

Proposition d'une typologie des entrepreneurs accompagnés par les pépinières d'entreprises en Tunisie.

Raouf JAZIRI^{1, 2, 3}

Issam Ben HASSEN^{4, 5}

Abstract

Cette communication se voulait une occasion pour faire les points 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, mais qu'il est possible de faire émerger chez elles 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 en autant 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 des moyens d'interventions capables de stimuler une culture entrepreneuriale porteuse de développement au sein de cette structure.

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

¹Enseignant à l'Institut Supérieur des Etudes Technologiques de Sousse, Tunisie, Raoufdjaz@yahoo.fr

²Unité de recherche: Entrepreneuriat et développement international (IHEC de Sousse).

³Réseau «Maghrébin pour l'intégration de la science de la technologie dans le développement» (MAGHTECH), et membre à APREIS. www.apreis.org

⁴Enseignant à l'Institut Supérieur des Etudes Technologiques de Sousse.

⁵Coordinateur de la pépinière d'entreprises de Sousse.

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. Conséquemment, 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 ce qui, témoigne l'émergence accrue des petites et moyennes entreprises.

En fait, plusieurs indicateurs justifient l'encouragement et l'exhortation 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 dédié aux futurs entrepreneurs.

Dans cette perspective, nous essayons 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 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. En fait, les entrepreneurs incubés dans les pépinières ne présente 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: 11).

Cette communication se voulait 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 étant 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 typologie 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.), 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, trois écoles de pensée qui nous semblent devoir 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 Terry 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

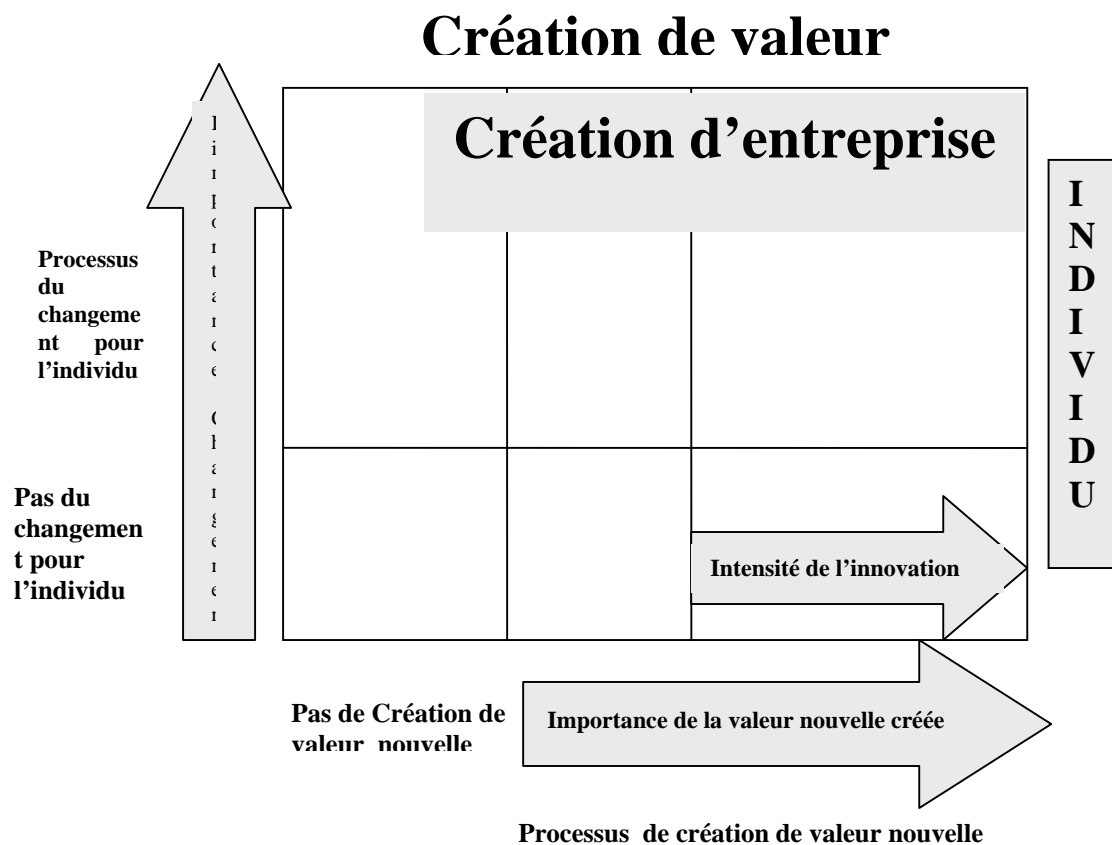
La deuxième conception, basée sur la notion d'opportunité entrepreneuriale, est ancrée dans les travaux fondateurs de Shane et Venkataraman. Le champ de l'entrepreneuriat est défini, ici, comme « l'examen approfondi de comment, par qui et avec quels résultats sont découvertes, évaluées et exploitées 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, mais il s'agit, ici, de 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. De plus, cette approche préconise de se focaliser sur un processus d'exploitation d'une opportunité qui va déboucher sur la création d'un produit ou d'un service. Il nous semble que l'entrepreneuriat pourrait aussi tirer

bénéfice de l'étude de processus n'ayant pas abouti, dès lors que l'objectif est de mieux comprendre ce qui se passe dans des situations entrepreneuriales.

2.3. La dialogique individu/création de valeur

La troisième conception est celle avancée par 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 Edgar 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 :



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 place prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...), nous avons :

« Création de valeur €individu »

L'objet scientifique considéré ici est le système entrepreneurial ou la dialogique individu €création de valeur nouvelle. Par convention, le symbole «€» implique qu'il y a une dialogique entre deux entités, qu'elles forment un système qui ne peut pas être scindé si l'on veut pouvoir le comprendre, même si, pour des raisons de commodité, on est parfois amené à analyser cette dialogique en isolant ses composantes. Ce système est en interaction avec son environnement et se trouve « embarqué » dans un processus où le temps constitue une dimension incontournable. De plus, ce système est capable d'apprendre et de créer, il est également doté d'intention. Il s'inscrit dans un processus au cours duquel il est susceptible de se transformer.

On retrouve dans cette conception du phénomène les principales dimensions mises en évidence par de nombreux chercheurs : l'individu, l'objet créé (une organisation et/ou une innovation), l'environnement et le processus. La seule différence est que le couple individu- objet forme une dialogique et que celle-ci est au centre des préoccupations de recherche. De plus, cette dialogique est influencée par l'environnement lointain ou proche et peut interagir avec lui.

3. L'influence de l'environnement sur l'entrepreneur et l'action entrepreneuriale

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 innoveront 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.

Le message important ici, est que l'entrepreneuriat 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. Nous présentons 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

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). 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. La même constatation a été faite récemment par Diochon et ses collègues (Diochon et ali. 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.

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. Ces influences se retrouvaient aussi dans plusieurs pays (Etats-Unis, France, Grande-Bretagne, Suède, Allemagne, Italie).

Entre autre l'étude menée dans le contexte tunisien par Mezhoudi en 2000 -dans le cadre de ses recherches doctorales-, notamment sur la création d'entreprises par essaimage, dans les régions de Sfax, Gafsa et Gabes, montre que le milieu immédiat influence largement la création d'entreprises d'une région à l'autre et ce, par l'inégalité des opportunités d'affaires qui se présentent d'un milieu à l'autre.

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 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. 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. Le niveau de compétence peut conditionner l'efficacité personnelle perçue dans l'accomplissement des tâches requises. De façon générale, les perceptions de compétence peuvent fortement influencer la vision de la personne quant à savoir si une situation donnée est maîtrisable. Si cette personne se perçoit comme compétente, elle aura tendance à mieux considérer une action, comme la création d'une entreprise, comme faisable (Krueger, 2000).

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. Les entrepreneurs qui mettent sur pied des entreprises à fort potentiel de croissance s'engagent dans un processus qui exige leur créativité et leur participation entière et totale. L'entrepreneur qui réussit à lancer une entreprise démontre un haut niveau de détermination et de constance dans la solution des divers problèmes et des difficultés rencontrés. Il ne se laisse pas intimider par la complexité des situations. L'entrepreneur est fortement convaincu et engagé dans ses actions (Gasse et D'Amours, 2000). 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.

En résumé, l'entrepreneur type a un fort besoin de réalisation personnelle; il a confiance en lui; il aime les risques modérés; et il est plein d'énergie et de motivation. Il est certes évident que l'ensemble de ces caractéristiques ne se retrouvent pas toutes à un degré élevé chez un entrepreneur en particulier. Même si ces dimensions se conjuguent pour produire un effet commun et qu'elles semblent se compléter, c'est un fait que chaque être humain demeure un être complexe dont la personnalité est unique. Il n'est pas impératif à la réussite de posséder toutes ces caractéristiques, cependant, il est souhaitable d'en favoriser l'émergence et le développement chez les entrepreneurs potentiels (si on considère qu'elles ont été identifiées chez les entrepreneurs qui ont connu le succès).

L'effet combiné de ces caractéristiques pourra influencer non seulement la désirabilité d'entreprendre mais aussi la rapidité et l'intensité des actions entrepreneuriales.

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, environ les deux tiers 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; les plus âgés, eux ont des contraintes familiales et professionnelles.

Nous traitons l'effet de l'âge et de l'expérience sur les jeunes entrepreneurs en Tunisie dans notre étude empirique.

Ces constatations indiquent donc 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 différents 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 qu'il a 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, souvent dans ces milieux, l'entrepreneuriat est vu comme un mode de vie reconnu et valorisé (Reynolds, 1997). L'importance des perceptions de faisabilité d'un projet d'entreprise chez les entrepreneurs naissants a été démontrée par Diochon et ses collègues (Diochon et al. 2002), en faisant la comparaison avec un groupe contrôle de personnes n'ayant pas l'intention de créer une entreprise. Les résultats confirment de façon significative que les entrepreneurs naissants perçoivent plus positivement la faisabilité de démarrer une entreprise que les autres.

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. Malheureusement, cette dimension socioculturelle du processus entrepreneurial apparaît moins tangible et plus mystérieuse que les constituants économique psychologiques. C'est peut-être moins évident, mais c'est tout aussi fondamental.

Ainsi, l'attitude vis-à-vis de l'investissement dans les nouvelles entreprises technologiques peut grandement évoluer avec le temps. 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 leur région (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. L'importance des réseaux formels et informels a été largement soulignée dans l'étude sur les entrepreneurs naissants (Diochon et ali. 2001, et Gasse et ali. 2002).

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'oeuvre qualifiée et de fournisseurs spécialisés (OCDE, 1998 et Porter, 1990). Dans le domaine de la haute technologie, par exemple, la possibilité de travailler en relation étroite avec les clients est parfois essentielle (Gasse, 2000). Un autre avantage est la création, parmi les comptables, les banquiers, les avocats et les ingénieurs de la région, d'une expertise spécifique, axée sur les besoins particuliers des petites entreprises à potentiel de croissance (Reynolds, 1993).

Dans son étude sur l'entrepreneuriat, l'OCDE (1998) souligne que les regroupements ou « pôles » d'entreprises offrent des attraits particuliers aux yeux des entrepreneurs. Par exemple, grâce à la forte spécialisation que permettent ces regroupements, l'entrepreneur individuel peut lancer une entreprise consacrée à un aspect bien délimité d'un secteur d'activité donnée, abaissant ainsi les obstacles à l'entrée d'une nouvelle entreprise. De plus, comme les regroupements comptent souvent des acheteurs et des vendeurs à différents points de la chaîne de production, la pression vers l'innovation est forte et les conditions nécessaires pour innover sont souvent réunies.

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 avantagés 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 et les fournisseurs et obtenir de l'aide de ses proches, comme l'a rapporté l'étude sur les entrepreneurs naissants (Diochon et ali. 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. Dans leur étude sur les entrepreneurs naissants Gasse et ses collègues (Gasse et ali. 2002) ont observé que 80% avaient localisé leur entreprise dans leur résidence personnelle, ou encore dans un bâtiment à proximité.

Dans notre cas d'espèce, nous mettons l'accent sur les pépinières d'entreprises 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 leur entreprise à la suite de difficultés internes ou de changements dans l'organisation d'origine.

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. Plusieurs études de l'OCDE ont fait allusion à l'ensemble de ces facteurs déclencheurs dans la stimulation de l'entrepreneuriat (OCDE, 1998).

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. Défini 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 plus élevé d'essaimage que les grandes entreprises, jusqu'à

six fois plus élevé dans plusieurs cas (Gasse et Malouin, 1992). Dans une petite entreprise, c'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 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 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. En fait, des études américaines indiquent que 40 % des nouvelles entreprises sont créées par des équipes et que c'est 60 % dans le cas de la haute technologie (Cooper et al., 1990); on indique aussi que les entreprises créées par des équipes réussissent mieux dans l'ensemble. La complexité actuelle des technologies, des marchés et de la gestion requiert une variété de compétences. L'étude des chercheurs entrepreneurs (Gasse, 2000) montre que l'équipe de gestion et l'équipe de chercheurs sont considérées comme des composantes fort importantes dans un projet de création d'entreprises technologiques. Dans le même ordre d'idées, Louis-Jacques Fillion (2002), dans son livre « Savoir entreprendre », présente des cas d'entreprises dont plusieurs doivent leur succès aux équipes d'entrepreneurs.

3.3.6. La présence d'universités

Certains, mais pas tous, parmi les groupes importants de nouvelles 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 – certains laboratoires gouvernementaux peuvent aussi avoir le même effet - ont servi d'incubateurs pour les étudiants et le personnel qui ont créé leur entreprise. 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 entrepreneurs naissants.

4. Quel processus pour l'action entrepreneuriale ?

Il n'existe pas de modèle universel du processus entrepreneurial. On peut cependant observer au moins trois étapes reconnues, l'idée, le projet et l'entreprise, qui sont

autant de phases de développement que des moments stratégiques dans la vie de l'entrepreneur. Pour stimuler l'entrepreneuriat dans un milieu, encore faut-il connaître la dynamique de la trame entrepreneuriale afin de mieux cibler les interventions.

4.1. L'idée

Les origines et les sources d'idée sont multiples et pas toujours évidentes. Cependant, on sait qu'en France 95% des entrepreneurs oeuvrent dans des domaines dans lesquels ils ont une expérience ou encore une bonne connaissance soit des marchés, des technologies ou de l'industrie. Il semble aussi que 45% des entrepreneurs français ont trouvé leur idée d'entreprise dans leur emploi antécédent (Gasse et D'Amours, 2000). Plus de 15% des entrepreneurs en France ont lancé leur entreprise dans des domaines reliés à leurs hobbies et loisirs, et aussi aux sports. Les domaines d'étude et de formation sont aussi des sources importantes d'idées d'affaires. Ainsi, ce sont surtout les talents et les connaissances particulières des individus qui sont à la base des idées d'affaires.

Cependant, toutes les bonnes idées ne sont pas toutes de bonnes occasions d'affaires; les idées sont inutiles à moins d'être utilisées. L'idée est une condition nécessaire mais non suffisante pour la création d'entreprise. En fait, l'occasion d'affaires doit être une idée ou un concept faisable, qui correspond à un besoin, ajoute de la valeur, se démarque et implique une commercialisation propice et appropriée. Ce sont surtout les compétences entrepreneuriales et managériales qui sont cruciales pour transformer une idée en occasion d'affaires et en entreprise ; c'est pourquoi l'idée doit être désirable personnellement et socialement.

4.2. Le projet

Si une grande majorité de personnes peuvent avoir des idées d'entreprise, à peine 2% de la population canadienne s'implique activement dans un projet d'entreprise (Gasse et ali 2002). Encore une fois, les raisons pour donner naissance à un projet d'entreprise relèvent à la fois de facteurs personnels et des influences du milieu. Encore là, les projets doivent rencontrer certains critères afin de tenir la route. La faisabilité du projet d'entreprise tourne surtout autour de son potentiel de commercialisation, sa rentabilité prévue, son adéquation avec les grandes tendances et sa possibilité de gestion. En d'autres termes, ce n'est qu'après certaines vérifications et des essais répétés qu'on peut raisonnablement prétendre à la mise en place de l'entreprise.

4.3. L'entreprise

Habituellement, une entreprise est opérationnelle à partir du moment qu'elle génère des revenus ; dans la nouvelle économie, cependant, certaines entreprises sont considérées en affaires sans produire de ventes pendant de longues périodes. Dans leur étude sur les entrepreneurs naissants (Gasse et ali. 2002) ont observé qu'après un an, seulement 34% de ceux qui travaillaient activement sur un projet d'entreprise avaient en fait une entreprise opérationnelle; les autres étaient, soit toujours impliqués dans leur projet (37%), l'avaient mis temporairement de côté (14%) ou encore avaient totalement abandonné (15%).

Les principales raisons pour ne pas créer l'entreprise, sont, soient personnelles, comme le manque de temps ou d'intérêt, ou d'affaires, comme les difficultés financières ou de clientèle. La plupart des entreprises créées se retrouvent principalement dans les services de proximité, le commerce de détail et les services aux entreprises.

Les milieux sont surtout à la recherche d'entreprises innovantes, citoyennes, modernes et satisfaisantes pour les besoins de création d'emplois et de richesse collective. Pour y arriver, des stratégies d'intervention particulières qui favorisent l'innovation et le développement des personnes doivent être mises de l'avant. Compte tenu cependant de la disparition des frontières et de la grande mobilité de la matière grise, la grande majorité des localités et des régions se retrouvent souvent en concurrence pour susciter les vocations d'entrepreneurs, les attirer et les garder dans leur patelin.

5. 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, Kasr 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 Kasr Helal et de Mahdia (régions du sahel tunsien) 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 civile)
- 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 »⁶.

Les pépinières représente « ...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.)

5.1. Caractéristiques des entrepreneurs

PT⁶ TPDéfinition présentée dans le site des pépinières d'entreprises en Tunisie. Voir le lien suivant: <http://www.tunisieindustrie.nat.tn/pepinieres/home.asp>

5.1.1. 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 quand 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. Alors 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.

5.1.2. 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	

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 nul, ce qui témoigne que la totalité des entrepreneurs hébergés dans les pépinières d'entreprises sont jeunes et dont l'âge est 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.

5.1.3. 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 hors de tout autre engagement familial. Ce constat nous incite à élucider leur formation pour confirmer s'il s'agit des 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 immense, de cette catégorie d'entrepreneurs, à améliorer leur statut social et financier 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 d'autre part, célibataires n'ayant pas d'engagement outre que la gestion et le développement de leurs entreprises.

5.1.4. 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 %

Il va de soit, 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 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 créés d'autre part. il va de soit que, l'investissement est généralement créateur d'emploi (selon J-M. Keynes), et les entreprises créés participent à augmenter la valeur ajoutée de l'économie et donc du produit intérieur brut (PIB) de la nation.

5.1.5. 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 disposent du savoir et du savoir-faire nécessaires pou gérer leur entreprises d'une manière rationnelle et saine.

16.2 % des jeunes entrepreneurs ayant pour spécialités lettres et sciences humaines, ces entrepreneurs n'ont pas le savoir propice en matière de gestion d'entreprises, mais ça n'empêche qu'ils peuvent 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 communication (NTIC).

5.2. Les motivations des entrepreneurs

5.2.1. 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 se trouve obliger d'entreprendre sous la pression du problème de chômage ou de leurs familles qui les incitent d'intégrer la population active. Cependant une bonne proportion d'entrepreneurs (48.7%), sont motivés pour entreprendre et créer leurs propres entreprises.

5.2.2. 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, suite à la soumission du projet, mais il s'agit d'un concours pour choisir les meilleurs projets pour une éventuelle incubation pour 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 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.

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

	Effectif	Fréquence (%)
CEFE⁷ (1)	11	29.7 %
CSCE⁸ (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 subis une formation en matière de création d'entreprises, contre 18.9% des entrepreneurs qui n'ont subis aucune formation.

Ceci traduit, le souci de l'Etat et des pouvoirs publics d'assister les jeunes entrepreneurs, en les formant en matière de création d'entreprises, et ce par l'intermédiaire des structures d'appui.

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, concernent la formation CEFE dont la durée est de 21 jours, nous constatons qu'il y a 29.7% des jeunes entrepreneurs qui ont opté pour ce type de formation.

5.3. Le financement: Modalités de financement des projets

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

Nous constatons que 61.79% des jeunes entrepreneurs recourent aux prêts auprès du 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 leur soutien financier 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.

PT⁷ TPCréation d'Entreprise et Formation d'Entrepreneur (CEFE)

PT⁸ TPCentre de soutien à la création d'entreprises (CSCE)

5.4. Formalisation du projet

5.4.1. 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 ont prouvé, comme origine de l'idée d'entreprendre, auprès de leurs expériences.

Alors qu'une faible proportion des jeunes entrepreneurs soit 2.7% ont créé des spin off universitaires et donc ont opté pour l'essaimage 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.

5.4.2. 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 des fortes chances à leurs projets d'aboutir et d'être hébergés dans les pépinières.

5.5. Caractéristiques des entreprises créées

5.5.1. 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. Car ce secteur est porteur de développement et d'opportunités d'affaires et ne nécessitent 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 présente plus dans le secteur tertiaire que dans le secteur primaire et secondaire.

5.5.2. 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 d'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, cependant les SARL n'ont pas l'obligation d'avoir un commissaire aux comptes uniquement si leur capital social dépasse 20000 dinars. En conséquence, il est légitime de scruter le capital social des entreprises hébergées dans les pépinières.

5.5.3. 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 hébergées 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 et ce ou les équipements nécessaires.

5.6. La rentabilité du projet :

5.6.1. 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 qui n'ont pas encore réalisé du chiffre d'affaires, car ce sont des nouveaux hébergés dans les pépinières.

10.8% des entrepreneurs ont réalisé un chiffre d'affaires inférieur à 10000 dinars, contre 16.2% ayant réalisés un chiffre d'affaires compris entre 10000 et 20000, et 24.3% qui ont obtenus un chiffre d'affaires varient entre 20000 et 50000 TND, alors que uniquement 5.5% des entrepreneurs hébergés qui ont pu déposer les 50000 TND de chiffre d'affaires.

Nous avons pu constaté que les entrepreneurs sont ré tissent 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 la suivie de l'entreprise. Cependant, le critère de chiffre d'affaires doit être complété par l'analyse de la rentabilité pour qu'il soit pertinent.

5.6.2. 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, alors qu'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, car les entreprises hébergées sont dans leurs premières années d'activité et donc n'ont pas encore réalisé leur chiffre d'affaires critique, et donc n'ont pas encore atteint leur seuil de rentabilité.

5.7. 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 stimulent 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 terme de soutien auprès des pépinières en tant que structure d'accompagnement pour les entrepreneurs, sont loin d'être exaucées, car le souci de ces jeunes entrepreneurs étant d'être soutenus pour les premières années de leurs activités.

5.8. 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 qui sont encore à la recherche de l'information.

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 moyen des entrepreneurs à la croissance de leurs activités.

5.9. 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, mais plutôt, ils utilisent les NTIC dans leurs activités et pour conséquent ils ont un accès facile à ces NTIC.

6. Conclusion

Notre travail ne prétend pas formuler une typologie généralisable de l'entrepreneuriat en Tunisie, mais plutôt il s'agit d'une proposition qui touche une certaine catégorie 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 d'emploi et de formation ? Dans quelle mesure les entrepreneurs et l'Etat tunisien pourront résister aux contraintes de la concurrence étrangère qui prennent de plus en plus d'extension ?

Bibliographie

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/CHIH1.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.

Denieuil 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.

Denieuil 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.

Eloumi 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., (2002) « 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., (2002 a) « Entrepreneurs naissants au Canada : la trame des deux premières années », Actes du 19^{ième} Colloque du Conseil Canadien de la PME et de l'Entrepreneuriat, Halifax, 2002.

Gasse, Y., Diochon, M., & Menzies, T.V., (2002 b) « 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., (2002 c) « Les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise : une étude longitudinale », Actes du 6^{ième} Congrès International Francophone sur la PME, Montréal, HEC, 2002.

Gasse, Y. et D'Amours, A., (2000) « Profession: Entrepreneur ». Les Éditions Transcontinentales, 2000.

Gasse, Y., (2000) « Les chercheurs-entrepreneurs canadiens: profil et entreprises », Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval, 15 pages, 2000.

Gasse, Y., (1998) « 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., (1992) « 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>.