

Profils et accompagnement en situation entrepreneuriale

des porteurs de projets TIC

Cas du Cyber Parc Sidi Abdellah-Alger

CHEKROUNE Narimen *, ABEDOU Abderrahmane **

Reçu le :25/09/2019

Accepté le :12/12/2019

Publié le :05/01/2020

Résumé:

Le présent article propose de tracer le profil et la trajectoire scolaire et professionnelle des porteurs de projets innovants inscrits au sein de l'incubateur Sidi Abdellah (Alger) pour un accompagnement, déterminer les caractéristiques personnelles qui les caractérisent, leurs objectifs, et leurs perspectives d'avenir, ainsi que leurs attentes vis-à-vis de l'incubateur et les offres de ce dernier.

Les données recueillies issues d'une enquête menée auprès d'un échantillon de quatorze porteurs de projets innovants (TIC), nous ont permis d'identifier le profil de ces derniers ainsi que leurs positions par rapport à l'apport de l'incubateur au processus de la création de leurs start-up.

Mots clés: Entrepreneuriat, profil, porteur de projet, start-up, incubateur, accompagnement.

Classification JEL: L26, A14, O3.

Abstract :

This article suggests to delineate the profile and the scholar and professional trajectory of the innovative project holders inscribed in the incubator Sidi Abdellah (Algiers) for an accompaniment, to determine the personal characteristics that characterize them, their objectives, and their future perspectives, as well as their expectations of the incubator as well as the offers of this latter.

The data collected are issued from an investigation conducted with a sample of fourteen innovative project holders (ICTs), allowed us to identify the profile of these latter as well as their position in relation to the contribution of the incubator to the process of creation of their start-up.

Keywords: Entrepreneurship, profile, project holder, start-up, incubator, accompaniment.

* Doctorante à l'Université Abderrahmane Mira, Béjaïa- Centre de Recherche en Economie Appliquée et Développement, Sociologie des organisations, ALGERIE, Talimene89@hotmail.fr..... (Auteur correspondant)

** Directeur de recherché au Centre de Recherche en Economie Appliquée et Développement, ALGERIE, abedou@yahoo.fr

1.Introduction

L'entrepreneuriat constitue un des outils de renouvellement du tissu économique et une des perspectives de l'implication d'acteurs dans de nouvelles activités économiques, hommes qu'ils soient ou femmes.

L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste autrichien Joseph Schumpeter [1935] a évoqué la force du processus de « *destruction créatrice* » qui caractérise l'innovation, selon ce dernier, les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus en repérant les opportunités du marché, développant ainsi les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques, en d'autres termes, le facteur générateur de l'innovation est l'entrepreneur.

A cet effet et étant donné que l'entrepreneuriat est une affaire de personnes, les entrepreneurs ont joui et jouissent encore d'une notoriété forte tant au niveau de la recherche que de la pratique, ces derniers sont perçus comme ayant un rôle particulier dans le développement des pays (Diakité, 2004).

L'avènement des nouvelles technologies de l'information a entraîné le développement d'une nouvelle économie, et en son sein, l'apparition d'entreprises d'avant-garde: les start-up, celles-ci se définissent par le pari qu'elles prennent sur une innovation.

Conscients des enjeux liés à l'entrepreneuriat et à l'innovation, les Etats se sont engagés dans une nouvelle politique en leurs faveurs, c'est ainsi que la mise en place d'incubateurs et de pépinières d'entreprises, est devenue un des moyens privilégiés pour soutenir les promoteurs et porteurs de ces projets, et ce de l'idée à la réalisation.

Partant de là, plusieurs pays voient dans l'encouragement à la création une voie stratégique prometteuse pour doper de manière permanente le tissu entrepreneurial, des politiques d'accompagnement et d'appui à la création d'entreprise ont été mises en place pour escorter et soutenir les porteurs de projets, un soutien qui se traduit par l'accompagnement avec ses diverses offres.

Nous tenterons d'apporter des réponses à la problématique de recherche qui peut se formuler de la façon suivante : Quel est le profil des entrepreneurs innovateurs (porteurs de projets inscrits à l'incubateur Sidi Abdellah), quel accompagnement entrepreneurial reçoivent-ils par la structure dans laquelle ils sont incubés (offres et attentes) ?

A partir d'une enquête qualitative par entretiens semi directifs, nous allons affirmer ou confirmer les hypothèses de recherche émises auparavant : Les porteurs de projets Tic sont de sexe masculin, de jeune âge, avec un niveau de formation élevé et une expérience professionnelle considérable.

L'incubateur assure aux porteurs de projets l'hébergement, le suivi, le coaching et les moyens logistiques.

2. Le cadre théorique et conceptuel de la recherche

Le questionnement de la présente recherche nous amène à approfondir, d'un point de vue théorique, la littérature sur les principaux travaux relatifs à la problématique de l'entrepreneuriat et de l'accompagnement entrepreneurial.

a. L'entrepreneuriat : diversité d'approches

Fayolle et Verstraete (2005) pensent que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une définition. (Aissat, 2014), la littérature sur l'entrepreneuriat fait apparaître une diversité d'approches sur le thème de l'entrepreneuriat (Ziane et Hammache, 2012). Toutefois, en s'inspirant d'un questionnement de Stevenson et Jarillo (1990), il est désormais courant, pour étudier l'entrepreneur de distinguer trois approches :

i. L'approche centrée sur les faits

Répondant en quelque sorte à la question *What* (Que fait l'entrepreneur ?), cette première approche est une approche fonctionnelle directement héritée des grands auteurs de la Théorie Economique tels que Cantillon (1755), Say (1803), Schumpeter (1935) ou Kirzner (1983). Considérée comme la base historique de l'entrepreneuriat, l'approche fonctionnelle, celle des économistes, se donne pour objet de saisir l'impact de la création d'entreprise et le rôle des entrepreneurs dans le développement socio-économique des sociétés.

ii. L'approche centrée sur les individus

L'approche par les traits quand à elle, cherche à identifier les caractéristiques des entrepreneurs et ce qui les démarque des publics non entrepreneurs. Elle répond aux questions *Who and Why* (Qui sont les entrepreneurs ? Pourquoi entreprennent-ils ?). La qualité d'entrepreneur est-elle innée ou acquise ? Quel est le profil idéal de l'entrepreneur ? Les spécialistes des sciences du comportement ont voulu répondre à ces questions en abordant l'entrepreneur à travers l'approche par les traits. Cette approche décrit l'entrepreneur par ses caractéristiques psychologiques, ses traits de personnalité, ses motivations, ses comportements, son origine sociale et sa carrière professionnelle.

iii. L'approche centrée sur le processus

La reconnaissance, même tardive, du caractère complexe et multidimensionnel de la création d'entreprise a inauguré l'ère de l'approche sur les processus entrepreneuriaux. Elle répond à la question *How*. La diversité des entrepreneurs et de leurs projets d'entreprise a mobilisé plus d'un chercheur, une vingtaine peut-être, dans l'étude du processus entrepreneurial. (Aissat, 2014).

b. et multi paradigmatique

Ainsi pour mieux cerner le cadre théorique et faire la synthèse des différentes contributions à la littérature entrepreneuriale, il est utile d'aborder les points concernant les paradigmes de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat. En effet, Selon Verstraete et Fayolle (2004), il est indispensable de prendre en compte la singularité des quatre paradigmes entrepreneuriaux ainsi que leurs complémentarités. (Richomme-Huet, 2008).

Le paradigme des opportunités d'affaires, orchestré par Shane et Venkataraman (2000), soutient qu'une voie prometteuse de recherche consiste à rattacher le champ de l'entrepreneuriat à « l'examen académique du comment, par qui et avec quelles effets les opportunités sont découvertes, évaluées et exploitées pour créer des biens et des services

futurs ». Bruyat (1993) situe de manière originale l'objet scientifique du champ de l'entrepreneuriat dans la dialogique individu/création de valeur ; il souligne avec force la dualité sujet/objet du phénomène entrepreneurial : « l'entrepreneur ne peut se définir qu'en référence à un objet (création de valeur), objet dont il fait partie, dont il est lui-même la source et dont il est le résultat ». Le paradigme de la création d'une organisation, sacralisé dans les travaux de Gartner (1988 ; 1995), et dans ceux de Verstraete (1997), se centralise plus sur le processus à partir duquel des organisations viennent à exister (Vesper, 1982 ; Shaper et Sokol, 1982). Enfin, le dernier paradigme, peut-être le plus discuté, doit beaucoup à l'œuvre de Schumpeter (1935). L'économiste autrichien voit « l'essence de l'activité entrepreneuriale » dans la capacité de briser la routine, de détruire les structures existantes, de diriger le système vers un flux circulaire d'équilibre.

Ainsi, bien que nous choissions de nous positionner dans ce cadre théorique, le paradigme de l'innovation est le paradigme le plus ancien et qui doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter ainsi qu'à l'école Autrichienne. Au sens de Schumpeter (1987), 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 engendre «la destruction créatrice». (Jaziri, 2009).

c. Qu'est ce que l'innovation ?

Sans innovation, l'économie est stationnaire (pas de croissance économique) : état stationnaire de Ricardo, reproduction simple de Marx, équilibre général walrassien (tous les agents sont satisfaits et ne désirent plus changer leurs dotations). La théorie de l'équilibre général proposée par Léon Walras exprime parfaitement cette économie stationnaire, puisque la principale caractéristique de cet équilibre général (définissant une économie stationnaire) est qu'il n'existe pas d'incertitude, ni de prise de risque, donc il n'existe pas d'entrepreneurs au sens de Schumpeter.

L'innovation constitue le moteur et le fondement de l'entrepreneuriat. Toutefois, l'innovation est, d'une part, créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre. (Joya, 2012).

L'innovation ne se limite pas pour Schumpeter à la création d'un nouveau bien ou encore par l'introduction de la machine dans les ateliers. L'innovation est, grossièrement, ce qui permet à l'entrepreneur d'accroître son chiffre d'affaires et sa position de marché. (Boutiller, 2010). L'innovation, qui est un changement qualitatif, apparaît de manière discontinue et se distingue de l'invention en étant conçue en vue d'une réalisation économique. Elle peut se diviser en cinq catégories :

- 1) La fabrication d'un bien *nouveau*, pas encore familier à la clientèle considérée ;
- 2) L'introduction d'une méthode de production *nouvelle*, inconnue dans le secteur industriel ou commercial considéré ;
- 3) La conquête d'un nouveau débouché, où l'industrie n'avait pas encore pénétré ;
- 4) L'utilisation d'une source *nouvelle* de matières premières, pas encore exploitée dans le secteur considéré ;

5) La réalisation d'une *nouvelle* organisation de la production, que ce soit dans l'entreprise ou dans le secteur. (Christen, 1999).

d. Qu'en est-il de l'entrepreneur innovateur?

La spécificité de la fonction et son exercice réel qui permettent de se voir qualifier d'entrepreneur par Schumpeter, « ce qui fait que quelqu'un n'est en principe entrepreneur que s'il exécute de nouvelles combinaisons. Il perd donc ce caractère s'il continue à exploiter l'entreprise considérée selon un circuit », c'est-à-dire comme un simple « exploitant », en utilisant les combinaisons de facteurs préexistantes. (Tremblay, 2003).

Dans la tradition schumpétérienne, l'entrepreneur est défini comme un type particulier d'agent économique. L'entrepreneur est un leader, il est avant tout un dominant, il se distingue alors des suiveurs et des dominés, il a une capacité unique à combiner de nouvelles ressources, il a les qualités d'un innovateur et se meut dans une atmosphère individualiste et rationaliste, sa tâche est de briser les inerties de la tradition et les routines (Facchini, 2007), il est pour résumer le moteur de la « destruction créatrice ».

e. La start-up et l'entrepreneur virtuel au centre de la nouvelle économie

Aujourd'hui, l'entrepreneur est confondu généralement avec la petite entreprise, une nouvelle figure de l'entrepreneur prend un énorme essor aujourd'hui. Elle est le produit de l'explosion des nouvelles technologies de l'information et de la communication, notamment Internet, l'entrepreneur "virtuel", preneur de risque et très imaginatif, dans un "cybermonde" mouvant, prend l'esprit qu'a voulu J. SCHUMPETER (1935). Il est innovateur, non seulement capitaliste, mais aussi ingénieur de son exploitation, son directeur technique. Il est le plus souvent tout à la fois acheteur et vendeur, et juriste des affaires courantes. (Tounès, 2003).

L'entrepreneur contemporain retrouve, d'une certaine façon, la totalité des caractéristiques décrites par Schumpeter (1935, p. 110, 125-126 et 136). (Tounès, 2003).

A l'origine, dans la *Théorie de l'évolution économique* (1935), Schumpeter considère que les petites entreprises sont la source principale du progrès technique et fait triompher l'entrepreneur héroïque comme le moteur de l'innovation. (Halilem et St-Jean, 2007, P.4). Les entreprises bourgeonnantes de la nouvelle économie sont communément dénommées **start-up** –ou 'jeunes pousses' si l'on préfère la terminologie du ministère de l'économie et des finances. Les start-up sont définies comme de petites sociétés à croissance rapide travaillant dans le secteur des nouvelles technologies, elles seraient, en quelque sorte, les PME à succès de la nouvelle économie. (Marty, 2001).

L'entrepreneur-innovateur, technologique ou même virtuel investit alors dans les start-up qui sont donc des entreprises qui parient sur la valeur d'une innovation et sur sa réception par un marché potentiel. (Marty, 2002). Bien souvent, la start-up imagine de nouvelles technologies ou de nouveaux services, susceptibles de générer de nouveaux besoins ou de nouveaux marchés.

f. L'accompagnement entrepreneurial

Il existe une réelle difficulté à s'accorder sur une définition unique et rigoureuse de l'accompagnement. Ceci est dû, notamment, à la diversité des interventions et des organismes qui se revendiquent comme accompagnateurs. En effet, chacun de ces organismes, du fait des pratiques qui sont les leurs, a sa propre conception tout à fait spécifique de cette notion. Pour certains, l'accompagnement est l'action de rencontrer régulièrement un porteur de projet de création d'entreprise afin de le conseiller et de

vérifier, de rencontre en rencontre, l'avancement de ce projet et ce, jusqu'à la mise en œuvre finale, c'est-à-dire la création de l'entité. D'autres assimilent l'accompagnement à un dispositif qui vise à orienter, informer et aider un futur créateur à élaborer son projet en le conseillant, le formant et l'insérant dans les réseaux pertinents de la création, afin que ce projet puisse se concrétiser et atteindre une certaine maturité. (Siegel, 2006)

Si dans les années 70, ils proposaient essentiellement des ressources matérielles, une simple mise à disposition de ressources physiques (locaux, secrétariat, etc.), ils ont étoffés leurs prestations depuis en incluant des prestations intellectuelles : de la formation, du coaching et de l'expertise mais aussi un service d'insertion dans les réseaux pertinents : réseau financier, réseau d'affaires, etc. (Laviolette et Loue, 2011)

Verstraete et al. (2006) soulignent que les dispositifs d'appui à la création d'entreprise ont pour objectif primordial de promouvoir la création de nouvelles entreprises dans un territoire bien déterminé. (Haddad, 2013) Ils apparaissent comme des médiateurs sophistiqués qui confortent et renforcent l'énergie créatrice des entrepreneurs. (Fayolle et al, 2010)

Le concept de mise en place des Pépinières d'Entreprises à travers le monde a fait son apparition suite aux bouleversements économiques traversés par tous les pays particulièrement aux Etats Unis et Européens. (Malti, 2007) Dans les pays du Maghreb, les notions de technopôles, parcs technologiques et scientifiques, ou pôles de compétitivité sont timidement apparues au cours de la décennie 1990, et se sont progressivement imposées depuis les années 2000. (Belkahia et al, 2009).

Pour favoriser la création et l'émergence des Start-up et des entreprises innovantes, des politiques d'accompagnement et d'appui à la création d'entreprise ainsi qu'un écosystème favorable à l'innovation ont été mis en place pour escorter les porteurs de projets innovants. La politique d'innovation consiste alors à positionner le porteur de projet dans un environnement qui met à sa disposition toutes les conditions et un environnement propice lui permettant d'innover et de mener à bien et à terme son projet de création. , ainsi elle lui permet de passer de l'Idée Initiale à la Réalisation et à la Consolidation d'un Projet Structuré, on distingue entre autres : les pépinières d'entreprises, les incubateurs, les technopôles, les cybers parcs, etc. Elles constituent des Structures d'Appui, d'Accueil, d'Hébergement et d'Accompagnement des porteurs de projet et des jeunes entreprises innovantes.

3.Méthodologie de recherche:

Nous présentons dans cette section la méthodologie de recherche adoptée dans cette étude, elle consiste à définir la démarche suivie qui concerne la collecte, l'analyse et l'interprétation des données empiriques collectées.

a. Choix de l'approche méthodologique

Nous privilégions lors de cette recherche le recours à une étude qualitative exploratoire, notre choix a été sélectionné compte tenu des objectifs poursuivis par notre étude empirique. Celle-ci consiste à identifier le profil des porteurs de projets, leurs caractéristiques personnelles, les objectifs qu'ils poursuivent et leurs aspirations, mais aussi leur position par rapport à l'apport de l'incubateur au processus de la création de leurs start-up.

b. L'outil de collecte de données :**i. Le choix de l'entretien semi-directif :**

Dans ce travail de recherche, nous nous sommes appuyés sur une technique utilisée par de nombreux chercheurs dans les études qualitatives, à savoir « l'entretien semi-directif » qui consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant de la recherche. Dans le même ordre d'idées, Diakité (2004) souligne que l'entretien semi-directif est un instrument privilégié pour la compréhension des comportements entrepreneuriaux. A cet effet, il nous a paru nécessaire de recourir à cette technique de collecte de données.

ii. Contenu du guide d'entretien :

Evrard et al. (1997, p. 99) indiquent que « le guide d'entretien comprend une liste des thèmes qui doivent être abordés dans le courant de l'entretien », et compte tenu des informations que nous souhaitons recueillir, le guide d'entretien s'est articulé autour de trois principaux thèmes, à savoir : la trajectoire des porteurs de projets, leurs caractéristiques personnelles, objectifs et aspirations, et l'apport de la structure d'accompagnement (offres et attentes).

c. Sélection des porteurs de projets enquêtés :

Le choix des porteurs de projet contribuant à notre enquête s'est fait sur la base de deux conditions importantes qui sont :

- Toute personne Porteuse d'une idée technologique innovante de produit ou de service dans le domaine des TIC.
- Le porteur de projet doit correspondre à une des phases d'incubation (pré-incubation, incubation ou post-incubation) ou la phase d'entreprise émergente (start-up).

d. L'analyse des entretiens :

Pour analyser les données qualitatives collectées, nous avons eu recours à l'analyse de contenu. Cette étape consiste à sélectionner et extraire les informations susceptibles de répondre à nos questions de recherche et à les interpréter. Ainsi, nous avons procédé, en premier lieu, à la retranscription de tous les discours collectés, puis et après plusieurs lectures, nous les avons découpés en unités d'analyse (thèmes, mots, phrases...) et compte tenu des informations recherchées par les thèmes abordés dans le guide d'entretien, nous avons ensuite rassemblé les idées de sens proches en des catégories permettant de réaliser nos objectifs de recherche.

4. Principaux résultats

L'incubateur de Sidi Abdallah d'Alger incube en son sein des porteurs de projets qui touchent au domaine des Technologies de l'Information et de la Communication, ainsi, nous étalons dans ce qui suit les principaux résultats de notre travail de recherche.

Tableau (1): L'âge des porteurs de projets enquêtés

Age	F	%
25ans-35ans	10	71.42
36ans-46ans	03	21.42
47ans-57ans	01	7.14
Total	14	100

Source: Entretiens réalisés auprès des enquêtés

On constate d'après ce tableau que l'âge des enquêtés varie entre 25 et 57 ans répartis en 03 catégories :

La première concerne ceux ayant entre [25 et 35ans], catégorie qui domine notre échantillon avec une fréquence de (10), le jeune âge caractérise cette catégorie, ceci dit que malgré la jeunesse de notre échantillon, leurs attirances vers l'entrepreneuriat est assez conséquente. Cette catégorie s'illustre comme étant la plus entrepreneuriale.

La deuxième catégorie [36-46ans] avec une fréquence de (03), comprend les porteurs de projets ayant un âge avancé, chose qui s'explique par l'acquisition d'expérience dans le monde professionnel en assurant plusieurs fonctions entre autres (informaticien, journaliste...) avant de se lancer dans la création d'entreprise, ceux-ci reconnaissent l'importance majeure du rôle joué par l'expérience professionnelle dans leurs parcours entrepreneuriaux. En effet, c'est au cours de cette expérience professionnelle, qui est généralement dans le même secteur d'activité du projet de création, que la majorité des entrepreneurs ont identifié leurs idées de projets et ont perçu des opportunités d'affaires. En dernier, on distingue un seul (01) enquêté se situant dans la catégorie [47-57ans] et ayant attendu sa sortie en retraite pour se lancer dans l'aventure de création d'entreprise.

Ainsi, les données de l'enquête effectuée témoignent, que la plupart des créateurs des projets innovants sont jeunes.

Tableau (2): Le sexe des porteurs de projets enquêtés

Sexe	F	%
Masculin	10	71.42
Féminin	04	28.57
Total	14	100

Source: Entretiens réalisés auprès des enquêtés

Le tableau ci dessus établit les données sur le sexe de nos enquêtés, on constate que la grande majorité sont de sexe masculin avec une tendance de (10), à coté d'une tendance de (04) pour les femmes.

Cette dominance des hommes porteurs de projets innovants par rapport aux femmes s'explique par le degré élevé d'innovation, et de faisabilité des projets présentés par les hommes que par les femmes d'une part, ce qui confirme le point de vue de Robert et al. (2008) qui ont montré, que la création des entreprises dans le secteur TIC reste une activité très masculine, et par l'emplacement de la structure d'incubation qui se situe à la périphérie de la ville d'Alger d'une autre part.

Tableau (3): Le niveau d'instruction des porteurs de projets enquêtés

Niveau d'instruction	F	%
Ingénieur	06	42.85
Licence	05	35.71
Master	02	14.28
Formation CFPA	01	7.14
Total	14	100

Source: Entretiens réalisés auprès des enquêtés

De l'analyse des différents entretiens, il ressort que le niveau d'instruction de nos enquêtés est assez élevé, dans la mesure où la majorité d'entre eux à savoir (13) ont un diplôme universitaire, répartis comme suit : une fréquence de (05) sont licenciés, (06) d'entre eux sont ingénieurs : la formation d'ingénieur serait une condition favorable pour fonder une entreprise de haute technologie. (Deroy,2008)
(02) de nos interviewés ont obtenu leur Master, on distingue un seul enquêté n'ayant pas accéder aux bancs de l'université et ayant suivi une formation de graphiste au CFPA.

On déduit alors, que la création d'entreprises innovantes exige un niveau d'instruction assez élevé, vu que cette forme d'entreprise demande de multiples connaissances dans le domaine informatique et technique. Le niveau requis par nos enquêtés répond en partie aux exigences techniques de la création d'une start-up technologique.

Ce niveau élevé de formation des entrepreneurs innovateurs a été aussi souligné par Danjou et al. (1999), de même, cette formation de haut niveau, comme le pense Bernasconi (2000), distingue les entrepreneurs innovateurs des autres entrepreneurs classiques. Presque toutes les études récentes (Gasse et D'Amours, 2000) au Canada et ailleurs, indiquent que le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que celui de l'ensemble de la population.(Gasse, 2003)

Ces entrepreneurs qui sont la plupart des cas issus des écoles d'ingénieurs mettent l'accent sur l'importance de l'aspect pratique dans leur formation. Ce lien entre le secteur des TIC et diplôme des créateurs a été également mis en évidence par l'INSEE en France (INSEE, 20063), où les créateurs dans le secteur des TIC possèdent à plus de 69% un diplôme de l'enseignement supérieur.

Tableau (4): Les expériences entrepreneuriales vécues par les porteurs de projets enquêtés

Expériences entrepreneuriales	F	%
Oui	11	78.57
Non	03	21.42
Total	14	100

Source: Entretien réalisés auprès des enquêtés

Le tableau ci-dessus illustre l'existence ou pas d'expériences entrepreneuriales vécues par nos enquêtés, (11) de ces derniers disent avoir eu l'opportunité de participer aux concours de montage de projet d'entreprise (T-start, E4W, Fikra, Start-up week end, Genovtic, Paceim ...), ou eu l'occasion d'être incubé dans d'autres incubateurs sur d'autres idées de création (Incubateur de Dubaï, incubateur Ooreedoo). Ces concours et opportunités dont ont bénéficiés les porteurs de projets leur ont été d'une grande aide financière pour certains, ou sous forme de formations et coaching pour d'autres, en plus de la médiatisation et du Networking (mise en contact et en réseaux).

A coté avec une fréquence de 03, nos interviewés, avouent ne s'être lancés dans aucune aventure entrepreneuriale à part celle sur laquelle ils sont actuellement.

Ces concours, événements, prix et autres expériences entrepreneuriales constituent des mesures et des dispositifs de développement et de valorisation des talents, cette inexpérience peut être expliquée par le manque d'opportunités ou le désintéressement des porteurs de projets à ce genre d'initiatives.

Tableau (5): Les caractéristiques personnelles des porteurs de projets enquêtés

Caractéristiques personnelles	Tout à fait d'accord	D'accord	En désaccord	En désaccord total	F	Total
Persévérance	10	04	00	00	14	100
	71.42	28.57	00	00		
Challenge	07	06	01	00	14	100
	50	42.85	7.14	00		
Défi	08	04	02	00	14	100
	57.14	28.57	14.28	00		
Incertitude	00	07	07	00	14	100
	00	50	50	00		

Risque	00	11	03	00	14	100
	00	78.57	21.42	00		
Inquiétude	00	12	02	00	14	100
	00	85.71	14.28	00		

Source: Entretiens réalisés auprès des enquêtés

Les résultats de ce tableau font ressortir que (10) de nos enquêtés sont totalement **persévérants**, ils avouent éprouver un plaisir à s'engager dans ce projet de création malgré les aléas qu'ils peuvent rencontrer, leurs propos confirment ce fait : « *c'est flatteur pour mon égo* » 26ans, Fondateur d'un projet de Média Planing pour entreprises, ou encore : « *on a fait un choix qu'il faut assumer* » F, 36ans, un autre ajoute : « *une fois que je m'engage, j'ai la haine de vaincre* » Y.O, fondateur d'Algerian Security Group.

Avec une fréquence de (04), nos enquêtés sont moins persévérants, ce qui les décourage et les rends moins motivants, cela s'explique par les propos de l'un de nos enquêtés « *les lourdeurs administratives nous rends la vie difficile, ça nous rends moins persévérants.* » 29ans, Ingénieur en informatique.

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 rencontrées, 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). (Gasse, 2003)

Le goût du **challenge** est assez fort pour (07) de nos enquêtés qui sont prêts à se mesurer à des projets difficiles, cette tendance à été manifestée par des expressions de certains de nos enquêtés : « *les choses simples ne m'intéressent jamais, quand j'étais étudiant et que mes enseignants me donnais des exercices faciles je ne les faisais jamais, il fallait qu'ils soient compliqués et difficiles pour que je les fasse.* » 28ans, Fondateur d'une plateforme d'apprentissage de langues.

Six(06) de nos interviewés sont plus au moins adeptes du challenge, ils sont ainsi réticents. cette réticence s'explique par les propos de certains : « *je l'étais plus avant mais ça a diminué avec l'âge.* » H, 56ans.

Seul un (01) de nos enquêtés est contre le fait de se mesurer aux projets difficiles, il préfère la facilité dans la mesure où le degré d'échec est réduit voire même nul.

La majorité de nos interviewés sont stimulés par les projets **défis** et ce avec une fréquence de (08), ils appuient leurs réponses par les arguments suivants : « *La facilité me dégoûte, si je ne voulais pas être confronté à des défis, je serais resté salarié.* » F, Ingénieur en Recherche Opérationnelle, l'autre ajoute : « *je n'aime pas ce qui est à la portée de tout le monde, je m'intéresse que quand c'est compliqué et rare.* » 28ans, Ingénieur en Informatique.

Quatre (04) de nos enquêtés sont aussi tentés par le défi, mais restent indulgents, cette indulgence a été manifestée par des expressions de nos interviewés comme : « *j'ai une vision business, un défi sans gains ne sert à rien.* » H, Master en Informatique, dans le

même sens un autre ajoute : « *il faut adopter une stratégie, se préparer avant de s'engager.* » A.A, licencié en Finances.

Les projets difficiles sont pour 02 de nos enquêtés à éviter tant qu'il ya possibilité, l'un d'eux s'exprime : « *j'aime bien le simple, quand une situation difficile se présente je pèse le pour et le contre puis je décide de m'engager ou pas.* » S.S, Cofondateur d'Eco-Stat.

La vigilance et la prudence sont ce qui caractérisent (07) de nos enquêtés, dans la mesure où ils ne sont pas de ceux qui se lancent dans des projets à finalité inconnue, les propos de certains de ces derniers confirment ce fait : « *Au bout de quelques échecs, on devient vigilants.* » H, 29ans, un autre ajoute : « *La logique et la rationalité payent, vaut mieux calculer la probabilité de réussite avant de se lancer.* » Ingénieur en recherche opérationnelle, 36ans.

La moitié de nos interviewés (07) sont fonceurs et ardents malgré **l'incertitude de réussite**, comme le laisse entendre les témoignages de nos enquêtés : « *Je positive toujours, je ne laisse pas de place à l'échec, je ne pense pas à l'échec.* » 56ans, Fondateur de Madrassanet, l'autre avec un air plus confiant et rassurant ajoute : « *J'ai de la foi en moi et en ce que j'entreprends.* », 33ans, diplômé en finances internationales.

"Croire en soi-même et en ses idées" est perçu par les entrepreneurs comme une qualité sans laquelle il est difficile de réussir. Cette caractéristique leur impose de la persévérance et de la ténacité dans leurs tâches.

La prise de risque et le fait d'être tenté par de situations nouvelles font pour (11) de nos enquêtés, partie de la vie d'un entrepreneur, comme le souligne l'un d'eux : « *le risque fait partie de la vie de tout entrepreneur.* » Y.O, Fondateur d'Algerian Security Group, un autre ajoute : « *J'ai horreur de la routine, vivement la nouveauté et le changement.* » 42ans, licencié en journalisme.

Ainsi, la prise de risque, la volonté de relever le défi en changeant de paradigme constituent le moteur et le cœur de l'entrepreneuriat ainsi que l'énergie de la démarche entrepreneuriale. (Douba,2002)

A coté, avec une fréquence de (03), nos enquêtés insistent sur une marge calculée du risque à prendre, ceci revient pour l'un de nos enquêtés à l'avancement dans l'âge : « *Plus au moins avec l'âge, la prise de risque diminue.* » 56ans, Licencié en sciences naturelles, et pour d'autre à la peur de l'échec : « *le risque peut me mettre en danger, me mener à l'échec.* » 29ans, Ingénieur d'état en Informatique.

On déduit alors d'après les témoignages de nos enquêtés que le risque est le fait de s'exposer à un danger, de sortir de sa zone de confort.

Nos enquêtés sont inquiets lorsqu'ils sont face à des missions incertaines, et ce avec une fréquence de (12), cette peur n'est pas orientée négativement mais plutôt considérée comme une motivation, cette **inquiétude** a été manifestée par des expressions de nos interviewés comme : « *certes je m'inquiète mais ça ne me freine pas, je vais jusqu'au bout et si ça ne marche pas j'aurais quand même essayé et vaincu ma peur, je n'aurais pas de*

regrets. » N.B, Ingénieur en Chimie industrielle. Un autre ajoute : « *la peur me motive, elle me booste, je donne tout pour la surpasser, c'est plutôt un stimulus qu'un obstacle.* », l'autre déclare : « *la grande motivation humaine est la peur.* » H, ingénieur en informatique.

A coté, (02) de nos interviewés sont sereins face aux missions à accomplir, ils considèrent l'inquiétude comme un ingrédient essentiel de la réussite, à ce propos, nos enquêtés avouent : « *l'échec fait partie de tout projet, il est indispensable de l'envisager mais tout faire pour l'éviter, donc pas la peine de se mettre la pression, ce qui sème le doute et la peur.* » 26ans, Fondateur du projet de Média planning pour entreprises, l'autre ajoute : « *Je positive, sans crainte.* » H, 56ans

Tableau (6): Les objectifs poursuivis par les porteurs de projets enquêtés

Objectifs	Tout à fait d'accord	D'accord	En désaccord	En désaccord total	F	Total
Excellence	07	06	01	00	14	100
	50	42.85	7.14	00		
Comparaison des resultants	07	05	02	00	14	100
	50	35.71	14.28	00		
Persistance	10	04	00	00	14	100
	71.42	28.57	00	00		
Progression et amélioration	14	00	00	00	14	100
	100	00	00	00		

Source: Entretiens réalisés auprès des enquêtés

Par la création d'entreprise, les porteurs de projets visent des objectifs, entre autres **l'excellence** qui est pour (13) de nos interviewés un idéal à atteindre, un d'eux s'appuie sur la citation de 50cent, rappeur américain qu'est la suivante : « *Sois riche ou crève* » pour manifester son désir d'atteindre le summum, il ajoute alors : « *c'est ma devise depuis mon jeune âge.* » H, Master en Informatique.

Certains renvoient cet idéal à leur propres personnes tandis que d'autres le délègue à leurs réalisations, cela se manifeste par les propos de l'un de nos enquêtes : « *c'est mon entreprise que je veux qu'elle soit meilleure, non moi personnellement.* » 36ans, Fondatrice d'Optimadécisions, un autre à ce propos ajoute tout en ayant l'air contraignant : « *J'avoue que le sentiment d'excellence est là, mais la volonté manque dès fois, surtout face aux différents obstacles qu'on rencontre.* » 29ans, Ingénieur d'état en Informatique.

Un(01) de nos enquêtés pour qui l'atteinte de l'apogée n'est pas une nécessité, confirme ce fait par ces propos : « *Ce n'est pas obsessionnel, l'essentiel c'est de réussir peu importe la position.* » Y.O, diplômé en Finances internationales.

Nos enquêtés sont en accord total(05) ou en accord(07) avec le fait de **comparer ses résultats avec ceux des autres**, et ce, dans l'objectif de s'auto évaluer pour certains, de s'actualiser et être en veille pour d'autres. Ces intentions ont été manifestées par des expressions de nos interviewés comme : « *Si je le fais, c'est parce que ça me permet de m'auto-évaluer et de voir mon évolution par rapport aux autres, ce qui par conséquent, me motive et me booste.* » H, 56ans, un autre réclame : « *C'est bénéfique, dans la mesure où ça me permet d'être en veille en termes de connaissances et de ce qui se produit sur le marché par rapport à la qualité.* » F, Ingénieur en Recherche opérationnelle.

La comparaison des résultats avec ceux des autres n'est pas obsessionnel pour (02) nos enquêtés, dans ce sens l'un d'eux avoue : « *Non pour comparer leurs résultats avec les miens, mais pour être à jour de ce qui se fait, se mesurer au national et à l'international.* » A.H, Fondateur d'Overgen.

Commettre des erreurs, fauter, échouer, tenter et retenter jusqu'au succès est pour la totalité de nos interviewés incontestable, (10) d'entre eux protestent ce fait en étant tout à fait d'accord, (04) sont en accord, ces témoignages soutiennent leur accord : « *On apprend de ses erreurs même s'il faut du temps pour se reconstruire.* » H, Master en Informatique, un autre avec une vision plus préventive et anticipative ajoute : « *Je ne lâche pas l'affaire tout en prenant en considération les situations de départ et les défis.* » 30ans, Graphiste.

La totalité(14) de nos interviewés, sont totalement d'accord avec la **recherche continue du progrès**. Selon ces derniers, on n'est jamais au sommet de la connaissance. Apprendre, s'informer et s'améliorer sont infinis peu importe le degré de l'excellence atteint, ces manifestations appuient cet avis partagé par nos enquêtés : « *On est dans l'obligation de se mettre à jour, surtout avec l'innovation et le changement continu.* » L.S, projet d'e-paiement, déterminé l'autre ajoute : « *Evidemment, si on n'avance pas, on recule.* » 36ans, Fondatrice d'Optimadésicions.

Tableau (7): Les attentes des porteurs de projets enquêtés vis-à-vis de l'incubateur

Attentes	F	%
Médiatisation	06	42.85
Légitimité	06	42.85
Soutien moral	02	14.28
Total	14	100

Source: Entretiens réalisés auprès des enquêtés

Compte tenu de leurs formations et du fait qu'ils développent généralement des projets technologiques, il est plus aisé et important pour les porteurs de projets d'intégrer

un incubateur. Cette étape est primordiale dans la structuration de leurs projets et le début de leurs activités.

Ce présent tableau illustre les attentes de nos enquêtés de la structure d'incubation, ainsi, on constate qu'à égalité ces derniers, avec une fréquence de (06) disent vouloir être médiatisés par le biais de l'incubateur qui va jouer le rôle d'intermédiaire entre les porteurs de projets et les autres acteurs externes. L'incubateur permet à l'entrepreneur, grâce à un effet de réputation, d'accéder à certains réseaux relationnels.

D'une autre part, six (06) d'entre eux espèrent acquérir de la légitimité à travers leurs appartenances à l'incubateur, comme le souligne un de nos enquêtés : « *Dès qu'on parle de notre appartenance à l'incubateur, on devient tout de suite crédibles face à nos interlocuteurs.* » Licencié en Sciences naturelles, 56ans, un autre ajoute : « *Les start-up n'ont pas encore la place qu'ont les grandes et petites entreprise dans l'économie algérienne, elles sont généralement marginalisées, mais étant affiliés à l'incubateur, nos projets sont complètement vus d'un autre angle, vue que la structure est publique.* » Graphiste de formation, 30ans.

Stinchcombe (1965) a été l'un des premiers à reconnaître le rôle de la légitimité pour contourner le handicap de la jeunesse ou de la nouveauté, à l'origine de l'important taux d'échec des entreprises en création. Les porteurs de projet ne possèdent, la plupart du temps, ni des connaissances ni une crédibilité suffisante pour accéder au capital, aux marchés, aux aides gouvernementales, etc. Ils leur faut donc obtenir progressivement confiance, image de fiabilité, réputation et enfin légitimité institutionnelle en poursuivant une stratégie de légitimation, à la fois cognitive et socio-politique, à différents niveaux successifs : organisationnel, intra-organisationnel, inter-organisationnel et institutionnel. (Chabaud et al, 2005)

En effet, le fait qu'un projet d'entreprise soit incubé permet de qualifier des liens, de donner confiance à un partenaire potentiel. En ce sens, pour ces derniers, ce n'est pas l'action elle-même de l'incubateur qui est importante, mais plutôt le label qu'il leur confère.

Le soutien moral et l'appui psychologique sont pour deux (02) de nos enquêtés ce qu'ils attendent de l'incubateur, ce en renforçant leurs convictions en leurs projets et en leur donnant confiance.

Tableau (8): Les offres de l'incubateur selon les porteurs de projets enquêtés

Offres	F	%
Coaching et assistance	05	35.71
Réseaux	04	28.57
Cadre favorable et disponibilité des modalités	03	21.42
Casquette étatique	02	14.28
Total	14	100

Source: Entretiens réalisés auprès des enquêtés

Les résultats font ressortir que les offres de l'incubateur, pour (05) de nos enquêtés, sont ciblées au niveau des formations internes et externes offertes par l'incubateur (séminaires, conférences,...) et du coaching assuré au long des phases de pré-incubation, incubation et post-incubation, voire même une fois le passage à la start-up, à ce propos nos enquêtés avancent : « *On bénéficie à travers les coachings de l'expertise et de l'expérience des coachs.* » H. Ingénieur en Informatique, une autre ajoute : « *Etre formé dans les différents domaines qui nous étaient jusque là méconnaissants nous auraient coûté une fortune, chose qu'on a eu gratuitement au sein de l'incubateur.* » 26ans, fondatrice d'une start-up de traduction humaine en ligne.

Ceux-ci se voient offrir un réseau de ressources partagées en commun, accompagné d'un soutien en management (business, techniques comptables, art d'organisation, administration, marketing, commerce,...), fourni par un ensemble d'experts, de praticiens et d'universitaires délégués par le top management de l'incubateur. (Djermane, 2003)

L'accent est alors mis sur la dynamique de la relation entre accompagnant-accompagné, qui doit permettre au porteur de projet des apprentissages multiples qui le rendront autonome.

Chaque projet étant unique, un accompagnement personnalisé sera établi et déterminé avec chaque porteur sélectionné. Le droit à cet accompagnement est conditionné par la signature du contrat d'incubation entre le porteur de projet et l'Incubateur. (Mekhelfi, 2013)

La relation d'accompagnement (personne externe au projet de création) est au cœur du savoir-faire (métier) de l'incubateur. En ce sens, l'incubateur est une structure où l'apprentissage du créateur est accéléré en lui fournissant un espace de temps et de lieu où ce dernier se concentre sur le développement de son projet mais aussi ses compétences. C'est un processus d'accompagnement par lequel « l'entrepreneur va réaliser des apprentissages multiples et pouvoir accéder à des ressources ou développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet » (Cuzin et Fayolle, 2004 : 79). (Laviolette et Loue, 2007) Il constitue un vecteur d'apprentissage pour les porteurs de projets.

Bénéficiaire des services fonctionnels et de l'infrastructure est pour certains nos enquêtés l'offre élémentaire de l'incubateur, et ce, avec une fréquence de (03). Globalement, l'offre de l'incubateur dans lequel les porteurs de projet sont implantés, s'explique par les ressources matérielles telles que l'hébergement et les autres prestations gratuites (comme l'accès à des salles de réunion, à un accès l'Internet haut débit, etc.), comme le laisse entendre le témoignage de l'un de nos enquêtés : « *Le haut débit de la connexion et le calme qui règnent au sein de l'incubateur me permettent d'avancer dans mon travail, c'est un grand avantage dont nous profitons.* » 36ans, Ingénieur en Informatique.

On reconnaît ici le rôle de fournisseur de ressources pour les porteurs de projets.

Aux moyens matériels, se superpose pour les porteurs de projets l'intérêt d'accéder, via l'incubateur, à des réseaux de professionnels. Pour certains porteurs c'est même l'une des missions essentielles de l'incubateur que de mettre le porteur de projet en relation avec des prestataires externes. Avec une fréquence de (04), nos enquêtés renvoient l'offre principale de l'incubateur aux réseaux, autrement dit, à la capacité de l'incubateur à la mise en relation avec des acteurs potentiels, ces porteurs de projets, déclarent que l'incubateur a joué un rôle important dans ce type de mise en relation comme le laisse entendre les témoignages de nos enquêtés : « *il nous mets en contact avec des experts étrangers* » Y.O, Diplômé en Finances internationales, ou encore « *il nous permet de trouver des sponsors* » F, Ingénieur en Chimie Industrielle. Un autre ajoute : « *La solitude est l'ennemi de l'entrepreneur, l'incubateur nous fait sortir de notre isolement.* » H, Fondateur d'une plate forme d'apprentissage de langues.

L'incubateur, "facilitateur" de contacts, incite les porteurs à utiliser son réseau de partenaires publics, privés et institutionnels, pouvant contribuer au développement des projets, pour accéder plus rapidement aux premiers clients et aux premiers partenaires (financeurs, techniques ou commerciaux). (Mekhelfi, 2013)

Pour (02) de nos enquêtés, ce dont ils ont profité de l'incubateur, c'est jouir de la casquette étatique de ce dernier, dans la mesure où être affilié à cette structure, leur procure une légitimité et une valeur sûre à leurs projets. Selon les perceptions des porteurs de projet que nous avons interrogés, l'incubateur est un élément de leur visibilité vu qu'il leur permet la création de contacts qualifiés et accroît leurs crédibilités vis-à-vis de certains réseaux. L'obtention d'un label, via l'incubateur, ressort comme une dimension cruciale de l'accompagnement selon les porteurs de projets. En ce sens, c'est bien l'entrée dans l'incubateur qui confère une légitimité aux porteurs de projets vis-à-vis des instances ou partenaires extérieurs, à ce propos, l'un de nos enquêtés dit : « *Nous avons eu plusieurs visites et entretiens de la télévision et de la radio algériennes qui ont fait parler de nos projets et de nous autant que porteurs de ces derniers.* » A.A, Licencié en Finances.

5. Conclusion

Les résultats de notre étude révèlent que les porteurs de projets innovants (TIC), sont principalement des hommes de jeune âge ayant un niveau élevé d'instruction et qui sont issus, dans la majorité des cas, des écoles d'ingénieurs ou des universités. Leurs projets de créations n'ont majoritairement pas de rapport avec le contenu de leurs formations universitaires. Ils créent souvent leurs entreprises seuls, ont eu comme origine de l'idée de création l'influence du marché et de l'environnement ou ont été influencé par des amis qui se sont lancés en entrepreneuriat. En outre, des motivations particulières ont incité les porteurs de projets à s'inscrire dans la carrière entrepreneuriale, on cite principalement, l'envie de réaliser son propre projet, l'envie de servir la société et l'économie algériennes, la recherche de l'autonomie et la notoriété et le fait de vouloir relever le défi. Concernant l'expérience entrepreneuriale (concours et événements entrepreneuriaux), nous avons révélé qu'elle constitue un déterminant fondamental dans le sens où le fait d'avoir une expérience antérieure de création d'entreprise s'avère un facteur favorisant l'entrepreneuriat.

Leur attentes vis-à-vis de la structure d'accompagnement dans laquelle ils sont candidats, se limitent à la médiatisation, la légitimité et le soutien moral, tandis que les offres se traduisent pour ces derniers par le coaching et l'assistance, la mise en relation avec les réseaux, la disponibilité des modalités et l'écosystème de création, ainsi que la jouissance de la casquette étatique caractérisant l'incubateur.

Ils sont majoritairement persévérants, adeptes du challenge et du défi, preneurs du risque, confiants, partagés entre ceux qui se lancent et ceux qui évitent les situations où le degré d'incertitude est élevé, telles sont leurs caractéristiques.

L'excellence, la persistance, la progression et le progrès constituent leurs motivations.

Le rapport de nos interviewés avec le leadership est étroit, tandis que leurs aspirations sont considérables, on distingue la notoriété et la réputation, l'extension de l'entreprise et la génération d'un chiffre d'affaire, l'évolution sur d'autres horizons et autres cibles, devenir acteur dans l'aide à la création d'entreprises et concurrencer les start-up à l'international.

Références

- Aissat, A, (2014), «La Difficile Promotion De PME Innovantes En ALGERIE», *Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation*, Université du Littoral Côte d'Opale, CAHIERS DU LAB.RII – DOCUMENTS DE TRAVAIL –N°279, Février.
- Belkahia K et al, (2009), «Les technopôles agroalimentaires dans les pays du Maghreb: Opportunités et spécificités», Perspectives des politiques agricoles en Afrique du NordParis : CIHEAM Options Méditerranéennes : Série B. *Etudes et Recherches*, n. 64.
- Boutillier, S, (2010), «L'entrepreneur, éléments d'une analyse parallèle LÉON WALRAS / JOSEPH ALOIS SCHUMPETER», *Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation*, Université du Littoral Côte d'Opale, CAHIERS DU LAB.RII – DOCUMENTS DE TRAVAIL – N°230 Septembre.
- Chabaud, D., Ehlinger, S., & Perret, V, (2005), «Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle : Le cas d'un incubateur », *Actes du 4ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, Paris.
- Christen, B, (1999), «Croissance chez Joseph Alois SCHUMPETER», *Dossier B3, Licence APE*.
- Deroy, X, (2008), «L'évènement entrepreneurial et le modèle entrepreneurial », *Revue française de gestion*, n° 187.
- Djermane, R, (2003), «Création et démarrage d'entreprises: le concept d'incubateur », *Revue des Sciences Humaines*, n°20.
- Douba, G, (2002), «L'entrepreneuriat : de l'esprit d'entreprise à l'esprit d'entreprendre, analyse de la contribution des ONG à la redéfinition des facteurs de richesse », *Cahier de recherche de l'AUF*, n°02-67.
- Facchini, F, (2007), « L'entrepreneur comme un homme prudent », *La Revue des Sciences de Gestion*, 2007/4 n°226-227.
- Fayolle, A et al, (2010), «Efficacité des pépinières dans la création d'entreprise innovante : Cas de la Tunisie», *édition Boeck Supérieur*, n° 33.
- Gasse, Y, (2003), «L'influence du milieu dans la création d'entreprises », *centre d'entrepreneuriat et de PME*, Université Laval, Québec.
- Haddad, S, (2013), «Création des entreprises innovantes en Tunisie: Résultats d'une étude exploratoire», *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 26, n° 1.
- Jaziri, R, (2009), «Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat», *Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise: nouveaux enjeux et nouveaux défis»*, Gafsa, 3-4-5 Avril.
- Joya, J, (2012), «La Construction Du Capital Social Entrepreneurial. Le Cas De La Biotechnologie», *Thèse Présentée Comme Exigence Partielle Du Doctorat En Administration* UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL, Novembre .
- Laviolette, EM., Loue, C, (2007), «les compétences entrepreneuriales en incubateurs », *5ème congrès international de l'académie de l'entrepreneuriat*, P4, 5.
- Malti, N, (2007), «Pépinière d'entreprises « Incubateur d'Oran : une idée, un projet, une entreprise », *GEW*.
- Marty, O, (2001), «La vie de Start up : investir et s'investir dans une entreprise innovante», *Mémoire de DEA Réalisé dans le cadre de la formation doctorale de l'Ecole Normale Supérieure* – Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris.

- Mekhelfi, A , (2013), « Les obstacles qu’affronte l’Incubateur d’Ouargla dans le lancement des futurs porteurs de projet », *Séminaire : L’Entrepreneur des Jeunes – Université de Biskra*, 23/24/25 Avril.
- Richomme-Huet, K, (2008), «Paradigmes entrepreneuriaux et entreprises familiales : LES HENOKIENS», *2emes journées Georges Doriot*, HEC Paris, jeudi 15 et vendredi 16 mai.
- Siegel, D, (2006), «Quelles stratégies pour améliorer l'accompagnement du créateur d'entreprise», *La Revue des Sciences de Gestion*, n°219-3.
- Tounès, A, (2003), «L'intention entrepreneuriale: Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE», *Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Droit, des Sciences Economiques et de Gestion*, Institut d’Administration des Entreprises, présentée et soutenue publiquement par, le 15 décembre.
- Tounès, A, (2003), «L’ENTREPRENEUR : l’odyssée d’un concept», *Cahier de recherche N°03-73 du réseau de chercheurs Entrepreneuriat*.
- Tremblay, D-G, (2003), «Innovation management et économie : comment la théorie économique rend-elle compte de l’innovation dans l’entreprise ? » *Note de recherche 2003-21 de la chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l’économie du savoir*, université du Québec.
- Ziane, S, Hammache, E, (2012), « L’apport des structures d’accompagnement dans la mise en place d’une stratégie d’affaires réussie », *acte du colloque : Les stratégies d’accompagnement des PME en Algérie*, Université d’Ouragla, 18 et 19 Avril.