
Chapitre 1 : Sensibilisation à l'entrepreneuriat et à la culture entrepreneuriale

Durant ces dernières années, il est argué que l'entrepreneuriat et l'entreprise sont devenus des facteurs importants et critiques de la compétitivité et de la croissance à long terme des économies des pays. Tous les pays se sont penchés à la recherche des façons de promouvoir et faciliter une dynamique d'entrepreneuriat et une culture entrepreneuriale vibrante et éveilleuse de potentialités pour stimuler plus d'activités entrepreneuriales. Ainsi, augmenter les niveaux et les taux d'activités entrepreneuriales nécessite des entrepreneurs, hommes ou femmes preneur(se)s de décisions pour créer et développer leurs entreprises.

Nul ne saurait aujourd'hui mettre en doute le rôle primordial que jouent les entrepreneurs et leurs entreprises (petites, PME et grandes) dans le système économique mondial. Ces entrepreneurs sont aujourd'hui perçus comme étant les piliers de l'économie de marché et leurs activités, comme créatrices de valeur, d'emplois et d'avantages pour les consommateurs.

La culture entrepreneuriale prévalant dans un milieu apparaît comme un des facteurs les plus susceptibles d'influencer la propension d'une personne à créer, reprendre une entreprise et plus généralement à entreprendre dans des domaines social, culturel, sportif, et associatif autre que le domaine économique.

Désormais, il s'agit plus généralement de reconnaître l'entrepreneuriat comme une aptitude de base qui peut être acquise dans le cadre de l'apprentissage tout au long de la vie.

1 LES 3E : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

Les termes en E viennent du verbe entreprendre. Si on se réfère au dictionnaire Larousse, étymologiquement, entreprendre signifie :

- Se mettre à faire une chose ;
- Commencer la réalisation ou l'exécution (de quelque chose) *Synonyme* : engager ;
- « prendre entre » : notion d'intermédiation.

Entreprendre ne correspond ni à une position ni à un statut social (être chef d'entreprise, CEO, PDG, ne suffit pas pour être entrepreneur), mais une fonction que l'on oppose souvent à celle de management. Entreprendre peut s'envisager à un niveau individuel ou collectif (groupe, organisation, etc.). Il correspond à une diversité de situations et de pratiques : entreprendre pour son propre compte ; entreprendre pour le compte d'une entreprise (intraprendre) ; entreprendre pour le compte de la société en général (actions humanitaires et de bénévolat, associatives,...).

Bref, entreprendre ne s'applique pas uniquement qu'aux activités d'affaires, mais aussi à toute activité humaine.

1.1 L'ENTREPRISE

L'entreprise peut être définie de différentes façons :

- Entité autonome qui produit des biens et des services marchands : Synonyme : firme. Créer une entreprise ; entreprise publique, petites et moyennes entreprises.
- Projet, action ou réalisation plus ou moins complexes. Synonyme : Tentative, aventure, manœuvre, essai. Le succès est une entreprise de longue haleine.
- Travail : opération, oeuvre

La notion d'entreprise est liée à celle du risque, de l'initiative et celle de l'utilisation nouvelles de ressources et de capital (recombinaisons de ressources).

Le terme d'entreprise est utilisé aussi dans « *le monde de l'entreprise* » pour décrire l'ensemble représentatif des entités autonomes productrices de biens et de services marchands.

1.2 L'ENTREPRENEUR

Selon le Grand Dictionnaire¹, l'entrepreneur est défini comme étant une « *personne ou groupe de personnes qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en oeuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit* ».

L'entrepreneur, c'est quelqu'un qui sait percevoir (identifier, sélectionner et exploiter) une opportunité et créer une organisation pour l'exploiter. Il contribue à la création de valeur nouvelle

Entrepreneur, est une fonction, et non pas un statut social. L'entrepreneur ne peut l'être, nous semble-t-il, qu'à travers ce qu'il fait (et aussi, où et comment il le fait). Est entrepreneur, par conséquent, celui qui entreprend.

L'entrepreneur un rôle irremplaçable dans l'économie et la société. Il est son ferment, puisque, d'une part, il crée des entreprises et des emplois, ensuite, il introduit des innovations de rupture comme des innovations incrémentales, et enfin, il participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.

L'entrepreneur est souvent étroitement associé aux termes de prise de risque, d'innovation, et de proactivité (anticipations des événements), et chasseur d'opportunités d'affaires. Il est un agent de changement.

1.3 L'ENTREPRENEURIAT

L'entrepreneuriat est un terme à l'origine issu du terme d'entrepreneur qui est passé à la langue anglaise : entrepreneurship.

Selon l'office québécois de la langue française, l'entrepreneuriat est défini comme la « *fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises* ».²

En tant que phénomène économique et social, les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société sont considérables et ils concernent :

- la création d'entreprises et le renouvellement du parc dans les différents domaines d'activités,
- la création d'emploi comme une réponse aux problèmes,
- l'innovation et les opportunités innovantes,

¹ <http://www.granddictionnaire.com/>.

² <http://www.olf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/officialisation/terminologie/fiches/1298933.html>

- le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations (prise d'initiative, prise de risque, orientation vers les opportunités, réactivité ou flexibilité...)
- et l'accompagnement de changements structurels au niveau de l'environnement politique, technologique, social ou organisationnel (exemple du secteur tertiaire, l'internet, les TIC...).

2 LES 3C : CULTURE, CULTURE D'ENTREPRISE ET CULTURE ENTREPRENEURIALE

Dans cette section, il s'agit de distinguer les notions de culture, de culture d'entreprise et de culture entrepreneuriale.

2.1 LA CULTURE

La culture est définie comme étant un ensemble d'informations partagé et transmis entre des individus et des générations d'individus. C'est un socle de références portant sur des valeurs, des aspirations, des croyances, des modes de comportement et des relations interpersonnelles.

- Les croyances, valeurs et normes

Ils définissent un certain nombre de règles de comportement auxquelles les membres du groupe doivent se soumettre sous peine de sanctions, voire d'exclusion.

- Les mythes et histoires

Ils font référence au passé de l'entreprise et se transmettent sous la forme de récits idéalisés basés sur des faits réels. Le mythe joue un rôle sécurisant. Il est le reflet d'un passé, mais aussi le garant d'un avenir.

- Les rites collectifs

Il s'agit d'actes qui se répètent permettant de manifester un consensus. Le respect du rite correspond à une volonté de se rassurer, en manifestant son appartenance à un groupe. Toute technique de gestion est susceptible de devenir rituelle dès le moment où les détenteurs du pouvoir la singularisent, voire la théâtralistent.

- Les tabous

Ce sont des sujets qui constituent les manifestations d'une peur collective. Les tabous peuvent se matérialiser sous la forme « d'événements-catastrophes pouvant affecter les produits de l'entreprise et que les dirigeants sont incapables de prévoir parce qu'un tel exercice est pour eux trop anxiogène ».

2.2 LA CULTURE D'ENTREPRISE

La culture d'entreprise est définie par Gibb comme « un ensemble de valeurs, croyances et attitudes communément partagées dans la société et étayant la notion de 'manière de vivre' entrepreneuriale désirable et favorisant la poursuite d'un comportement entrepreneurial effectif par des individus ou groupes d'individus ».

2.3 LA CULTURE ENTREPRENEURIALE

La culture entrepreneuriale serait en effet constituée de qualités et d'attitudes exprimant la volonté d'entreprendre et de s'engager pleinement dans ce que l'on veut faire et mener à terme. Elle se veut être comme une *culture du projet*, une culture toute particulière

puisqu'elle vise à produire de la *nouveauté* et du *changement*. Elle se veut aussi être une *culture de création* et de *construction*.

La culture entrepreneuriale ne doit plus être considérée uniquement comme un moyen de créer de nouvelles entreprises, mais plutôt comme une attitude générale qui constitue un atout précieux dans la vie quotidienne et professionnelle de tout citoyen, compte tenu de la portée des caractéristiques qui la définissent.

Dans « *La culture entrepreneuriale, un antidote contre la pauvreté* », Fortin propose que la création de richesse passe par le développement d'une culture entrepreneuriale qui est préférablement endogène en priorisant le développement de valeurs comme l'autonomie, la responsabilisation, la créativité et la solidarité

Avant de passer la troisième section, il s'agit à ce stade de définir d'autres concepts dérivés comme par exemple : L'esprit d'entreprise vs esprit entrepreneurial. L'esprit d'entreprise concerne la connaissance de l'entreprise et de l'entrepreneur, alors que l'esprit entrepreneurial consiste essentiellement en une volonté d'agir pour créer du changement, de la nouveauté, pour fixer des buts et réaliser des projets.

3 LA PROMOTION DE LA CULTURE ENTREPRENEURIALE ET DE SES VALEURS

Le développement de la culture entrepreneuriale passe par un effort de sensibilisation et de promotion.

3.1 LES RAISONS

Parmi les raisons de promouvoir la culture entrepreneuriale dans un pays :

- Stimuler la compétitivité, l'innovation, la productivité et la croissance économique ;
- Faire de l'entrepreneuriat un choix de carrière désirable.
- Améliorer la capacité des individus à vivre avec l'incertitude et à répondre positivement au changement.
- Rattraper un retard par rapport à d'autres pays au chapitre de la création d'entreprises.
- Contrebalancer l'information déjà abondante en matière d'employabilité.
- Valoriser la richesse et son rôle dans le développement économique et social.
- Prendre en charge des initiatives de promotion à moyen et long terme, car le secteur privé est peu enclin à le faire.

3.2 LES FONDEMENTS

Pour pouvoir engager un processus de changement, il faut mobiliser différentes de ressources personnelles, à savoir : les ressources émotives ; les ressources cognitives et les ressources interactionnelles.

Les ressources émotives sont le moteur de l'action. L'esprit d'entreprise trouve en elles sa motivation première et son déclenchement. Les ressources cognitives servent à penser l'action, à donner forme à l'avenir par l'élaboration et la mise en œuvre d'un projet. Elles donnent sens au projet entrepreneurial. Le passage à l'acte nécessite une action concrète et la mobilisation des ressources des différents milieux (Ressources interactionnelles). En effet, on ne peut pas entreprendre seul, avec uniquement l'énergie tirée de la motivation, avec uniquement l'intelligence de sa vision et de projet. Ce dernier fait appel à la capacité de l'entrepreneur de tisser des liens avec son environnement.

3.3 LES MOYENS

Les moyens sont multiples allant de l'éducation ; à l'apprentissage par projet, à la sensibilisation et à l'information.

- Repères
 - Identification des opportunités d'affaires ;
 - Définition des visions ;
 - Expression de différenciations ;
 - Évaluation des risques ;
 - Gestion de relations.

3.4 LES VALEURS ENTREPRENEURIALES

La culture entrepreneuriale se compose de caractéristiques qui ont le pouvoir de favoriser une action efficace et qui contribuent à l'actualisation du potentiel. Ces caractéristiques sont la confiance en soi, le leadership, l'esprit d'équipe, la motivation, le sens des responsabilités, la solidarité, la débrouillardise, l'effort, l'initiative, le sens de l'organisation, la créativité, la détermination et la persévérance.

Ces valeurs sont définissables par les attitudes et les comportements qui les expriment.

- la confiance en soi ;
 - Se sentir capable de faire quelque chose, d'entreprendre et de mener à terme un projet, grâce à ses connaissances et à ses compétences.
- le leadership ;
 - Proposer des actions, des idées.
 - Influencer « positivement » les autres dans la réalisation de la tâche.
 - Prendre les décisions nécessaires et passer à l'action.
- l'esprit d'équipe ;
 - Travailler et coopérer avec les autres tout en étant respectueux. C'est créer avec d'autres en synergie d'action.
- la motivation ;
 - Avoir des raisons d'apprendre et de relever un défi.
- le sens de la responsabilité ;
 - Respecter ses engagements en faisant ce qui doit être fait et ce qui a été convenu par le groupe.
- la solidarité ;
 - Se sentir responsable des choix et des décisions du groupe dans l'atteinte d'un but commun.
- le débrouillardise ;
 - Mettre en action ses ressources internes (compétences, connaissances et habiletés) et ses ressources externes (outils, personnes-ressources, organismes, entreprises, etc.) lorsque surgissent des difficultés et des embûches. C'est recourir à ses connaissances et à ses habiletés pour faire face à l'imprévu
- l'effort ;
 - Avoir la volonté de travailler fort.
- l'initiative ;
 - Faire des choix, devenir autonome et prendre des décisions sans avoir besoin de supervision. C'est passer à l'action
- le sens de l'organisation ;
 - Choisir de bonnes méthodes pour être efficace dans la réalisation du travail.
- la créativité ;

- Exprimer des idées, proposer des solutions novatrices, des pistes de recherche, etc.
- la détermination ;
 - Se concentrer sur ce qu'il y a à faire, sur l'atteinte d'un objectif.
- la persévérance ;
 - Continuer/terminer ce qui a été commencé jusqu'à l'obtention d'un résultat satisfaisant.
 - Faire preuve de constance et de ténacité afin de mener à terme un projet et d'atteindre l'objectif fixé.

La culture entrepreneuriale se décline en trois éléments :

- des connaissances partagées par des individus d'une même société qui veulent relever des défis ;
- des attitudes et des valeurs (créativité, sens de la responsabilité, autonomie, confiance en soi, solidarité, leadership, tolérance à l'échec, etc.) ;
- des compétences de savoir faire, savoir être et savoir agir.

La culture entrepreneuriale a comme but l'accomplissement d'une société alerte, responsable et en mesure de s'assumer pleinement. Dans un tel projet, les entrepreneurs jouent un rôle capital. En effet, l'expérience des entrepreneurs peut être exposée et faire l'objet de témoignage, d'exemples à suivre par les jeunes générations.

En conclusion, Il est importe de dire que l'entrepreneuriat peut être « le fruit », alors que la culture entrepreneuriale peut être comparée à « l'arbre » ; l'analogie du « champ » et de la « moisson » illustre aussi très bien ces réalités distinctes, mais interdépendantes.

Chapitre 2 : Connaissance de l'entrepreneuriat et de ses formes

1 LA NECESSITE DE L'ENTREPRENEURIAT DANS UN MONDE EN MUTATION

L'entrepreneuriat est devenu un phénomène nécessaire dans un monde en mutation profonde. Dans ce nouveau siècle, nous assistons à l'émergence d'une société plus entrepreneuriale. Notre contexte tend vers des configurations organisationnelles réduites et flexibles dues à une pression des marchés de plus en plus forte (concurrence plus acharnée, personnalisation de plus en plus marquée de l'offre...); une individualisation des produits; une accélération du progrès scientifique et technique (explosion du savoir scientifique et technologique applicable aux activités humaines); une internationalisation croissante des activités et mondialisation; actionnaires plus nombreux et mieux organisés.

Nous assistons à une mutation dans le contexte d'affaires et des entreprises. En effet, les entreprises cherchent de plus en plus à se recentrer (sur les métiers et les compétences de base) et à externaliser. L'externalisation par exemple est un phénomène qui s'amplifie et qui entraîne, à travers la formule d'essaimage, une croissance des PME. Pour les individus, on voit de nouvelles formes et d'organisation du travail: travail indépendant et/ou autonome; le travail à domicile; à temps partiel et partagé.

Nous assistons aussi à des mutations dans le contexte social, des exigences fortes apparaissent et s'imposent aux organisations et aux individus, les mots d'ordre: changement; incertitude et complexité.

Le phénomène entrepreneurial se caractérise par sa complexité, sa multidimensionnalité ainsi que par son caractère dynamique. La complexité signifie la présence de plusieurs acteurs intervenant dans le processus entrepreneurial. La multidimensionnalité du phénomène entrepreneurial signifie l'existence de plusieurs dimensions à savoir la dimension humaine (cognitive, affective et conative), la dimension sociale et culturelle (réseau, culture d'un pays...). Le caractère dynamique de l'entrepreneuriat implique la prise en compte des différents changements environnementaux et des dimensions de temps (variables temporelles) et de changement (changement de perceptions, apprentissage...).

2 LES MYTHES, METAPHORES ET PARADOXES DE L'ENTREPRENEURIAT

Plusieurs idées reçues (mythes à défaire), des images/métaphores ainsi que des paradoxes sont associés à l'entrepreneuriat. La connaissance du phénomène passe nécessairement par leur compréhension.

2.1 LES MYTHES DE L'ENTREPRENEURIAT

La première idée reçue la plus connue: «*Entrepreneurs are born, not made*» ou "les individus naissent entrepreneurs et ne le deviennent pas" est à bannir. En effet, les individus ne naissent pas entrepreneurs mais ils le deviennent. Leur culture, environnement et éducation permettent de faciliter l'émergence de ce type de profil.

D'autres mythes à défaire seront aussi brièvement présentés :

- Les entrepreneurs ne pensent qu'à l'argent

- Ils sont des joueurs de poker,
- Il faut beaucoup d'argent pour se lancer en affaires
- Il faut avoir étudié en administration ou en gestion pour lancer une entreprise
- Il faut naître dans une famille d'entrepreneurs pour avoir le sens des affaires
- Il suffit d'avoir une bonne idée pour lancer une entreprise

2.2 LES METAPHORES DE L'ENTREPRENEURIAT

En lisant quelques ouvrages en entrepreneuriat, le lecteur peut imaginer l'entrepreneuriat comme étant un voyage effectué par un voyageur (entrepreneur) qui est en quête de découvrir de nouvelles expériences ; comme une Course (contre la montre) dans laquelle il va se confirmer et exceller ; une Construction (structure, organisation) dont il sera le bâtisseur ; une Guerre où il va entrer en compétition avec d'autres adversaires ; comme une destruction créative (sorte d'iconoclasme) dans laquelle l'entrepreneur détruit des systèmes de production anciens pour les remplacer en de nouveaux systèmes plus performants ; et enfin comme étant une Passion (amour, coup de foudre...), une expérience humaine vécue par un être passionné, épris de liberté.

2.3 LES PARADOXES DE L'ENTREPRENEURIAT

L'entrepreneuriat est envisagé à partir de plusieurs paradoxes qui rendent l'expérience entrepreneuriale viable. En effet, pour faire de l'argent, il faut dépenser de l'argent ; pour créer de la richesse (valeur), il faut la détruire ; pour réussir, il faut apprendre l'expérience de l'échec ; nécessite de la pensée, préparation et planification, mais il se base sur un événement non planifié ; il faut un sens de l'urgence, biais dans l'action, mais aussi de la patience et de la persévérance.

3 LES FORMES DE L'ENTREPRENEURIAT : TYPOLOGIE ET EXEMPLES

L'entrepreneuriat prend plusieurs formes à savoir l'entrepreneuriat individuel et collectif dont les exemples sont nombreux.

3.1 INDIVIDUEL VS COLLECTIF

L'entrepreneuriat individuel prend la forme individuelle (lancer seule sa propre entreprise) ou collective (s'associer avec d'autres individus dans un projet entrepreneurial).

3.2 FORMES DE L'ENTREPRENEURIAT : QUELQUES EXEMPLES

Les formes de l'entrepreneuriat peuvent aller de la création d'une nouvelle structure à la simple reprise.

3.2.1 Création d'une nouvelle entreprise

- Traditionnelle ou (activité connue, projet répétitif)
- Technologique et Innovante : Technopreneuriat ou création d'entreprise technologique ; cyberentrepreneuriat ou création d'entreprise d'internet et de e-commerce ; Ecopreneuriat ou la création d'entreprises vertes (développement durable, responsabilité sociale)

La création d'une nouvelle entreprise peut concerner les petites et micro-entreprises, le travail indépendant, les PME, les grandes entreprises...

Chapitre 3 : Connaissance et conscience de soi et de son potentiel

*« Celui qui conquiert les autres est fort.
Celui qui se conquiert lui-même est puissant »*

Lao Tseu

Soun Tse, l'inspirateur de Mao Zédōng est l'un des grands stratèges de la Chine antique, a écrit :
« Connais l'adversaire et surtout connais-toi toi-même et tu seras invincible »

(L'art de la guerre)

*« Je préfère m'arrêter en ayant raté des choses
qu'en n'ayant pas essayé des choses
que j'avais envie de faire »*

Jacques Brel

Expliquer ce qui peut pousser quelqu'un à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale ; énumérer, en les expliquant brièvement, les principales qualités qui sont souhaitables chez un entrepreneur ainsi que, parallèlement, les principaux défauts ou manquements à éviter ; élaborer votre propre profil entrepreneurial par le biais d'une auto-évaluation de vos forces et faiblesses ; faire connaître aux étudiants le métier de l'entrepreneur à partir d'éléments plus facilement identifiables : les activités-clés de l'entrepreneur, les caractéristiques, compétences et apprentissages requis pour mieux l'exercer.

1 LES MOTIVATIONS D'ENTREPRENDRE

Les motivations d'entreprendre sont de différents ordres et de différentes natures, à savoir :

- Désir, besoin, volonté d'entreprendre ;
- Désir d'indépendance (d'être libre) ;
- Goût du pouvoir (d'être son propre patron) ;
- Volonté de "se réaliser", d'accomplissement ;
- Besoin de reconnaissance sociale ;
- Passion pour un produit, une activité ;
- Challenge, défi, fun ;
- Recherche du pouvoir.

1.1 LES MOTIVATIONS INTERNES VS MOTIVATIONS EXTERNES

Le projet entrepreneurial peut être stimulé par des motivations internes (désir d'autonomie et d'indépendance) ou par des motivations externes (les encouragements, les incitations).

3.2.2 Création d'une entreprise par essaimage

La création d'une entreprise par essaimage constitue un type d'entrepreneuriat qui se développe de plus en plus dans le contexte tunisien.

3.2.3 Création d'une entreprise par franchise

La franchise constitue un levier particulier de création dont le promoteur bénéficie, entre autres, d'une notoriété existante.

3.2.4 Reprise, cession et transmission d'entreprises

La reprise d'entreprise est définie par Fayolle (2004 : 133) comme étant « une situation qui relève de l'esprit d'entreprendre et qui appartient au champ de l'entrepreneuriat...un processus par lequel une personne physique ou morale, le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générale ».

3.2.5 Entrepreneuriat organisationnel ou Intrapreneuriat

C'est Pinchot (1985) qui est le premier qui a introduit le mot « intrapreneuriat » ; Pour lui, l'intrapreneuriat revient à entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur d'une grande entreprise. Le personnage-clé de ce phénomène est l'Intrapreneur. Drucker (1985) est l'un des premiers à observer cette tendance : « *Today's businesses, especially the large ones, simply will not survive in this period of rapid change and innovation unless they acquire entrepreneurial competence* ».

3.2.6 Entrepreneuriat coopératif ou collectif : Coopérative ou entreprise collective

Les entreprises coopératives et collectives offrent des voies de rechange quant aux modes de créer, de gérer et de développer des organisations.

L'entrepreneuriat coopératif ou collectif implique la mise en commun de ressources différentes de l'entrepreneuriat purement économique. Il insiste surtout sur les ressources humaines, sociales et relationnelles.

3.2.7 Entrepreneuriat solidaire et social

Cette forme d'entrepreneuriat se manifeste dans la création d'activités bénévoles, ou l'innovation (et amélioration) dans les secteurs d'activités bénévoles existantes. Il s'agit aussi de la création et du développement des organisations à buts non lucratifs qui se différencient des entreprises économiques par le fait que leur objectif primordial n'est pas le gain de l'argent mais de servir un intérêt général ou défendre une cause humaine.