autres étudiants qui ont des problèmes venaient chez moi pour que je les dépanne. J'ai aidé beaucoup d'étudiants nigériens et même burkinabè.

Est-ce que vous avez rencontré des obstacles dans le cadre de votre activité ? Quels sont-ils si oui ?

Les difficultés que j'ai rencontrées c'est sur le plan financier, quand tu es dans l'habillement, ça demande beaucoup de moyens, il faut que tu cherches beaucoup de tissus, tu dois améliorer la production en en quantité et en qualité. Et on ne peut pas trop compter sur les banques.

Une fois je me rappelle quand l'atelier commence à grandir j'avais une douzaine de personnes, ces douze personnes ehhhh un bon matin 5 sont parties ehhhh en même temps, 5 qui sont parties en même temps, du coup 5 qui sont parties, vraiment je peux dire que je ne peux jamais oublié parce que ce sont les piliers de l'atelier qui sont partis comme ça, sans raison valable, mais grâce à la fois, je me suis rendu compte que eux que je pensais nécessaires ne sont pas indispensables, je me suis relancé et j'ai cherché d'autres couturiers, et voilà, c'est comme si rien ne s'est passé.

Vu que vous avez créé pendant que vous étiez en 2^{ème} année et que vous avez laissez tomber les études, est ce que le passage à l'université n'a finalement pas été une perte de temps pour vous ?

Non !!!Non !!!au contraire c'est l'université même qui m'a permis d'avoir ce que je dis c'est-à-dire une ouverture d'esprit, la façon même dont tu parles, les gens comprennent que tu fais ce métier parce que tu l'aimes, ce n'est pas parce que tu ne peux pas aller quelque part tu vois, l'université a été pour moi vraiment un facteur utile pour la création de mon entreprise, ça me permet d'avoir beaucoup de relations, les gens que j'ai connus à l'université qui viennent coudre jusque-là, leurs femmes et puis leurs enfants viennent coudre chez moi, je peux dire que à peu près 40% de mes clients ce sont des gens que j'ai connus à l'université.

Donc votre passage à l'université a été vraiment utile !

Ouh ! je peux dire que c'est d'abord, le passage à l'université je peux dire que c'est le point cardinal même de de de la création de cette entreprise parce que d'ailleurs sans sans, si je ne suis pas venu à Ouaga je vous assure que je ne peux pas créer cette entreprise-là, je ne peux même pas le faire, parce que euh ! euh ! Voilà parce que ça m'a créé une ouverture d'esprit. L'université moi ça m'a créé une ouverture d'esprit en fait, parce que y a y a même la communication avec les clients qui qui viennent tu vois, c'est facile pour moi, j'arrive à les convaincre bon on arrive à expliquer et puis à s'entendre, l'attitude de celui qui n'a pas fait l'école et puis celui qui a fait l'école en tout cas y a y a un grand écart, vraiment ça m'a beaucoup aidé ça m'a beaucoup aidé et puis bon y a vraiment beaucoup de chose, comme j'ai fait la faculté de droit y a beaucoup de chose que j'applique même ici dans le métier, c'est vraiment euh euh ça m'a apporté beaucoup de chose, le fait même d'avoir une ouverture d'esprit, voilà voilà, et puis y a beaucoup de gens qui viennent ici sont des promotionnaires, eux-mêmes ils viennent coudre, ils trouvent que ce que je fais c'est bien bon, c'est ça même on veut en fait, l'université ce n'est pas seulement pour après rester dans un bureau mais plutôt essayer de créer vraiment des activités pour diminuer en fait d'une manière ou d'une autre le taux de chômage.

Je vois oui ! C'est une bonne analyse ça !

J'ai plusieurs fois tenté de poursuivre mes études mais le temps matériel me manque, le temps matériel pour bosser me manque. Parce que je me rappelle il y a de cela 2 ans je me suis réinscrit à la faculté de droit en 2^{ème}, vraiment à la sortie à la pause quand j'ai vu les appels moi-même j'étais découragé. Sincèrement j'étais découragé parce que je pensais que tout est argent, j'étais découragé, depuis là moi je ne suis plus reparti, mais toujours est-il que j'ai la volonté, je ne sais pas l'année prochaine, cette année, en tout cas, toujours est-il que je voulais vraiment continuer mais je ne sais pas quand, et je ne sais pas si c'est en droit ou dans une autre faculté. D'autres me conseillent d'aller en gestion, d'autres me disent de faire le marketing bon je ne sais pas d'abord je vais voir dans le temps vraiment une branche qui me serait plus utile et puis essayer de voir quoi, qui ne va pas prendre vraiment tout mon temps, voilà euh c'est ça.

Donc on peut dire que vous êtes satisfait de votre choix ?

En dehors du matériel, j'ai une satisfaction morale, parce que le fait que les gens qui sont avec moi ils ont leurs familles, ils arrivent à les nourrir grâce à cette entreprise, il y en a qui ont des enfants, qui se sont mariés grâce à ce qu'ils gagnent dans cette entreprise, les frais scolaires, en tout cas sur ce plan je peux dire je suis très content de ça, voilà voilà.

Le cas M.Z

Idée

Mon passage au cabinet d'avocat, j'ai aimé le fait de donner des conseils, assister les gens, embrasser des domaines, chercher les moyens de les défendre. Pour moi c'était un défi que j'ai aimé ; ensuite j'ai remarqué qu'en matière de fiscalité il y avait un besoin.

Choix du secteur

En fait j'ai choisi le secteur parce que j'avais de l'expérience. Je voulais être avocat, mais avant tout je rêvais d'une profession indépendante. Même quand j'ai fait le concours d'entrée à l'ENAREF pour sortir inspecteur des impôts, après il était clair pour moi que je devais travailler avoir de l'expérience et puis quitter pour ouvrir mon cabinet. J'y étais pour juste bien connaître le métier, avoir de l'expérience.

Avez-vous des proches entrepreneurs ?

C'est vrai qu'il y a des entrepreneurs dans ma famille. Mon papa depuis qu'on était petits en Côte d'Ivoire faisait de l'agrobusiness : café cacao, hévéa.

En plus quand je suis arrivé ici il y a mon oncle qui est un grand entrepreneur dans le BTP avec qui j'entretiens des relations étroites. Oui je peux dire qu'il y a des entrepreneurs dans ma famille. Et j'apprécie bien le fait qu'ils soient entrepreneurs, ils ont fait le bon choix.

Votre rôle dans le cabinet ?

Je m'occupe de la stratégie et de l'opérationnel.

Avez-vous bénéficié d'un soutien quelconque dans le cadre de la création de votre business ?

Quand je créais le cabinet je n'ai pas eu de soutien, je me suis levé comme un fou quoi ! Je n'avais pas assez de fonds, et voilà, et je me suis levé j'ai dit que je vais créer mon entreprise, parce que je sentais que c'était le moment. J'étais pressenti pour être responsabilisé au niveau de l'administration, je me suis dit que si j'accepte cette responsabilité je ne pourrai plus faire face enfin je ne pourrai plus ouvrir le cabinet et je ne pourrai plus faire ce que j'ai toujours rêvé de faire. Donc du coup je dis non et je suis sorti. Bénéficiaire de conditions favorables bon je ne vois pas, pas vraiment, pas vraiment, en tout cas je n'ai pas eu de soutien en tant que tel. Par contre il y a quelqu'un qui m'a fait confiance c'est le euhh mon ancien maître de stage, le

cabinet d'avocat où j'ai fait mon stage qui m'a effectivement mis à ma disposition un local avec des conditions de paiement souples ça au moins lui il m'a euh peut-être un soutien. Parmi les soutiens que je euh s'il y a un soutien que je euh je pense que c'est lui là.

Utilité de la formation universitaire

Mais bien sûr parce que en réalité ce n'est que... bon mon activité c'est le conseil, c'est le travail intellectuel, je pense que si je n'avais pas fait l'université ça n'allait pas être possible quoi. Ce que je fais actuellement est en droite ligne par rapport à ce que j'ai fait comme étude.

Obstacles

Mais, c'est le manque de fonds, les obstacles majeurs c'est..., j'ai un peu appris à mes dépens quand je créais l'entreprise que les banques elles sont frileuses, elles ne font pas de crédits à une entreprise qui débute, donc... malgré tous mes efforts de recherche de financement rien, donc du coup j'ai dû commencer avec mes fonds propres (riree) qui n'étaient pas aussi (riree) et donc il fallait vraiment démultiplier pour avoir des contrats dès les premiers mois pour pouvoir faire face aux charges, j'avoue que ça n'a pas été facile.

Accompagnement institutionnel

Je n'ai pas bénéficié de quoi que ce soit. En tout cas au moment où je créais il n'y avait vraiment pas grand-chose pour encourager les gens. De toute façon quand tu sors de l'administration même tu es un peu considéré souvent comme un traître quoi (rire). De ce côté voilà tu ne peux pas avoir un soutien quoi. Moi je pense que maintenant il y a des choses qui se font sinon à l'époque c'était un peu dur quoi, c'était un peu dur.

Qu'est-ce qui vous a motivé à créer votre entreprise alors que vous occupiez un des emplois les convoités par la jeunesse burkinabé ?

Comme je vous le disais plus haut je rêvais d'une profession indépendante, pour moi c'est comme un défi que j'ai aimé.

Je sais pas mais on ne dit jamais jamais mais je ne pense pas aller être comme salarié (rire) je ne suis pas sûr que je pourrais travailler comme salarié encore quelque part (rire) parce que bon voilà mon indépendance, peut enfin cette indépendance que j'ai euhhh en étant entrepreneur je pense pas me sentir à l'aise en tant que salarié mais seulement euh voilà cette hypothèse on ne sait jamais parce que aujourd'hui euh on parle de plus en plus d'entrepreneuriat social et je peux

dire s'il y a peut-être quelque chose qui va me motiver à peut-être travailler quelque part ce ne serait pas peut-être pour l'argent mais peut-être pour l'objectif qui est poursuivi et dans tous les cas mon cabinet je ne le céderais jamais il est toujours là et je pense que je ne pourrais pas rester loin du cabinet pendant un certain moment, un long moment c'est pas possible.

Le cas Mme Z

Expérience

Au moins 8 mois de stage PNUD, CILSS, Assemblée Nationale, expert en accompagnement à la MEBF.

Rôle dans l'entreprise

DG de mon entreprise, je ravitaille, je m'assure que le travail est fait convenablement et que j'atteins mes objectifs

Avez-vous des parents entrepreneurs ?

Dans ma famille, il y a 4 entrepreneurs, 1 tante et 3 oncles. Maintenant si j'ai eu des conseils avec eux...franchement non. Je ne suis pas allée vers eux pour qu'ils me conseillent, je suis plutôt allée vers d'autres personnes.

Vous avez beaucoup d'admiration pour eux on dirait ?

Riree... pour être tout à fait franche, bon euh je les admire c'est vrai, parce que quand j'ai commencé le travail d'entrepreneuriat j'ai vu tout ce qu'il y avait à l'intérieur, bon pas tout jusqu'à présent parce que j'ai pas commencé y a longtemps, du peu que j'ai vu je sais que pour arriver là où ils sont arrivés, bon...en tout cas ils se sont battus, bon pour cela je les admire, bon ça fait que du coup je ne les vois plus tellement dans l'administration (riree), donc je les ai jamais aussi connus dans ces domaines-là, c'est peut-être pour ça que c'est un peu difficile pour moi de les qualifier dedans.

Quelle impression avez-vous sur eux avant de créer ?

Bon pour être franche, il y a un oncle là, lui je le qualifiais totalement de fou parce que je ne comprenais pas pourquoi il avait fait ça. Parce que il avait fait des études de médecine, et contre toute attente il a ouvert une école, pas de médecine mais une école supérieure...et il s'est lancé dans le transit. Bon, je ne comprenais pas. Mais bon ! J'ai dit mais c'est son choix, mais

aujourd'hui sincèrement ça m'a beaucoup plus donc euh voilà quoi ! Sincèrement bon je crois que avant je n'avais pas une perception bien...je disais que les gens qui entreprenaient prenaient prenaient trop de risque, trop de risque, et...c'était pas sûr que ça allait aboutir, que ça allait donner et puis bon, moi-même sincèrement je ne pensais pas qu'un jour j'allais prendre cette route-là.

Votre passage à la MEBF vous a-t-il influencée ?

Tout à fait, c'était même le point focal même en fait, parce que le fait d'avoir côtoyé le monde des entrepreneurs, le monde de l'entrepreneuriat cela m'a beaucoup incitée, j'ai vu qu'il y avait plus à gagner en entreprenant qu'à rester dans l'administration, je ne dis pas que ceux qui sont dans l'administration ne gagnent pas, bon je trouve que pour émerger dans l'administration ça prend plus de temps que d'émerger dans le privé. Le privé ça peut être lent aujourd'hui mais une fois c'est parti c'est parti, voilà (rireee).

Pourquoi avoir choisi la charcuterie ?

Ok !! J'ai choisi ce secteur parce que aimmm premièrement j'ai remarqué que c'était un domaine porteur et très parce vous savez on peut aujourd'hui décider de ne plus payer des habits sur une année mais on ne peut pas décider de ne pas manger pendant une semaine...bon au plus quoi !!ce qui est sûr on va manger, donc ce qui fait que que l'on veuille ou non (riree) la restauration va toujours marcher (riree), donc en fait les gens sont obligés de manger, donc ils sont obligés de consommer, voilà, c'est pour ça que j'ai choisi ce domaine

Donc vous c'est l'opportunité qui a guidé votre choix ?

Oui tout à fait

Vous vous êtes déjà dit à un moment de votre vie et avant votre travail auprès de la MEBF que vous aussi vous allez créer un jour votre entreprise ?

Non jamais, je n'ai jamais eu pour objectif de créer une entreprise, je me suis toujours vue dans une administration, toujours, donc...ça me faisait peur même d'entreprendre, c'est mon mari qui m'a beaucoup encouragée, il me disait toujours bon on a rien à perdre, de toute façon tu n'as rien à perdre, donc...tu peux essayer, si ça marche OK, si ne marche pas bon tu reviens à tes moutons et puis bon voilà !Donc j'avais vraiment peur d'entreprendre parce que c'est ce que je dis c'est un risque énorme, moi-même je voyais d'abord le côté gain, moi-même j'ai beaucoup conseillé aux gens d'entreprendre maintenant, parce que sincèrement au début je ne

voyais pas bien, moi je voyais plutôt l'échec, si j'échoue les gens vont se moquer de moi (rire), ils vont bon voilà, c'est ehhh voilà elle dit qu'elle peut, voilà que ça a échoué, voilà quoi !!Donc j'avais surtout peur de ça.

Comment l'idée de créer est venue ?

D'accord, euh euh l'idée de créer l'entreprise là ça veut dire euh j'ai toujours eu un besoin d'indépendance pas que je suis insoumise à mon mari ou bien que ce qu'il me donne ne me suffit pas, mais j'aime bien avoir des initiatives, donc euh c'est comme ce que disais auparavant, je n'avais jamais eu l'idée de créer une structure comme celle-ci ou une autre d'ailleurs, donc j'étais à la MEBF, j'ai travaillé au moins 3 ans avec des structures et *puis j'ai vu que il y avait des femmes qui n'étaient pas dans ma situation, qui n'étaient pas dans mes conditions qui entreprenaient* et ça marchait ! Et je me suis dit bon pourquoi pas moi aussi ! Je les accompagne pour monter leur dossier et puis bon quand tu dois monter leur dossier, tu dois creuser un peu la partie financière aussi, quand je vois, je vois que bon c'est vrai que à la fin quand on évalue le ...c'est c'est beaucoup, mais au début c'était petit, donc je me suis dit aussi que je n'ai pas besoin de beaucoup pour commencer, donc euh tous ces facteurs-là m'ont en fait aussi encouragée ; comment est venue l'idée ? Sincèrement c'est en côtoyant les entrepreneurs, en les côtoyant ça m'a donné plus de courage pour entreprendre, voilà.

L'élément le plus déterminant pour le passage à l'action ?

Rireee, sincèrement bon je pense que c'est ça et puis bon, je vais être aussi franche, bon, euh, qu'est-ce que je disais, pour être franche euh, je voulais me lancer dans la consultance, c'est ça. Et aussi je voulais me lancer dans la restauration, il y avait les deux, je voyais que pour la consultance le chemin étant encore long, donc j'avais encore du temps, je me dis qu'il me manquait non seulement l'expérience mais il faut que je me forme, et ça va me prendre au moins 1 année à 2, voilà pour être réaliste. Alors que la restauration je peux m'y lancer maintenant sans être amenée à préparer. Voilà pourquoi j'ai choisi des trucs, des mets qu'on doit préparer, là seulement je peux ravitailler et puis bon voilà, et d'un côté ça me permet d'enlever aussi entre temps le facteur euh euh comment on appelle ça...la contrainte heum financière, voilà, je peux avoir du carburant pour mettre dans ma voiture circuler, la restauration parce que sincèrement ça donne très vite, peut-être pas que tu vas rentabiliser ton... ton ... je veux dire ton investissement tu l'auras pas dès les 6 premiers mois mais tu as du bénéfice dès que tu ouvres ta...ça te permet déjà de vivre donc, sincèrement dit c'est ça qui m'a motivée pour passer

à l'acte, au lieu d'être dans...entre 2 ...2...2..situations où je ne sais pas quoi faire voilà !
Voilà !je pouvais déjà commencer cette activité là en attendant que l'autre prenne, voilà !

Soutien ?

A la création vous dites ?

À la création je n'ai pas bénéficié d'accompagnement de la part d'une structure comme ça, mais mon mari m'a beaucoup soutenue et...moralement et financièrement. J'ai un peu contribué aussi financièrement. Ma famille aussi m'a soutenue de façon morale, donc c'est un peu ça, en tout cas mon mari m'a beaucoup aidée, beaucoup. Donc c'est lui il m'a aidée, il a surtout trouvé les techniciens pour... la peinture, voilà bon tout ce qui est travaux là c'est lui qui s'en est vraiment chargé.

Votre formation universitaire vous est-elle finalement utile en rapport avec choix de carrière ?

Beaucoup beaucoup beaucoup, j'utilise ça chaque jour que Dieu fait, parce que, vous savez quand on est entrepreneur et qu'on est ignorant on souffre vraiment, par exemple quand j'ai ouvert l'entreprise même pas 1 mois de fonctionnement, j'ai dit je vais tailler les arbres à la devanture avec l'accord du bailleur, et 2 jours plus tard il est venu me tendre une convocation de la mairie, donc je pars et je réponds, on me dit vous avez taillé l'arbre et de façon anarchique...J'ai dit ah bon ! J'ai dit mais ceux mêmes qui sont venus regarder l'arbre là est ce qu'ils sont là ? Il dit oui, j'ai dit appelez les ; et nous sommes allés jusqu'à devant le maire pour cette histoire je vous dis eh, pour l'arbre là, (riree),

Et puis quand on est une femme, entreprendre c'est vraiment dur, il faut connaître tes droits, il faut connaître, mes études me servent énormément tous les jours.

Avez-vous rencontré des obstacles ?

Difficultés pour avoir un bon local, j'ai cherché pendant au moins 6 mois pour avoir ce local et je l'ai trouvé à 25 km de chez moi,

Tracasseries administratives ça c'est mon propre bailleur qui m'a créé ces obstacles-là, parce que c'est réellement un illettré, donc (rire) il n'était pas dans les histoires de contrat de bail, il n'était pas du tout coopératif, mais moi j'avais besoin de ça, même pour qu'il me signe le contrat de bail c'était tout un problème...

Ma famille c'est au début mes plus gros clients, voilà ! Le temps que les gens connaissent l'endroit !

Statut de femme

Sincèrement c'est les deux, aussi bien qu'il m'aide, aussi bien il me défavorise, voilà parce que c'est que comme ce que vous dites, dans certains milieux tu viens on te prends bien parce que tu es une femme, mais en réalité l'idée qui est derrière c'est qu'on veut autre chose, voilà quoi, en contrepartie on va te donner le marché, donc c'est surtout ça la difficulté que j'ai rencontrée au début, bon maintenant j'ai trouvé quelques petites astuces pour un peu pallier à ça, c'est vrai que c'est le début mais j'essaye (rire), donc bon y a déjà ça, aussi euh mon statut de femme fait que les gens ont du mal à traiter avec moi, c'est c'est bizarre mais le féodalisme c'est ça ! L'Africain est féodal donc ne serait-ce le fait que je parte à l'abattoir pour payer la viande et venir la vendre ici, c'est c'est un problème, quand j'arrive le matin pour qu'on s'intéresse à moi déjà c'est, voilà quoi ! Bon là j'ai trouvé le moyen de m'imposer, voilà j'ai trouvé une astuce c'est que je me suis mise à bavarder avec eux beaucoup beaucoup, donc quand j'arrive euh on dit que la femme qui parle beaucoup beaucoup, donc maintenant finalement, ils commencent à m'intégrer mais depuis combien de mois ? Depuis peut-être 7 mois maintenant, donc...voilà ! Donc (rire) c'est des petites astuces comme ça, sinon sincèrement, aussi bien que ça me favorise ça me défavorise aussi, parce que une fois aussi que tu es femme il y a des choses qu'on va se permettre de te faire, ne serait-ce que tout de suite avec l'exemple de la convocation dont je vous parlais tout à l'heure, ce n'était pas vraiment nécessaire, mais bon on s'est dit que c'est une femme, elle est vulnérable voilà !

Le cas Mlle K.

Expérience

J'ai travaillé au retour des études juste pour mieux connaître l'environnement, il fallait que je m'intègre, il fallait que je me reconstitue, j'ai perdu tous mes amis.

Après la banque, j'étais dans l'association des hommes d'affaires, je voulais mieux connaître ce monde.

Entrepreneur proches ?

Je n'ai pas particulièrement d'entrepreneurs dans ma famille, c'est vrai que j'ai toujours voulu être assez indépendante, ne pas travailler forcément pour une personne, c'est pour cela que vous allez voir dans mon cursus scolaire c'est plus de l'entrepreneuriat que j'ai fait comme études. A mon retour j'ai travaillé dans l'administration, j'ai créé ma propre structure.

Il y a beaucoup d'entrepreneurs dans mon entourage, parce que je suis dans une association, je travaille pour une association aussi hein, membre d'une association, celle des chefs d'entreprises burkinabè, je les côtoie peut-être que c'est des opérateurs économiques qui sont vraiment au top, bon ils sont vraiment au top en fait, ce sont de grosses structures, donc c'est carrément différent, bon du moment ça m'a permis de de ...comment dirais-je de connaître le monde des affaires et de voir comment ça pouvait fonctionner. J'ai également des amis proches qui sont entrepreneurs et je vois qu'ils arrivent à s'en sortir, et puis bon voilà ! Ça me booste également et ça me dit que même si les débuts sont difficiles, il y a la réussite au bout du chemin.

C'est une question de réalisation de soi, moi par exemple je travaillais dans une banque, j'étais bien payée mais j'ai préféré en fait aller sur le chemin de l'entrepreneuriat pour avoir un peu plus de liberté, ça répond plus à ma personnalité, donc ça dépend du choix et de la volonté de tout un chacun, et c'est vrai que ce choix se pose à ceux qui ont la possibilité de choisir, il y a des gens qui n'ont pas le choix, ils vont se dire j'ai des familles à nourrir et autres, ils vont carrément laisser l'entrepreneuriat et travailler comme hauts cadres mais je suis sûre qu'à un moment donné ils reviendront à l'entrepreneuriat, d'une manière ou d'une autre, que ce soit de façon formelle ou pas. Mais l'entrepreneuriat c'est la meilleure des choses, actuellement c'est l'entrepreneur qui nourrit l'Etat, qui nourrit tous les fonctionnaires, c'est l'entrepreneur en fait qui qui résorbe le taux de chômage, c'est l'entrepreneur qui représente son pays dans plusieurs continents...

Activité

Service : restauration, l'évènementiel.

Comment l'idée vous est-elle venue ?

C'est un constat, c'une observation, j'observe ce qui se passe autour de moi, je vois ce qui et puis j'essaie de proposer des solutions c'est ça ; mais aussi voir aussi ce j'aime faire aussi, dans l'évènementiel il y a le côté restauration, j'aime faire la cuisine donc c'est...

C'est donc pour ça !

Si on prend le cas de la restauration, la restauration j'ai choisi la restauration parce que euh, c'est un secteur qui ...nécessite énormément euh de euh, qui a besoin euh de s'améliorer, c'est vrai que ce n'est pas évident, au départ tu regardes tu dis que c'est nul ce que les autres font, et tout et tout, il faut qu'il y ait des changements. Tu as fait ton business plan mais en fait dans la réalisation tu te rends compte qu'il y a d'énormes défis à relever. Choisir ce secteur là c'est parce que tu constates que c'est un marché porteur c'est vrai, tu constates aussi qu'il y a beaucoup de choses à faire dans ce secteur et puis tu te lances et parce que aussi ça te plaît.

Qu'est ce qui a été déterminant pour passage à l'acte

Il y a deux éléments majeurs. Depuis je cherchais un local, et une fois je circulais j'ai vu un local qui était en location, je me suis renseignée et on m'a dit c'était toujours disponible et puis bon voilà, les démarches ont commencé.

Au niveau des ressources aussi parce qu'il y a le fonds de développement économique et social qui avait été mis en place, j'avais vu la publicité à la télé, j'ai déposé mon dossier, j'ai dit bon voilà même si j'ai quelques économies mais avoir un peu de ressources supplémentaires ça va permettre de de ...réaliser mon projet que je...je...veux réaliser depuis 2 années ; mais il se trouve que le fonds en réalité ça m'a poussée, j'ai commencé à utiliser mes économies, en réalité le fonds je ne l'ai pas eu mais j'avais déjà créé mon entreprise.

Est-ce que c'était nécessaire de faire tout ce que vous avez fait comme études pour enfin ouvrir un restaurant ? Je voudrais dire est ce que votre formation universitaire vous sert vraiment dans ce que vous faites ?

La restauration n'est que le début, je commence avec ça, je compte après organiser des formations, faire des consultations. Ce n'est qu'un début, ...et c'est déjà très utile.

J'ai une anecdote, quand j'ai ouvert mon restaurant j'ai invité des amis à venir voir et tout. Il y a un qui a dit à un autre, oui mais on t'envoie à l'étranger pour étudier à l'étranger et tu reviens pour ouvrir un maquis, donc c'est le contexte en fait, c'est le complexe que les gens ont qui fait qu'ils ne peuvent pas évoluer, je considère par exemple que même si je fais mes études à sciences po à l'ENA de Paris, ça ne va pas du tout me déranger de vendre par exemple du petit matériel au niveau de l'université. Et un entrepreneur doit être capable de trouver en fait le petit élément où il peut apporter un plus, pour moi c'est ça, donc absolument pas, ça ne me dérange

absolument pas, quand on me demande même ce que je fais actuellement, je dis je vends du riz au bord de la route, et ça me fait plaisir.

Qu'est-ce qui vous motive à choisir l'entrepreneuriat ?

Avant mon bac ma première motivation c'était aider les autres, créer quelque chose pour pouvoir aider les autres. Après ma deuxième motivation en tant que personne adulte qui doit se prendre en charge c'était avoir de l'argent et 3^{ème} motivation c'est la liberté.

Avez-vous bénéficié d'un accompagnement ?

J'avais compté sur le fonds de développement économique et social dont je n'ai pas vu la couleur et là où j'ai eu le soutien c'est au niveau de ma famille, je les remercie de m'avoir toujours soutenue, ce n'est pas évident ; c'est vrai que la question des ressources financières pose un grand problème pour euh l'entrepreneuriat au Burkina Faso.

Avez-vous rencontré des obstacles ?

Des obstacles...je peux dire que non ! Au niveau de la famille, j'ai des parents qui sont plutôt fonctionnaires, donc ils sont habitués à une certaine stabilité et autre, donc ils sont un peu inquiets sur le chemin que j'ai emprunté, est ce que tu vas t'en sortir ? Ils me soutiennent mais ils me demandent beaucoup la prudence.

Quel est votre rôle dans l'entreprise ?

Moi j'aime faire la cuisine mais dans la gestion de la restauration je ne m'y connais pas particulièrement, donc j'essaie de mettre ce que j'ai appris à l'école, j'essaie de faire appliquer afin qu'il maîtrise le travail, qui gère, moi je supervise, tout ça et puis voilà ! Moi je ne suis pas tout le temps au restaurant.

Le cas Mlle I.

Expérience

Dès mon jeune âge je cherchais à être autonome, pas parce que les parents n'ont pas quelque chose à me donner mais je pense que je devais prendre en main certaines choses et de ne toujours demander à qui que ce soit de me venir en aide.

Dites-moi SVP comment vous ai venu l'idée de créer, qu'est ce qui en était à la base ?

En première année à l'UO, je voulais aller dans une école supérieure privée parce que le rythme à l'UO était perturbé, donc ça n'avancait pas trop. J'ai adressé la demande aux parents, les parents m'ont clairement dit que ils peuvent commencer à payer mais ils ne pourront pas terminer parce que papa se prépare à aller à la retraite. Donc ce que tu ne vas pas pouvoir terminer c'est mieux de ne pas commencer. Donc j'ai fait la 1^{ère} année à l'UO en cherchant ce que je vais faire pour pouvoir commencer la 1^{ère} année au sein d'une école supérieure. C'est là d'où l'idée m'est venue de créer un cours du soir pour m'aider et pour aider les autres aussi. Je voulais que ce soit bénéfique pour moi et pour d'autres individus. Là j'ai commencé avec la location d'une école primaire et j'ai commencé le premier cycle, 6^{ème} jusqu'en 3^{ème} et le total des élèves ça avoisinait autour de 300 comme cela, 300...pour toutes les classes. Et ça m'a permis de commencer à payer la scolarité dans l'école que je fréquente, de payer les enseignants et de faire certaines dépenses de l'entreprise, c'est comme ça que j'ai commencé et j'ai continué cela en 2^{ème} année. Mais en 2^{ème} année, une autre idée m'est venue de...l'idée m'est venue en fonction du besoin des populations, j'ai remarqué que les femmes partaient au marché acheter de la patte d'arachide pour venir faire la sauce dégué dégué c'est un met de la localité ; mais à chaque fois elles se plaignaient... de la qualité de la patte d'arachide, quoi que c'est pas bien fait...on mélange avec certains trucs et c'est pas propre, donc l'idée m'est venue de commencer avec la patte d'arachide en mettant à la disposition de ces femmes là une patte d'arachide de qualité et aussi un peu de moindre coût par rapport à celui du marché. Et pour cela j'ai vu qu'il était nécessaire de commencer à améliorer, ce que les femmes ne font pas dans les marchés. J'ai commencé par le conditionner dans des petits sceaux bien propres que j'achetais au marché je conditionnais là-bas et je vendais par sceau, donc quand tu venais c'était déjà prêt et que tu prends tu repars, et le sceau je faisais l'unité à 4.000 f, bon c'est comme ça donc l'idée d'entreprise est née et j'espère que ça va continuer et que ça ne va pas s'arrêter en cours de route.

Ton école ça a un nom ou bien ?

Oui j'ai donné un nom à mon cours du soir ? Mon propre nom de famille : cours du soir IMA.

Quelles sont vos motivations ?

La première motivation, c'est que je voulais être indépendante financièrement, et la deuxième motivation c'est que je voyais que partout les gens cherchent à être employés mais moi je voulais être un employeur, employer des gens au lieu d'être employée, c'est ce que je voulais

euh réellement. Permettre aux aussi qui cherchent des emplois de vaincre un peu le chômage, donc c'était mon objectif.

Entrepreneurs dans la famille ?

Bon disons que l'esprit d'entreprise, je dirai que c'est un esprit familial parce que euh presque tous les enfants, disons tous les enfants de euh de la famille sont des entrepreneurs. Si je prends l'exemple de mon petit frère à son jeune âge quand il était au primaire lui il avait déjà commencé l'élevage de la volaille et il voulait agrandir ça ; actuellement il a déjà pu agrandir et il veut aller encore plus loin avec ça. Il y a la grande sœur, elle, présentement elle possède une grande boutique, elle aussi elle a commencé le commerce de ce qu'on appelle couramment les friperies, c'est avec ça elle a commencé et elle a évolué dans ça, et aujourd'hui, elle se retrouve avec environ à 2 boutiques. Il y a le grand frère, lui actuellement il est loin, il...il a sa propre entreprise qu'il a créée « emplois pour tous », voilà, lui, il emploie dans tous les domaines et il place les individus dans chaque secteur, dans le secteur qui leur convient, donc il a à peu près 200 employés comme ça.

Ils ont créé avant moi. Ce sont les frères seulement qui ont commencé. Mais la maman aussi c'est une commerçante, disons que c'est...une entreprenante.

D'accord

J'ai grandi au sein de ma famille, j'ai passé presque toutes mes années d'enfance en famille, mes deux parents sont toujours là, disons en somme que j'ai grandi dans un esprit familial.

Avez-vous bénéficié d'un accompagnement ?

Disons, au niveau des partenariats ou au niveau de l'administration, bon je n'ai pas reçu de financement, je n'ai pas reçu un soutien quelconque comme cela de la part de l'Etat, voilà, et le soutien ça venait directement au sein de la famille, surtout ...de...de mon aîné, du grand frère, c'est lui qui m'a beaucoup soutenu et qui m'a encouragé, qui m'a donné des conseils, ensuite le papa aussi qui m'a accompagnée avec ses bénédiction et la maman et disons quand je commençais l'entreprise j'avais environ 10.000 f entre les mains, c'est avec ça que j'ai commencé, avec les photocopies tout, faire la publicité et de plus en plus que les gens venaient s'informer et que d'autres personnes venaient s'inscrire j'utilisais cet argent pour poursuivre la publicité. Bon quand on est motivé à faire quelque chose ça veut dire on n'a pas besoin de grands moyens pour commencer une entreprise. On commence petit à petit et l'entreprise

grandit au fur et à mesure que tu avances, parce que si tu veux commencer grand tu n'as pas les fondements nécessaires d'abord, ça veut dire tu t'es pas assis sur un bon fondement...tu n'as pas la base nécessaire et si tu poursuis dans ce rythme-là, l'entreprise va s'écrouler à la suite. Donc vaut mieux les étapes commencer par les fondements, ensuite commencer par la construction et au fil de temps...c'est pour cela que je dis on a pas besoin de grands moyens pour commencer quelque chose, il suffit d'être motivé, d'être performant, de persévérer dans ce qu'on fait...et malgré malgré les difficultés parce qu'il y en aura toujours, c'est pas facile, on est on est...on grandit dans un milieu hostile on est entouré de personnes hostiles, donc c'est...disons ...c'est la persévérance.

Avez-vous rencontré des obstacles ?

Disons le 1er obstacle que j'ai rencontré, ce n'est pas facile l'échange avec les professeurs, parce que une fois qu'ils sont venus déposés leurs demandes d'enseignement et qu'après ils se sont rendus compte que c'est une petite fille qui va diriger l'entreprise bon...chacun se rétracte, comment je vais me laisser commander par une petite fille...qui n'a même pas d'expérience ni rien du tout. Il y a aussi les parents d'élèves qui ne sont pas confiants d'abord, qui se disent comment je vais remettre mon enfant entre les mains d'une structure bon... (riree) qui est là et qui est dirigée une petite fille (rire). Ça veut dire pour eux je n'ai pas encore fini de grandir, je n'ai pas le bé abas nécessaire donc c'est une personne à qui on ne peut pas faire confiance, voilà la 1^{ère} difficulté que j'ai rencontrée. Mais au fil du temps, avec les échanges avec les professeurs et avec l'humilité et la manière dont tu t'adresses aux gens avec respect tout...ils ont commencé petit à petit à placer leur confiance. On dit on ne bâtit pas une maison seule, c'est avec eux que j'ai commencé, parce que je leur ai expliqué dès le départ, je n'ai pas suffisamment d'expérience dans le domaine mais je suis là pour bénéficier aussi de vos conseils et de vos soutiens, c'est ensemble qu'on pourra avancer et qu'on pourra relever cet établissement-là. Voici c'était le point départ.

2^{ème} difficulté c'est que là...elle se posait au niveau de la présentation des candidats au BEPC, parce que comme c'était un début, il fallait d'abord que tu installes l'entreprise avant de commencer les démarches administratives pour obtenir les papiers nécessaires qui prouvent que vraiment l'entreprise existe et c'était pas du tout facile la 1^{ère} année de présenter les candidats, et j'ai été en collaboration avec d'autres écoles qui m'ont aidée à présenter ces candidats là. Mais, ce n'était pas facile parce que chacun demandait quelque chose en retour. Quand tu poses ton problème, tu as quoi en retour pour qu'on t'aide à résoudre ça, c'était la première difficulté,

euhh la 2^{ème} difficulté. Eh niveau matériel, au niveau du matériel, disons que je n'avais pas beaucoup de matériel au départ parce que comme c'était un début il fallait acheter le matériel au fur et à mesure qu'on rencontrait les problèmes, voilà, et... on dit c'est au pieds du mur qu'on reconnaît le vrai maçon, donc c'est en étant, en commençant réellement que tu vois les problèmes, les obstacles et que tu essayes de résoudre au fur et à mesure les obstacles.

Oui j'ai toujours eu l'argent pour payer le personnel, parce que euh j'avais planifié de telle sorte que le 1^{er} versement suffise pour le fonctionnement du 1^{er} trimestre et la moitié du 2^{ème} trimestre en attendant que les parents viennent verser le 2^{ème} versement, mais... là difficulté se trouvait au niveau du 2nd versement parce que pour que les élèves puissent verser le 2nd c'est tout un problème, d'autres viennent aussi expliquer leurs problèmes bon, euhh... je ne peux pas refuser d'être humaniste, il faut souvent aussi être philanthrope quand on commence une activité. Donc il y a certaines compréhensions mais qui ne m'aident pas aussi, mais je suis obligée d'en tenir compte.

Comment l'idée d'une école vous est-elle venue ?

Bon ! Disons que je me suis assise pour évaluer euh le nombre de personnes qui n'ont pas accès au cours du jour à cause de leur travail, à cause de leurs petites activités. J'ai vu que ce nombre était élevé, surtout au niveau du jeune âge, et si une quantité importante comme ça de la population est dans ce genre de difficulté là ça veut dire il y a un besoin qui se crée, et l'entreprise vient en quelque sorte répondre à un besoin, parce que si tu crées l'entreprise, une entreprise et que ça ne répond pas à un besoin dès le point de départ tu as déjà échoué, voilà donc l'entreprise venait en sorte répondre à un besoin et répondre aussi à mon besoin personnel.

Bon, on aime le dire, pour commencer une activité d'abord il faut s'asseoir calculer, pour aller en guerre aussi il faut pour voir si tu es capable de vaincre celui à qui tu t'adresses.

J'ai vu qu'il y a très peu d'établissements qui songent à faire un cours du soir, c'est maintenant que les gens ont commencé cela, sinon avant les gens ne s'intéressaient pas à cela, donc quand tu vas faire, mener une activité aussi il faut évaluer, si quel est le nombre de personnes qui sont là-dedans, le nombre de personnes qui ne sont pas là-dedans.

Facteur de déclenchement ?

L'élément fondamental ce sont mes propres études, parce que je voulais euh obligatoirement commencer mon cours dans une école supérieure privée pour avancer rapidement, c'était le

facteur fondamental et j'ai vu que aussi comme j'évolue dans un milieu de l'enseignement il fallait aussi que je me lance dans ce domaine-là pour pouvoir voir tous les aspects, tous les contours de l'enseignement, pouvoir échanger avec les gens, pouvoir m'exprimer correctement.

Responsabilité distribuées ?

Bon concernant les recettes c'est moi-même qui les percevais, concernant truc, les responsabilités j'avais désigné les professeurs qui s'occupaient de ça.

Perception que tu as des entrepreneurs ?

Bon, ils ne m'auraient pas plus impressionnée s'ils étaient des hauts cadres, parce que j'ai l'habitude, dès mon jeune âge j'ai l'habitude d'observer, comment chacun se conduit où les pas de chacun mènent, où l'objectif de chacun le conduira, c'est à travers les observations que moi-même j'ai commencé à tirer mes propres conclusions et à me dire pourquoi s'appuyer toujours sur l'Etat, pourquoi ne pas euh truc, alléger certaines responsabilités aussi à l'Etat, vis-à-vis de l'Etat, parce que le secteur aussi de plus en plus encombrant toujours chaque diplômé qui sort il s'attend à ce l'Etat l'embauche.

J'ai une bonne image d'eux, c'est une bonne image que j'ai d'eux sinon je n'allais pas m'y lancer là-dedans.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1.1. Les trois approches de l'opportunité entrepreneuriale	24
Tableau 1.2. Typologie des logiques entrepreneuriales.....	33
Tableau 1.3. Typologie des entrepreneurs (Filion, 2000).....	43
Tableau 1.4. Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat	47
Tableau 1.5. Eléments du bilan effectual	57
Tableau 1.6. Cadre conceptuel du processus à étape de Filion et al (2006)	72
Tableau 2.1. Les facteurs "pull" et "push" répertoriés par Bellanca et Colot (2014)	86
Tableau 2.2. Indicateurs des dynamiques Push et Pull.....	88
Tableau 2.3. Illustration d'initiatives entrepreneuriales dans les universités françaises structurées autour des PEPITES.....	114
Tableau 3.1. Ebauche d'une typologie des créateurs d'entreprises au Burkina Faso.....	125
Tableau 3.2. Les structures d'accompagnement non financier au Burkina Faso	127
Tableau 3.3. Les structures d'appui financier au Burkina Faso	129
Tableau 3.4. Evolution du nombre d'établissements d'enseignement supérieur au Burkina Faso de 2008 à 2016.....	131
Tableau 3.5. Evolution du nombre d'étudiants au Burkina Faso de 2009-2010 à 2015-2016.....	132
Tableau 3.6. Répartition des entreprises par niveau et par secteur d'activité	133
Tableau 3.7. Nombre d'entreprises en faillite par secteur d'activité et par niveau d'étude	135
Tableau 3.8. Positions épistémologiques des paradigmes positiviste, interprétativiste et constructiviste.....	137
Tableau 3.9. Cadre conceptuel intégratif Gartner (1985)-Filion et al (2006).....	143
Tableau 3.10. Stratégie générale d'échantillonnage dans une approche qualitative.....	154
Tableau 3.11. Quelques caractéristiques de l'échantillon	157
Tableau 4.1. Les activités réalisées par M.L.....	173
Tableau 4.2. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de M.L.....	175
Tableau 4.3. Les activités réalisées par M.Z.....	179
Tableau 4.4. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de M.Z.....	182
Tableau 4.5. Les activités réalisées par Mlle K	186
Tableau 4.6. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de Mlle K.....	188
Tableau 4.7. Les activités réalisées par Mme Z	193
Tableau 4.8. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de Mme Z	195
Tableau 4.9. Les activités réalisées par M.S.....	201
Tableau 4.10. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de M.S	203
Tableau 4.11. Les activités réalisées par Mlle I.....	208
Tableau 4.12. Les facteurs d'influence du processus entrepreneurial de Mlle I.....	210
Tableau 4.13. Les motivations des primo créateurs.....	211
Tableau 4.14. Les facteurs de déclenchement du processus	214
Tableau 4.15. Les profils des primo créateurs	216
Tableau 4.16. Les activités réalisées par les six primo créateurs	217
Tableau 4.17. Les activités réalisées par les primo créateurs volontaires	219
Tableau 4.18. Les activités réalisées par les primo créateurs non volontaires	221
Tableau 4.19. L'influence des facteurs individuels et environnementaux sur les processus des six primo créateurs.....	224
Tableau 4.20. L'influence des facteurs individuels.....	225
Tableau 4.21. Les influences du micro environnement	226
Tableau 4.22. Les influences du dispositif institutionnel.....	227

<i>Tableau 4.23. Les influences des composantes économie et culture</i>	229
<i>Tableau 4.24. Tableau comparatif entre les modèles de Gartner (1985), Filion et al (2006) et le modèle intégratif</i>	231
<i>Tableau 4.25. Les principales contributions du plan d'affaires à la démarche de création d'entreprises</i>	233

LISTE DES FIGURES

<i>Figure 01. Plan de cheminement de la thèse</i>	11
<i>Figure 1.1. The innovation chain equation</i>	19
<i>Figure 1.2. Dialogique Individu/Création de valeur</i>	28
<i>Figure 1.3. La relation entre désordre, ordre et organisation</i>	31
<i>Figure 1.4. Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens</i>	34
<i>Figure 1.5. Pour une approche multiparadigmatique</i>	35
<i>Figure 1.6. Représentation des liens entre les huit paradigmes de l'entrepreneuriat</i>	36
<i>Figure 1.7. Représentation du processus entrepreneurial selon la définition de Gartner</i>	54
<i>Figure 1.8. Le processus entrepreneurial selon Reynolds (Aouni, 2006)</i>	55
<i>Figure 1.9. Modèle de Gartner (1985)</i>	60
<i>Figure 1.10. Model of start-up process (Bygrave, 1989)</i>	62
<i>Figure 1.11. Une forme générique du processus de création d'une entreprise (Bruyat, 1993)</i>	64
<i>Figure 1.12. Modèle stratégique d'entrepreneuriat d'Hernandez (1999)</i>	66
<i>Figure 1.13. Les différentes phases du processus entrepreneurial (Tounès, 2003)</i>	67
<i>Figure 1.14. Modèle du processus entrepreneurial de Sarasvathy (2001)</i>	70
<i>Figure 2.1. Influence de la culture sur le comportement</i>	104
<i>Figure 2.2. Influence de l'environnement sur le processus entrepreneurial</i>	117
<i>Figure 3.1. Répartition des entreprises</i>	134
<i>Figure 3.2. Mode de raisonnement et connaissance scientifique</i>	150
<i>Figure 4.1. Processus de création de M.L.</i>	172
<i>Figure 4.2. Processus de création de M.Z.</i>	179
<i>Figure 4.3. Processus de création de Mlle K</i>	186
<i>Figure 4.4. Processus de création de Mme Z.</i>	193
<i>Figure 4.5. Processus de création de M.S.</i>	200
<i>Figure 4.6. Processus de création de Mlle I</i>	207
<i>Figure 4.7. Les activités réalisées par les primo créateurs volontaires</i>	218
<i>Figure 4.8. Les activités réalisées par les primo créateurs non volontaires</i>	220

TABLE DES MATIERES

DEDICACE.....	ii
REMERCIEMENTS	iii
RESUME.....	iv
ABSTRACT	iv
SOMMAIRE	v
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PARTIE 1.....	12
COMPREHENSION DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL	12
Chapitre 1. ETAT DE L'ART SUR LE PHENOMENE ENTREPRENEURIAL	14
I. Lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat	15
1.1. L'entrepreneuriat, un concept polysémique	15
1.1.1. L'entrepreneur	16
1.1.1.2. L'entrepreneur, identifie et exploite les opportunités.....	20
1.1.1.4. L'entrepreneur, crée une organisation.....	29
1.1.1.5. Pour une complémentarité des paradigmes de définition de l'entrepreneuriat.....	34
1.1.2. Les différentes approches de l'entrepreneuriat.....	38
1.1.2.1. L'approche fonctionnaliste (What ?).....	38
1.1.2.2. L'approche centrée sur les individus (Who/Why ?).....	40
1.1.2.3. L'approche processuelle (How).....	44
1.2. Les enjeux de l'entrepreneuriat	48
1.2.1. Les enjeux pour l'individu.....	48
1.2.2. Les enjeux pour la société	49
1.3. Le processus entrepreneurial	51
1.3.1. Le processus	51
1.3.2. Le processus entrepreneurial	52
II. Les apports des modèles fondés sur le processus entrepreneurial	58
2.1. Les modèles déterministes (la logique de causation)	59
2.1.1. Le modèle de Gartner (1985)	59
2.1.2. Le modèle de processus de création de Bygrave (1989)	61
2.1.3. Le modèle de Bruyat (1993).....	63
2.1.4. Le modèle d'Hernandez (1999).....	66

2.1.5.	Le modèle de processus de Tounès (2003).....	67
2.2.	Les modèles non déterministes.....	69
2.2.1.	Le modèle du processus entrepreneurial de Sarasvathy (2001).....	69
2.2.2.	Le modèle du processus à étapes de Filion et al (2006)	71
Chapitre 2. FONDEMENT THEORIQUE DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL.....		74
I.	La théorie de la contingence, base théorique pour comprendre le processus entrepreneurial ...	74
1.1.	La théorie de l'écologie des populations	76
1.2.	La théorie néo institutionnelle	77
1.3.	La théorie de la dépendance des ressources	80
II.	Les facteurs de contingence du processus entrepreneurial	83
2.1.	L'individu.....	84
2.1.1.	Les motivations	84
2.1.2.	L'âge de l'entrepreneur au lancement	91
2.1.3.	Le niveau d'études.....	91
2.1.4.	Le sexe.....	92
2.1.5.	L'expérience antérieure	94
2.2.	L'environnement	98
2.2.1.	Le micro environnement.....	99
2.2.2.	Le macro environnement.....	102
2.2.2.1.	Le contexte économique.....	102
2.2.2.2.	Le contexte culturel	104
PARTIE 2.....		120
CADRE EMPIRIQUE DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL DES PRIMO CREATEURS DIPLOMES DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR AU BURKINA FASO		120
Chapitre 3. CADRE D'ANALYSE ET POSITIONNEMENT DE LA RECHERCHE.....		122
I.	Cadre d'analyse de la recherche	122
1.1.	Le contexte entrepreneurial du Burkina Faso.....	122
1.1.1.	L'entrepreneur burkinabè	122
1.1.2.	Le contexte ou environnement de la création d'entreprise au Burkina Faso.....	126
1.2.	Les créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso	133
II.	Positionnement épistémologique et méthodologie de la recherche	136
2.1.	Positionnement épistémologique de la recherche.....	136
2.2.	Le modèle d'analyse du processus entrepreneurial	142
2.3.	La démarche de l'étude de cas.....	145

2.3.1.	Une approche qualitative de la recherche.....	145
2.3.2.	L'étude de cas multiples.....	151
2.4.	La stratégie d'accès au réel.....	153
2.4.1.	Les cas étudiés.....	153
2.4.2.	Les données de la recherche.....	159
2.4.3.	La qualité des données.....	164
2.4.4.	Traitement des données.....	165
Chapitre 4. RESULTATS DE LA RECHERCHE ET DISCUSSIONS.....		169
I.	Les résultats de la recherche.....	169
1.1.	Etude intra-cas.....	169
1.1.1.	Le cas M.L.....	169
1.1.2.	Le cas M.Z.....	175
1.1.3.	Le cas Mlle K.....	182
1.1.4.	Le cas Mme Z.....	189
1.1.5.	Le cas M.S.....	195
1.1.6.	Le cas Mlle I.....	203
1.2.	L'étude inter-cas.....	211
1.2.1.	Une diversité de profils des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso regroupés en créateurs volontaires et non volontaires.....	211
1.2.2.	Les primo créateurs DES/BF ne réalisent pas tous les mêmes activités au cours de leurs processus entrepreneuriaux.....	217
1.2.3.	Les processus entrepreneuriaux suivent des logiques causale ou effectuale.....	221
1.2.4.	Les primo créateurs sont influencés différemment par des caractéristiques individuelles et des facteurs de l'environnement.....	223
II.	Discussions et implications de la recherche.....	230
2.1.	Discussions.....	230
2.1.1.	Le cadre conceptuel intégratif : une synergie dans l'explication du processus entrepreneurial.....	230
2.1.2.	Relativement aux activités réalisées chaque création est un cas unique.....	232
2.1.3.	Les caractéristiques individuelles influencent favorablement l'étape d'initiation et dans une moindre mesure défavorablement l'étape du démarrage.....	235
2.1.4.	L'environnement influence le processus de création.....	236
2.1.5.	Le processus entrepreneurial des primo créateurs volontaires suit une logique causale alors que celui des non volontaires suit logique effectuale.....	240
2.2.	Les implications de la recherche.....	241
2.2.1.	Contributions théoriques.....	241

2.2.2.	Contributions méthodologiques.....	241
2.2.3.	Contributions managériales.....	242
CONCLUSION GENERALE		247
BIBLIOGRAPHIE		252
ANNEXES		281
LISTE DES TABLEAUX		306
LISTE DES FIGURES		307
TABLE DES MATIERES.....		308