

Les caractéristiques de la dynamique entrepreneuriale dans les pépinières d'entreprises en Tunisie

Oualid CHORTANI

Institut Supérieur des Etudes Technologiques de Sousse

ISSET de Sousse

Chortani.o@voila.fr

Résumé

Cette communication se veut une occasion pour faire le point sur les percées de l'activité entrepreneuriale en Tunisie qui ne cesse de prendre des mesures avant-gardistes à l'égard de l'action entrepreneuriale.

Nous insistons sur le fait que l'entrepreneuriat est surtout une affaire de personnes, chez qui il est possible de faire émerger l'esprit et le goût d'entreprendre, ainsi que de développer les compétences nécessaires pour réussir. Il y a cependant des conditions réputées indispensables dans l'environnement global, mais aussi et surtout dans le milieu immédiat des entrepreneurs. Nous verrons entre autres, que le développement de l'esprit d'entreprendre, dans un milieu donné notamment les pépinières d'entreprises, relève autant de facteurs reliés aux personnes, c'est-à-dire, aux entrepreneurs eux-mêmes, à leur famille, à leur évolution dans un environnement donné, qu'à la localisation proprement dite de l'entrepreneur.

Le souci majeur de cette communication est d'élucider que l'entrepreneuriat peut se développer chez les personnes à condition que l'environnement soit facilitateur et valorisant pour les entrepreneurs. Plus un milieu se donne les éléments d'une culture entrepreneuriale riche, plus les entrepreneurs émergent et se développent tôt dans la vie.

À partir d'un modèle descriptif, on essaie de présenter les principales influences de la l'entrepreneuriat dans les pépinières d'entreprises afin de mieux en comprendre la dynamique, et surtout d'identifier les moyens d'interventions capables de stimuler une culture entrepreneuriale porteuse de développement au sein de cette structure.

Champs thématique : formation et recherche en entrepreneuriat, esprit d'entreprendre.

Mots-clés : Entrepreneuriat, pépinières d'entreprises, entrepreneur.

1. Introduction

Il va sans dire qu'en Tunisie, le domaine de l'entrepreneuriat ne cesse de connaître un essor prompt et sans précédent. Ceci s'inscrit sous l'égide de la volonté visionnaire des pouvoirs publics tunisiens pour résorber le problème de chômage d'une part et pour déployer une culture entrepreneuriale s'incarnant dans le développement de l'action entrepreneuriale d'autre part.

Dans le même ordre d'idées l'adhésion de la Tunisie à l'organisation mondiale de commerce (OMC), ainsi que la signature des accords de GATT, ont fait de l'économie tunisienne une économie caractérisée par le libéralisme, le développement et la concurrence. En conséquence, nous avons assisté à un désengagement de l'Etat –quant à la propriété des entreprises publiques et du choix de l'investissement public- via une privatisation accrue.

Les choix stratégiques des pouvoirs publics se traduisent par l'incitation aux investissements privés et par conséquent au développement de l'action entrepreneuriale.

En fait, plusieurs indicateurs justifient l'encouragement de l'initiative privée à l'instar de la promulgation du «code d'incitation aux investissements» qui ne cesse d'offrir une panoplie d'avantages fiscaux et financiers qui va de paire avec la mise en place d'un environnement institutionnel propice à l'émergence des nouveaux entrepreneurs. De même, les universités ainsi que les établissements qui en relèvent, les institutions de formation professionnelle et les structures d'appui et d'accompagnement à la création d'entreprises - dont les plus importantes sont les pépinières d'entreprises- sont les piliers de l'environnement institutionnel dédiés aux futurs entrepreneurs.

Dans cette perspective, nous essaierons de scruter l'une des composantes -de cet environnement institutionnel- réputées stimulatrices de l'action entrepreneuriale à savoir les pépinières d'entreprises. Ces dernières constituent un environnement d'accueil et d'accompagnement des créateurs d'entreprises devant fournir un appui à la formalisation de leurs projets et une aide au développement de leurs entreprises dans les premières années de leurs activités. En fait, les entrepreneurs incubés dans les pépinières ne présentent pas une «...une catégorie de population homogène...nous parlerons plutôt d'un paysage entrepreneurial diversifié...plusieurs typologies peuvent être proposées. Citons tout d'abord le découpage des entrepreneurs en fonction de leur profil de formation et de leur relation au savoir...» (Denieuil, 1995).

Cette communication se veut une occasion pour mettre en exergue explicitement l'influence de l'environnement socio-économique sur le profil des entrepreneurs incubés dans les pépinières d'entreprises et implicitement l'influence sur l'action entrepreneuriale. En fait, le souci majeur de cette étude exploratoire est de répondre à la question fondamentale suivante:

Quel est le profil entrepreneurial des entrepreneurs hébergés dans les pépinières d'entreprises en Tunisie?

La réponse à cette question est de nature à proposer une description dynamique des entrepreneurs incubés dans les pépinières d'entreprises en Tunisie notamment celles de Sousse, Ksar Hellal et de Mahdia.

Nous signalons que plusieurs études portant sur l'entrepreneuriat ont été menées dans le contexte tunisien sur l'entrepreneuriat immigré (Cf. Chichi Y.) et l'essaimage (Cf. Mezhoudi 2001, Zghal 2002).

2. Cadre conceptuel de l'entrepreneuriat

Il n'est certes pas question, ici, de résumer toutes les approches disciplinaires et toutes les écoles de pensée qui ont contribué à la genèse de l'entrepreneuriat. D'autant plus que ce domaine est éclaté et que de multiples angles de vue ont été adoptés par des économistes, des historiens, des sociologues, des psychologues, des spécialistes des sciences de gestion ou des sciences du comportement. Sans entrer dans un débat visant à comparer des référentiels (francophone/ anglo-saxon) notre propos dans cette communication est simplement de caractériser, à partir des publications offertes par les revues scientifiques dominantes dans le champ de l'entrepreneuriat les écoles de pensée qui nous semblent jouer actuellement un rôle structurant.

2.1. L'émergence organisationnelle

Le premier courant, initié par Gartner, défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. Dans cette perspective, étudier l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un

individu de créer une nouvelle entité. L'émergence organisationnelle est le processus d'organisation qui mène à une nouvelle organisation. Cette conception fédère une communauté de chercheurs. On peut rattacher à ce courant le chercheur français Thierry Verstraete (2001).

Dans cette approche, les chercheurs s'intéressent tout autant, sinon plus, à la création d'organisation, sous-ensemble (insuffisamment étudié) de la théorie des organisations, qu'à l'entrepreneuriat. D'autre part, en fonction du mode d'exploitation retenu pour valoriser une opportunité ou une invention, création d'une nouvelle entité ou utilisation d'une organisation existante, le processus en question, dans cette conception, est entrepreneurial ou ne l'est pas. Enfin, toutes les créations d'organisations ne conduisent pas à des situations où l'intensité du changement pour l'individu et l'importance de la création de valeur se situent à un niveau élevé. Des entreprises peuvent être créées par imitation, par reproduction ou encore dans le but de transférer une activité existante.

2.2. L'identification et l'exploitation des opportunités d'entreprendre

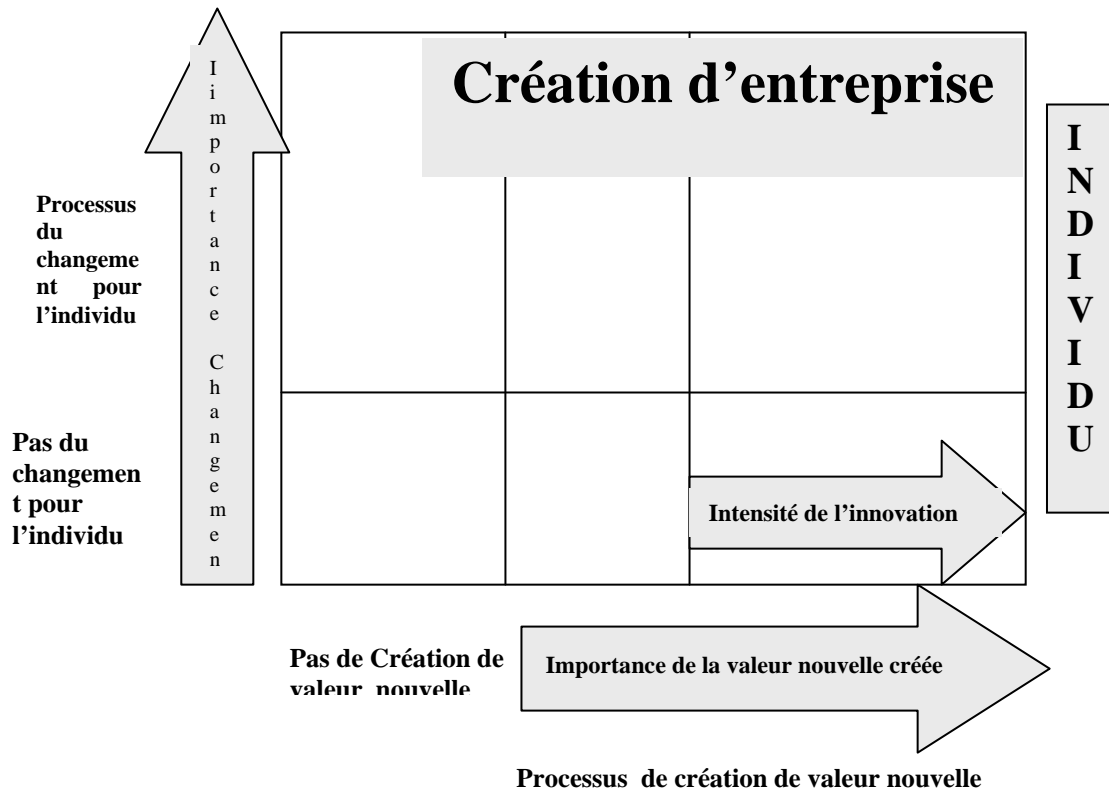
La deuxième conception, basée sur la notion d'opportunité entrepreneuriale, est ancrée dans les travaux fondateurs de Shane et Venkataraman. Le champ de l'entrepreneuriat est défini, ici, comme « l'examen approfondi de comment, par qui et avec quels résultats sont découvertes, évaluées et exploitées les opportunités de création de futurs biens et services ». Dans ces conditions, les processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités représentent des objets d'étude et de recherche essentiels. Des travaux récents explorent conceptuellement ou empiriquement un aspect particulier du domaine ainsi défini.

Cette perspective, comme la précédente, porte sur l'émergence, d'une nouvelle activité économique, qui n'est pas nécessairement liée à l'émergence d'une nouvelle organisation. Cette approche questionne également le processus entrepreneurial. Elle présuppose, tout d'abord, que les opportunités existent dans la nature, en tant que telles, et qu'il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour se les approprier et les transformer en réalités économiques. Nous pensons, avec d'autres, que l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non qu'elle est le point de départ, élément « Objectif » qu'il faut découvrir, de ce processus.

2.3. La dialogique individu/création de valeur

La troisième conception est celle avancée Christian Bruyat dans sa thèse de doctorat (1993) réputée une référence en matière de la modélisation de l'action entrepreneuriale. Pour cet auteur, « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur ». Selon le principe dialogique proposé par Edgard Morin, 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. Cette dialogique s'inscrit dans une dynamique de changement. Elle est définie par Christian Bruyat comme suit: « L'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la "chose" de l'individu, Bruyat présente la dialogique €individu création de la valeur comme suit :

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.

L'objet scientifique considéré ici est le système entrepreneurial qui en interaction avec son environnement se trouve « embarqué » dans un processus où le temps constitue une dimension incontournable.

3. L'influence de l'environnement sur l'entrepreneur

L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture. Il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur est l'innovateur qui apporte « la destruction créatrice » au sens de l'économiste autrichien Joseph Schumpeter (1987). Tout cela est parfaitement mis en valeur par Octave Gélinier (1998) qui insiste sur l'importance des apports de l'entrepreneur à l'économie: « Les pays, les professions, les entreprises qui innovent et se développent sont surtout ceux qui pratiquent l'entrepreneuriat. Les statistiques de croissance économique, d'échanges internationaux, de brevets, licences et innovations pour les trente dernières années établissent solidement ce point: il en coûte cher de se passer d'entrepreneurs. »

Dans cette perspective, nous insistons sur le fait que l'entrepreneuriat est surtout une affaire de personnes, mais qu'il est possible de faire émerger chez elles l'esprit d'entreprise, le goût d'entreprendre, ainsi que de développer les compétences nécessaires pour réussir. Il y a cependant des conditions à mettre en place dans l'environnement global, mais aussi et surtout dans le milieu immédiat des entrepreneurs. Nous verrons entre autres, que le développement d'une culture entrepreneuriale, dans un milieu donné, notamment au sein des pépinières

d'entreprises relève autant de facteurs reliés aux personnes, c'est-à-dire, aux entrepreneurs eux-mêmes, à leur famille, à leur motivation, à leur évolution dans un environnement donné, qu'à la localisation proprement dite de l'entrepreneur et de l'entreprise.

En effet, plus le milieu se donne les éléments d'une culture entrepreneuriale riche et reconnue, plus les entrepreneurs émergent et se développent tôt dans la vie. Nous présenterons dans ce qui suit, les principales influences de la création d'entreprise dans un milieu afin de mieux en comprendre la dynamique, et surtout d'identifier des moyens d'interventions capables de stimuler une culture entrepreneuriale riche et porteuse de développement.

La création d'une nouvelle entreprise représente, fondamentalement, une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Les influences qui s'exercent sur cette décision peuvent se retrouver à trois niveaux ou moments cruciaux à savoir: un premier niveau de désirabilité d'entreprendre, un second niveau de la faisabilité du projet et un troisième niveau de la création proprement dite ou de l'acte d'entreprendre.

3.1. La désirabilité d'entreprendre

3.2.

L'entrepreneuriat étant avant tout une façon d'être, un style de vie. Il importe de mieux cerner les facteurs du milieu immédiat qui peuvent en influencer l'attraction, ou encore mieux sa désirabilité. Les facteurs sociaux et culturels affectent directement la désirabilité perçue d'un comportement donné ou d'une action. Ainsi, lorsque le milieu valorise fortement la création d'entreprises, il en résultera une perception positive de cette activité chez les personnes qui composent ce milieu. La désirabilité englobe deux dimensions : d'abord la perception que les retombées du comportement entrepreneurial seront personnellement désirables, et la perception qu'ils seront aussi socialement désirables. Les éléments les plus couramment observés dans le milieu pouvant jouer un rôle sur la désirabilité -quant à l'action entrepreneuriale- seront exposés brièvement et seront mis en exergue dans notre étude empirique.

3.1.1. La famille et les proches

Il semble que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires, ou encore, à leur compte. Ainsi, plusieurs recherches indiquent que c'est le cas de 50 % d'entre eux (Gasse et D'Amours, 2000). En d'autre terme, la norme sociale perçue correspond à la perception de l'individu de la pression sociale, qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les ami(e)s pensent de ce qu'il voudrait entreprendre (Ajzen 1991). 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.

3.1.2. Le milieu immédiat

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. L'étude menée par Granmaison en 2000 au Québec, a démontré que les forces culturelles latentes pouvaient être mobilisées et qu'elles pouvaient fournir les valeurs sous-jacentes à l'économie entrepreneuriale (Granmaison, 2000). Ainsi, Reynolds, Storey et Westhead (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.

3.1.3. Le niveau d'instruction et de compétence de l'entrepreneur

Presque toutes les études récentes (Gasse et D'Amours, 2000), 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 (High-tech) ou à forts potentiels de croissance. Étant donné que ces entreprises font reposer leurs avantages concurrentiels sur les connaissances de leurs fondateurs, une solide formation est donc nécessaire. Dans une étude sur les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME (Gasse, 1998), on 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.

3.1.4. Le profil psychologique

Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. Ils sont capables de maintenir un rythme accéléré de travail pendant des périodes relativement longues. L'oisiveté les rend tendus et impatient. Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menziez et al. 2002) viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. Ils recherchent l'autonomie et l'indépendance, veulent devenir leur propre patron et prennent des initiatives dans ce sens.

3.1.5. L'expérience et l'âge

L'expérience et l'âge du fondateur, au moment où il est intéressé à lancer une affaire, entrent également en jeu. Des gens de tous âges se lancent en affaires, mais au Canada et aux États-Unis, les deux tiers environ de ces personnes ont entre 25 et 40 ans au moment du démarrage (Reynolds, 1997). Les plus jeunes manquent souvent d'expérience, de contacts et de financement alors que les plus âgés ont, eux, des contraintes familiales et professionnelles. Aussi traiterons-nous de l'effet de l'âge et de l'expérience sur les jeunes entrepreneurs en Tunisie et ce dans notre étude empirique.

Ces constatations indiquent que certaines personnes ont plus de probabilités de créer des entreprises que d'autres. Encore une fois, cela ne veut pas dire que ceux jouissant d'une formation et d'un profil différent ne peuvent pas créer une entreprise ou ne le font pas. Toutefois, certains antécédents et certaines caractéristiques semblent mieux préparer l'individu à prendre une décision orientée vers l'entrepreneuriat lorsque l'occasion se présente. La décision peut dépendre aussi d'autres facteurs que nous allons voir.

3.2. Faisabilité du projet

Un ensemble de facteurs externes, souvent indépendants de l'individu influencent l'entrepreneuriat. Il est clair qu'il existe entre ces facteurs une interaction qui crée des climats plus ou moins favorables à la création d'entreprise. Il est clair également que les climats peuvent se modifier avec le temps et que, jusqu'à un certain point, l'entrepreneuriat du passé conditionne l'entrepreneuriat de l'avenir. Non seulement l'entrepreneur doit-il percevoir la désirabilité de l'acte entrepreneurial, mais encore faut-il que ce dernier soit raisonnablement

faisable. La faisabilité devient fonction d'une série de perceptions positives par rapport à la présence et à l'accessibilité de moyens et de ressources pertinents à la création d'entreprise. Certains de ces moyens peuvent relever de la capacité même de l'entrepreneur, mais plusieurs sont plutôt de l'ordre de l'environnement immédiat.

3.2.1. Les perceptions de l'entrepreneur

Ainsi, la décision de créer une entreprise est fonction de la perception qu'a l'entrepreneur des risques et des gratifications qu'elle comporte, ainsi que de la connaissance des sources de financement, des individus et des organismes qui pourraient lui venir en aide et le conseiller. L'entrepreneuriat du passé crée ce qu'on pourrait appeler un environnement entrepreneurial où l'entrepreneur potentiel se trouve entouré d'exemples et de gens pour qui le processus d'entrepreneuriat est familier. En fait, et souvent dans ces milieux, l'entrepreneuriat est vu comme un mode de vie reconnu et valorisé (Reynolds, 1997).

3.2.2. Les attitudes du milieu

Comme nous l'avons déjà souligné, l'attitude du milieu vis-à-vis des gens d'affaires et de l'entrepreneuriat influence de façon importante cette décision. Dans les régions où l'entrepreneuriat est actif, il se peut que des réseaux soient déjà créés, si bien qu'il est relativement facile pour l'entrepreneur potentiel de prendre contact avec des structures d'appui notamment les prêteurs. Des entrepreneurs qui ont réussi peuvent apporter la prospérité dans leurs régions (Mezhoudi 2001) et changer également la perception des risques et des gratifications associés au prêt et à l'investissement dans de nouvelles entreprises, surtout dans les cas où le milieu reconnaît de façon formelle et visible les succès de ces entrepreneurs.

3.2.3. Les groupements d'entreprises

L'emplacement, est aussi un facteur important pour la faisabilité d'une nouvelle entreprise. Il influence non seulement les coûts de transport, mais surtout la création de groupes (ou de grappes), d'entreprises connexes qui s'achètent et se vendent leurs produits. Il semble en effet que le développement d'une grappe fournit de nombreux avantages aux nouvelles entreprises, dont entre autres, un réservoir de main-d'œuvre qualifiée et de fournisseurs spécialisés (OCDE, 1998 et Porter, 1990).

3.3. La création proprement dite ou l'action d'entreprendre

La désirabilité d'entreprendre et la faisabilité sont des conditions nécessaires mais non suffisantes pour la création des entreprises. Pour passer à l'action, les entrepreneurs potentiels doivent réunir les moyens et les ressources pertinents au bon moment et au bon endroit. Les ressources peuvent être humaines, financières, matérielles et informationnelles. Les milieux qui offrent une disponibilité raisonnable de ces ressources et un accès intéressant à celles-ci, sont nettement avantageux en termes du niveau de création de nouvelles entreprises.

3.3.1. La localisation

Quand un entrepreneur crée une nouvelle entreprise, il quitte en général une organisation (cas d'intrapreneur ou d'un essaimé). Les caractéristiques de cette organisation que l'on pourrait appeler «incubatrice», influence l'entrepreneuriat de différentes façons.

Tout d'abord, l'organisation incubatrice -à l'instar d'une pépinière- a une influence sur l'emplacement de la nouvelle entreprise. 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, les fournisseurs et obtenir de l'aide de ses proches, comme l'a rapporté l'étude sur les entrepreneurs naissants (Diochon et ali. 2001).

Dans notre cas d'espèce, nous mettrons l'accent sur les pépinières d'entreprises en tant que structure et milieu d'incubation par excellence des entrepreneurs naissants.

3.3.2. La nature des entreprises

Les organisations établies influencent également le type et la nature des entreprises nouvellement créées. C'est le cas en particulier des entreprises de haute technologie où les dernières connaissances dans les domaines technique et commercial sont essentielles à la réussite. 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 incubatrice. 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 (Oakley, 1981).

3.3.3. Les facteurs déclencheurs

L'organisation d'origine semble aussi influencer les motivations de l'entrepreneur. 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.

3.3.4. L'essaimage

Dans son livre récent, Paul-Arthur Fortin (2002) fait une large place à l'importance de l'essaimage dans la création d'entreprises. Il passe en revue les conditions de l'essaimage ainsi que ses avantages et ses retombées. Définit comme le choix délibéré d'un employeur d'appuyer par des mesures variables la création d'entreprises par ses employés (Fortin, 2002), le taux d'essaimage semble varier grandement, même parmi les entreprises d'une même industrie. L'un des facteurs qui semble avoir une influence est la taille de l'organisation incubatrice. L'essaimage formel et organisé est surtout l'affaire des grandes organisations.

Cependant, plusieurs études différentes indiquent que les petites entreprises ont tendance à avoir un taux d'essaimage plus élevé que les grandes entreprises, jusqu'à six fois

plus élevé et ce dans plusieurs cas (Gasse et Malouin, 1992). Dans une petite entreprise, il est plus facile d'acquérir des connaissances dans les principaux domaines comme les technologies, les marchés, les finances et même la gestion. Il y a aussi une part d'auto sélection : les individus choisissant de travailler dans une petite entreprise ont souvent l'esprit d'entreprise plus développé que les autres. 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. Entre autre Mezhoudi (2001) a montré suite à une étude exploratoire du phénomène d'essaimage en Tunisie notamment dans trois régions différentes du sud tunisien à savoir Sfax, Gafsa et Gabes; que l'essaimage en tant que phénomène entrepreneurial dépend plus des spécificités régionales que celles nationales.

3.3.5. La formation d'équipes

Enfin, les organisations incubatrices -à l'instar des pépinières d'entreprises dans notre cas d'espèce- fournissent aussi le cadre qui permet à des équipes d'entrepreneurs de se former. De plus en plus de nouvelles entreprises, en particulier les entreprises axées sur la croissance, sont créées par des équipes de deux personnes ou même plus. Des études américaines indiquent que 40 % des nouvelles entreprises ont été créées en équipes et 60 % d'entre elles dans le domaine de la haute technologie (Cooper et al., 1990).

3.3.6. La présence d'universités

Certains groupes importants d'entreprises à fort potentiel de croissance se sont formées autour des universités notamment dans les pépinières d'entreprises. En Europe généralement et la France spécifiquement, certaines universités, et particulièrement leurs laboratoires de recherche ont servi d'incubateurs pour les étudiants et le personnel qui ont créé leurs propres entreprises. 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. Leur importance relative en tant qu'incubateurs semble varier non seulement selon les universités ou les régions, mais aussi selon les technologies et les secteurs (Doutriaux, 1992).

Dans le contexte tunisien, nous constatons que les pépinières d'entreprises qui sont à proximité des Instituts supérieurs des études technologiques (ISET) constituent une structure d'appui et d'accompagnement pour les entreprises naissantes.

4. Méthodologie et résultat de l'étude

Nous nous proposons de focaliser notre intérêt dans cette recherche qualitative, exploratoire et descriptive vers le profil des entrepreneurs qui sont incubés dans trois pépinières d'entreprises sises aux gouvernorats du sahel tunisien à savoir: Sousse, Ksar Helal et Mahdia. Nous pensons que le problème de la représentativité statistique ne se pose donc pas. Pour ce faire, nous adresser un questionnaire pour tous les entrepreneurs qui sont hébergés et/ou incubés au sein des trois pépinières.

La recherche a été menée dans les gouvernorats de Sousse, Monastir et Mahdia respectivement dans les pépinières de Sousse, de Ksar Helal et de Mahdia (régions du sahel tunisien) auprès d'un échantillon de 37 entrepreneurs accompagnés par les pépinières en question.

Le canevas, autour duquel à été esquissé et structuré le questionnaire, comportait des questions visant à identifier les éléments suivants :

- Caractéristiques des entrepreneurs (âge, état civil)
- La formation
- Les motivations
- Soutien familial
- financement
- Les caractéristiques des entreprises créées
- Les difficultés rencontrées
- Les besoins
- La qualité d'assistance présentée par la pépinière

Avant de scruter minutieusement les résultats de l'étude il est judicieux d'élucider le terrain de l'étude à savoir, les pépinières d'entreprises. En effet, « La pépinière d'Entreprises est une structure d'accueil temporaire proposant des locaux, des aides et des services adaptés aux besoins spécifiques des entreprises nouvellement créées ou en voie de création »⁹³.

Les pépinières représentent « ...donc un environnement d'accueil et d'accompagnement des créateurs d'entreprises devant fournir un appui à la formalisation de leurs projets et une aide au développement de leurs entreprises dans les premières années de leurs activités. Cet accueil se traduit par des conseils et un fort appui logistique dans le but d'améliorer significativement les chances de succès des créateurs d'entreprises. » (Op. Cit.)

4.1. Caractéristiques des entrepreneurs

4.1.1. L'origine des entrepreneurs :

Région	Effectif	Fréquence (%)
Zone rurale	18	48.7 %
Zone urbaine	19	51.3 %

Nous constatons que l'origine des entrepreneurs, notamment leur région, ne constitue pas un critère déterminant quant à l'acte d'entreprendre. Cependant les entrepreneurs issus des zones urbaines présentent une légère prépondérance et ceci s'explique à notre avis par les opportunités d'affaires qui se présentent dans leurs régions. En effet, on constate souvent que les entrepreneurs issus des zones rurales se trouvent obligés de quitter leur régions pour incuber leur entreprises dans les pépinières qui sont généralement dans les grandes villes et à proximité des établissements universitaires notamment les ISET.

4.1.2. L'âge des entrepreneurs:

Age	Effectif	Fréquence (%)	Fréquences cumulées (%)
Moins de 25 ans	3	8.1 %	8.1 %
[25 ;30[ans	26	70.2 %	78.3 %
[30 ;40] ans	8	21.7 %	100 %
Plus que 40 ans	0	0	

⁹³ Définition présentée dans le site des pépinières d'entreprises en Tunisie. Voir le lien suivant: <http://www.tunisieindustrie.nat.tn/pepinieres/home.asp>

Il en découle de ce tableau que 70.2% des créateurs sont des jeunes entrepreneurs dont l'âge est compris entre 25 et 30 ans. Alors que la proportion des entrepreneurs dont l'âge est inférieur à 25 ans, est de 8.1%, ce qui explique le degré d'aversion aux risques pour cette tranche d'âge réputée non expérimentée.

La proportion des entrepreneurs dont l'âge est supérieur à 40 ans est quasiment nulle. Ce qui confirme l'idée que la totalité des entrepreneurs hébergés dans les pépinières d'entreprises sont jeunes avec un âge compris entre 25 ans et 40 ans. Ces résultats sont conformes à ceux de Canada et des États-Unis, qui montre qu'environ deux tiers des entrepreneurs naissants ont un âge entre 25 et 40 ans au moment du démarrage (Reynolds, 1997).

Ceci explique la stratégie visionnaire des pouvoirs publics tunisiens pour promouvoir les jeunes entrepreneurs à créer leurs propres entreprises.

4.1.3. L'état civil des entrepreneurs :

	Effectif	Fréquence (%)
Célibataire	31	83.7 %
Marié	6	16.3 %
Autre	0	0

En fait, 83.7 % des entrepreneurs hébergés dans les pépinières d'entreprises sont célibataires, ce qui traduit les ambitions et l'enthousiasme de ces jeunes de concevoir et bâtir leur avenir. Ce constat nous incite à élucider leur formation pour confirmer s'il s'agit de jeunes diplômés de l'université cherchant à entreprendre pour leur propre compte.

La proportion des entrepreneurs mariés est de 16.3 %, ce qui explique la volonté de cette catégorie d'entrepreneurs, à améliorer leur statut social via la satisfaction de leur besoin d'accomplissement de soi.

En résumé, les entrepreneurs hébergés dans les pépinières d'entreprises, sont d'une part jeunes, et pour la plupart, célibataires n'ayant pas d'engagement outre que la gestion et le développement de leurs entreprises.

4.1.4. Niveau d'étude des entrepreneurs :

	Effectif	Fréquence (%)	Fréquences cumulées (%)
Inférieur à Bac	0	0	0
Bac	0	0	0
Bac+2	0	0	0
Bac+3	10	27 %	27 %
Bac+4	21	56.7 %	83.7 %
Supérieur à Bac+4	6	16.3 %	100 %

On constate de ce tableau que la totalité des jeunes entrepreneurs sont diplômés de l'enseignement supérieur avec des proportions inégales quant à la durée des études sanctionnant les diplômes obtenus. En effet, 27% des entrepreneurs sont réputés être des cadres moyens, titulaires des diplômes sanctionnant 3 années d'études universitaires. 56.7% des jeunes entrepreneurs incubés dans les pépinières d'entreprises sont des maîtrisards, alors que 16.3% des entrepreneurs sont titulaires des diplômes de 3^{ème} cycle.

Ceci s'explique par les encouragements et les incitations d'investissements accordés par les pouvoirs publics à cette catégorie d'entrepreneurs titulaires des diplômes universitaires, et ce pour résorber le problème de chômage des cadres, d'une part, et pour créer de l'emploi grâce aux investissements et aux entreprises créées d'autre part. Il va de soi que, l'investissement est généralement créateur d'emploi (selon J-M. Keynes), et les entreprises créées participent à augmenter la valeur ajoutée de l'économie et donc du produit intérieur brut (PIB) de la nation.

4.1.5. Nature des études universitaires :

	Effectif	Fréquence (%)
Lettres et sc.humaines	6	16.2 %
Sc.Eco et gestion	17	45.9 %
Sc. Tech et info	14	37.9 %

A notre avis la nature des études universitaires constitue un critère déterminant du profil des entrepreneurs incubés au sein des pépinières. De ce fait, il nous semble intéressant de scruter les proportions des spécialités des jeunes entrepreneurs. En effet, 45.9 % des jeunes entrepreneurs sont titulaires des diplômes universitaires en sciences économiques et gestion. A notre avis, ce constat est naturellement judicieux, car cette catégorie d'entrepreneurs dispose du savoir et du savoir-faire nécessaires pour gérer leurs entreprises d'une manière rationnelle et saine.

16.2 % des jeunes entrepreneurs ont pour spécialités les lettres et sciences humaines. Ces entrepreneurs n'ont pas le savoir propice en matière de gestion d'entreprises, mais cela ne les empêche pas d'être soutenus soit par la pépinière ou par des tierces personnes. La proportion des jeunes entrepreneurs ayant une formation universitaire dans le secteur des sciences techniques et informatique, est de 37.9 %. Pour cette catégorie d'entrepreneurs, les opportunités d'affaires sont multiples, surtout avec la révolution numérique en cours et notamment le développement accru des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).

4.2. Les motivations des entrepreneurs

4.2.1. Préférence de la fonction dans le secteur public au détriment du projet :

	Effectif	Fréquence (%)
Oui	18	48.7 %
Non	19	51.3 %

Nous constatons que 51.3% des jeunes entrepreneurs incubés dans les pépinières d'entreprises en Tunisie, préfèrent la fonction publique au détriment de l'action d'entreprendre. Ceci traduit la faible motivation de cette catégorie d'entrepreneurs qui ne se trouve obligée d'entreprendre que sous la pression du problème de chômage ou du fait que leurs familles les incitent à intégrer la population active. Cependant une bonne proportion d'entrepreneurs (48.7%), sont motivés pour entreprendre et créer leurs propres entreprises.

4.2.2. Soumission d'autres projets auprès d'autres structures d'appui à la création ?

	Effectif	Fréquence (%)	Fréquences cumulées (%)
Oui	0	0	0
Non	37	100 %	100 %

Nous soulignons d'après ce tableau, que la totalité des jeunes entrepreneurs hébergés dans les pépinières d'entreprises n'ont pas soumis d'autres projets auprès d'autres structures d'appui à la création d'entreprises. Cependant, il convient de signaler que l'incubation des entrepreneurs dans les pépinières n'est pas systématique. En effet, suite à la soumission du projet sur concours, il sera procédé à la désignation des meilleurs projets pour une éventuelle incubation d'une durée de 3 ans au maximum.

Il en découle de ce tableau, que les jeunes entrepreneurs hébergés dans les pépinières, n'ont pas soumis d'autres projets, ou bien parce qu'ils ont eu des promesses quant à l'incubation de leurs projets, ou bien parce qu'ils ne sont pas motivés quant à la création de leurs entreprises.

4.2.3. Les formations suivies en matière de création d'entreprise :

	Effectif	Fréquence (%)
CEFE⁹⁴ (1)	11	29.7 %
CSCE⁹⁵ (2)	14	37.8 %
CEFE+CSCE	5	13.6 %
Aucune formation	7	18.9 %

Nous constatons de ce tableau que 81.1% des jeunes entrepreneurs ont subi une formation en matière de création d'entreprises, contre 18.9% des entrepreneurs qui n'ont eu aucune formation. Ceci traduit, le souci de l'Etat et des pouvoirs publics d'assister les jeunes entrepreneurs, en les formant en matière de créations d'entreprises, et ce par l'intermédiaire des structures d'appuis.

En outre, il convient de signaler que la durée de formation en matière de création d'entreprises, diffère selon la structure d'appui. Par exemple, concernant la formation CEFE dont la durée est de 21 jours, nous constatons que 29.7% des jeunes entrepreneurs ont opté pour ce type de formation.

4.3. Le financement: Modalités de financement des projets

	Effectif	Fréquence (%)
Autofinancement	14	37.83 %
Prêt auprès des institutions financières	2	5.88 %
Prêt auprès de la BTS	21	61.79 %

⁹⁴ Création d'Entreprise et Formation d'Entrepreneur (CEFE)

⁹⁵ Centre de soutien à la création d'entreprises (CSCE)

Nous constatons que 61.79% des jeunes entrepreneurs recourent aux prêts de la BTS comme modalité de financement de leurs projets; ceci explique le rôle du BTS en tant que structure d'appui pour les jeunes entrepreneurs. Cependant, une bonne proportion des jeunes entrepreneurs, soit 37.83%, assurent un autofinancement pour leurs projets. Cette catégorie de jeunes entrepreneurs tire leurs soutiens financiers auprès de leurs familles généralement aisées. En sus, la proportion des jeunes entrepreneurs qui font recours aux prêts des institutions financières est de 5.88%. Ce faible taux est justifié par le fait que les institutions financières n'accordent pas des crédits pour des jeunes entrepreneurs, surtout en absence des garanties à l'instar des hypothèques et des gages, et notamment en absence de solvabilité.

4.4. Formalisation du projet

4.4.1. L'origine de l'idée :

	Effectif	Fréquence (%)
Spin off	1	2.7 %
Le désir	3	8.1 %
L'expérience	7	18.9 %
Selon les besoins de marché	26	70.3 %

D'après ce tableau, nous constatons que 70.3% des jeunes entrepreneurs s'inspirent des besoins du marché comme origine de l'idée d'entreprendre. Cependant, 18.9% d'entrepreneurs tirent cette envie de leurs propres expériences.

Seule une faible proportion des jeunes entrepreneurs soit 2.7% ont créé des spins offs universitaires et donc ont opté pour l'essaiage comme origine d'idée de création.

En fait, le spin off est créé suite à un projet de fin d'étude et pour conséquent c'est un projet concrétisant une recherche scientifique appliquée.

4.4.2. Elaboration d'un plan d'affaire avant d'entreprendre :

	Effectif	Fréquence (%)
Oui	35	94.9 %
Non	2	5.1 %

Il en découle que la majorité des jeunes entrepreneurs, soit 94.9% ont élaboré un plan d'affaire avant d'entreprendre, contre 5.1% des entrepreneurs qui n'ont pas préétablies un plan d'affaire lors de leurs créations.

Il convient de rappeler que les pépinières exigent pour les soumissionnaires de projets, d'élaborer des plans d'affaires pour donner de fortes chances à leurs projets d'aboutir et d'être hébergés dans les pépinières.

4.5. Caractéristiques des entreprises créées

4.5.1. Le secteur d'activité du projet :

	Effectif	Fréquence (%)
Agricole	1	2.7 %
Industriel	7	18.9 %
Services	29	78.4 %

Il en découle de ce tableau que la plus grande proportion des jeunes entrepreneurs soit 78.4% ont créé leurs entreprises dans le secteur tertiaire à savoir des services. Ce secteur est porteur de développement et d'opportunités d'affaires et ne nécessite pas d'investissement lourd. Cependant 18.9% des entreprises hébergées dans les pépinières sont industriels, contre 2.7% d'entreprises agricoles.

La prépondérance des entreprises de services au détriment de celles industrielles et agricoles s'explique par les opportunités d'affaires qui se présentent plus dans le secteur tertiaire que dans le secteur primaire et secondaire.

4.5.2. Forme juridique de l'entreprise :

	Effectif	Fréquence(%)
SA	0	0
SARL	3	8.1%
SUARL	9	24.3%
Individuelle	25	67.6%

67.6% des entrepreneurs incubés dans les pépinières sont des entreprises individuelles, contre 24.3% d'entrepreneurs qui ont créé des sociétés unipersonnelles à responsabilité limitée (SUARL) et 8.1% d'entreprises hébergées sous forme de société à responsabilité limitée (SARL).

En fait, la forme juridique des entreprises hébergées dans les pépinières d'entreprises, est réputée sous le statut de société de personnes et non de capitaux (0% de sociétés anonymes). L'absence des sociétés de capitaux en général et des sociétés anonymes en particulier est expliquée par le fait que les sociétés anonymes exigent l'existence d'un commissaire aux comptes inscrit dans l'ordre alors que les SARL n'ont l'obligation d'avoir un commissaire aux comptes que si leur capital social dépasse les 20000 dinars. En conséquence, il est légitime de scruter le capital social des entreprises hébergées dans les pépinières.

4.5.3. Montant du capital social :

	Effectif	Fréquence(%)	Fréquences cumulées(%)
K < 10000	12	32.4%	32.4%
[10000 ; 20000 [18	48.6%	81%
[20000 ; 50000]	6	16.2%	97.2%
K > 50000	1	2.8%	100%

Nous pouvons affirmer suite au tableau ci-dessus que 81% des jeunes entrepreneurs disposent d'un capital social compris entre 10000 et 20000 dinars et donc ne sont pas obligés par la loi de disposer d'un commissaire aux comptes pour leurs activités.

Toutefois 16.2% des entreprises hébergés disposent d'un capital social compris entre 20000 et 50000 dinars, contre 2.8% ayant un capital social supérieur à 50000 dinars.

A notre avis, le capital social peut être un critère déterminant quant à la nature du projet, car les entreprises opérant dans le secteur industriel nécessitent plus de capitaux que celles opérant dans le secteur de services.

4.6. La rentabilité du projet :

4.6.1. Chiffre d'affaires réalisé :

	Effectif	Fréquence (%)	Fréquences cumulées(%)
Pas encore	16	43.2 %	43.2 %
CA < 10000	4	10.8 %	54 %
[10000 ; 20000 [6	16.2 %	70.2 %
[20000 ; 50000	9	24.3 %	94.5 %
CA > 50000	2	05.5 %	100 %

Nous soulignons, que 43.2% des jeunes entrepreneurs n'ont pas encore réalisé de chiffre d'affaires, car ce sont de nouveaux hébergés dans les pépinières.

10.8% des entrepreneurs ont réalisé un chiffre d'affaires inférieur à 10000 dinars, contre 16.2% ayant réalisé un chiffre d'affaires compris entre 10000 et 20000 dinars.

24.3% ont obtenu un chiffre d'affaires variant entre 20000 et 50000 TND, alors qu'uniquement 5.5% des entrepreneurs hébergés ont pu déposer les 50000 TND de chiffre d'affaires.

Nous avons pu constater que les entrepreneurs sont retissants quant à la divulgation de l'information relative à leur chiffre d'affaires. En fait, le chiffre d'affaires nous donne une idée claire quant à la continuité et au suivi de l'entreprise. Cependant, le critère du chiffre d'affaires doit être complété par l'analyse de la rentabilité pour qu'il soit plus pertinent.

4.6.2. Rentabilité du projet :

	Effectif	Fréquence (%)
Faible	2	5.4 %
Moyenne	24	64.8 %
Bonne	11	29.8 %

64.8% des entrepreneurs hébergés dans les pépinières d'entreprises stipulent que la rentabilité de leur projet est moyenne, contre 29.8% d'entrepreneurs qui déclarent que cette rentabilité est bonne. Une faible proportion des entrepreneurs, soit 5.4%, indiquent que leur rentabilité est faible.

Nous constatons alors, que la rentabilité est réputée globalement faible ou moyenne du fait que les entreprises hébergées sont dans leurs premières années d'activité et n'ont donc ni réalisées leur chiffre d'affaires critique, ni atteint leur seuil de rentabilité.

4.7. Degré de satisfaction envers l'aide et l'accompagnement de la pépinière :

	Effectif	Fréquence (%)
Suffisant	16	43.2 %
Peu suffisant	11	29.7 %
Non suffisant	10	27.1 %

Il convient de souligner du tableau ci-dessus, que l'aide et l'assistance présentées par les pépinières d'entreprises sont réputées suffisantes pour 43.2% des entrepreneurs, contre 29.7% qui stipulent que cette assistance est « peu suffisante ».

Alors que 27.1% des entrepreneurs voient que l'aide des pépinières est non suffisante.

Ces constats montrent que les attentes et les aspirations en termes de soutien auprès des pépinières en tant que structure d'accompagnement pour les entrepreneurs sont loin d'être exaucées. Le souci de ces jeunes entrepreneurs est avant tout d'être soutenu pour les premières années de leurs activités.

4.8. Les besoins des entrepreneurs :

	Effectif	Fréquence (%)
Formation	7	18.9 %
Informations	5	13.6 %
Financement	18	48.6 %
Accompagnement	7	18.9 %

Les besoins des jeunes entrepreneurs diffèrent d'une catégorie à l'autre. En fait, 48.6% des entrepreneurs hébergés ont soulevé un besoin de financement, contre 18.9% d'entrepreneurs qui ont manifesté un besoin de formation alors que 13.6% d'entrepreneurs sont encore à la recherche d'informations.

Cependant, 18.9% d'entrepreneurs manifestent un intérêt pour l'accompagnement pour le déroulement de leurs activités.

En fait, le financement constitue le besoin prépondérant recherché par les jeunes entrepreneurs hébergés dans les pépinières. Ceci s'explique par le souci majeur des entrepreneurs à la croissance de leurs activités.

4.9. L'utilisation des NTIC par les entrepreneurs :

	Effectif	Fréquence(%)
Oui	11	29.72%
Non	26	70.28%

Nous signalons d'après ce tableau et ce graphique, que 70.28% des jeunes entrepreneurs hébergés dans les pépinières d'entreprises, utilisent les Nouvelles Technologies de l'Information et de Communication dans leurs activités, alors que 29.72% des entrepreneurs n'utilisent pas ces NTIC.

Nous affirmons que la majorité des entrepreneurs ne sont pas en marge par rapport à la révolution numérique en cours. En effet, ils utilisent les NTIC dans leurs activités et ont souvent un accès facile à ces NTIC.

5. Conclusion

Notre travail ne prétend pas formuler une typologie généralisable de l'entrepreneuriat en Tunisie, mais plutôt il s'agit d'avoir une description dynamique des catégories d'entrepreneurs qui sont accompagnés par les pépinières d'entreprises.

Nombreuses sont les questions qui demeurent sans réponses et qui serviront d'éléments explicatifs de ce phénomène: Quelles sont les caractéristiques du management entrepreneurial tunisien? Sont-ils innovateurs au sens schumpetérien? Est-ce qu'ils pourraient relayer d'emblée le rôle de l'Etat dans les domaines de l'emploi et de la formation? Dans quelle mesure les entrepreneurs et l'Etat tunisien pourront résister aux contraintes de la concurrence étrangère qui prend de plus en plus d'extension?

Bibliographie

- Ajzen I. (1991) «The theory of planned behavior». *Organizational and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- Bruyat C. (1993) «Création d'entreprises: contributions épistémologiques et modélisation». Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion. Grenoble.
- Chihi Y. «Entrepreneuriat et migration: le cas de sud-ouest tunisien». Document disponible via le lien suivant: <http://jeunes-et-societes.cereq.fr/PDF-RJS2/CHIHI.pdf>.
- 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.
- Denieul P- N. (1995) «entrepreneurs et entreprises au Maghreb: De l'inventaire des thèmes à l'identification d'un champ», *Correspondances I.R.M.C. Tunis*, Septembre- Octobre, n° 34-35, 1995, p. 9- 14.
- Denieul P- N. (1992) «Les entrepreneurs de développement, l'éthno-industrialisation en Tunisie, l'exemple de Sfax», l'Harmattan.
- Diochon, M., Gasse, Y. & Menzies, T., "Attitudes and Entrepreneurial Action: Exploring the Link", Paper presented to the ASAC Conference, Winnipeg, Manitoba, May 2002.
- Diochon, M., Gasse, Y., Menzies, T.V., & Garand, D., "From conception to inception: Initial findings from the Canadian study on entrepreneurial emergence", *Proceedings of 14 the Administrative Sciences Association of Canada*, London, Ontario, May 27-29, .2001, pp. 41-51.
- Doutriaux, J. (1992) «Interaction entre l'environnement universitaire et les premières années des entreprises essaimantes canadiennes», *Revue Internationale PME*, Vol. 5, No. 2, 1992, p.7-35.
- Drucker, P.F. (1985) «Innovation and Entrepreneurship». Harper & Row, 1985.
- Elloumi W. (2000) «Etude comparative des environnements propices ou hostiles à la création d'entreprise: cas de Sfax et Gafsa». *Les Cahiers de l'ERGE* n°7.
- Filion, L. J. (2002) «Savoir entreprendre: douze modèles de réussite, Montréal» Les Presses de l'Université de Montréal.
- Fortin, P.A. (2002) «La culture entrepreneuriale: un antidote à la pauvreté». Québec. Les Éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship.
- Gasse, Y., «Functional Diversity in University Entrepreneurship Development: The Laval University Model», in Teresa V. Menzies (ed.), *Entrepreneurship and the Canadian Universities*, St. Catharines, Ont., Brock University, chapter 11, 2002, p. 71- 76.

- Gasse, Y., Diochon, M., & Menzies, T.V., « Entrepreneurs naissants au Canada : la trame des deux premières années », Actes du 19ième Colloque du Conseil Canadien de la PME et de l'Entrepreneuriat, Halifax, 2002.
- Gasse, Y., Diochon, M., & Menzies, T.V., « Étude nationale sur le processus de démarrage d'une entreprise », Document de Travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval, 8 pages, automne 2002.
- Gasse, Y., Diochon, M., & Menzies, T.V., « Les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise : une étude longitudinale », Actes du 6ième Congrès International Francophone sur la PME, Montréal, HEC, 2002.
- Gasse, Y. et D'Amours, A., « Profession: Entrepreneur ». Les Éditions Transcontinentales, 2000.
- Gasse, Y., « Les chercheurs-entrepreneurs canadiens : profil et entreprises », Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval, 15 pages, 2000.
- Gasse, Y., « Les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME », Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval. 137 pages, 1998.
- Gasse, Y. et Malouin, J.L., « L'innovation technologique dans les PME manufacturières, L'Institut de Recherches Politiques, Québec, 1992.
- Gélinier O. (1998) « Les 40 idées fausses qui freinent la France », éd. Maxima / PUF.
- Granmaison, J. (2000) « Les pionniers de l'entrepreneurship beauceron », Québec, Les Éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship.
- Krueger, N. (2000) « The cognitive infrastructure of opportunity emergence », Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 24, p. 5-23.
- Menzies, T. V., Gasse, Y., Diochon, M. & Garand D. (2002) "Nascent Entrepreneurs in Canada An Empirical Study", Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, June 2002.
- Mezhoudi L. (2001) « L'essaimage d'entreprises et l'appropriation de la Technologie, spécificités régionales, spécificités nationales: Cas de la Tunisie ». Thèse de Doctorat, ISG de Tunis.
- Oakey, R.P. (1981) "High Technology Industry and Industrial Location, Aldershot, Gover.
- OCDE (1998), « Stimuler l'Esprit d'Entreprise », Paris, France.
- Porter, M. (1990) "The Competitive Advantage of Nations". New York. The Free Press.
- Reynolds, P. D., Storey, D. J., & Westhead, P. (1994) "Regional characteristics affecting entrepreneurship: A cross-national comparison", Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA.
- Reynolds, P. (1997), "Who Starts New Firms?", Small Business Economics, Vol. 9, No. 1.
- Reynolds, P. & Storey, D. (1993) "Regional Characteristics Affecting Small Business Formation". Cahiers ILE, No. 18, OCDE, 1993.
- Saporta B. (2003) « Préférences théoriques, choix méthodologiques et recherche française en Entrepreneuriat: un bilan provisoire des travaux entrepris depuis dix ans ». Revue de l'Entrepreneuriat - Vol 2, n°1.
- Verstraete T. (2001) « Entrepreneuriat: modélisation du phénomène ». Revue de l'Entrepreneuriat - Vol 1, n°1.
- Zghal R. (2002) « Sfax, district industriel ». Document disponible via le lien suivant: <http://www.epi-entrepreneurship.com/doc/ZGHAL.pdf>.