

**Le rôle du capital humains et des motivations  
personnelles de l'entrepreneur dans la croissance  
de la start-up : cas d'entrepreneurs algériens**  
The role of human capital and the entrepreneur's  
personal motivations in the growth of the start-up:  
the case of Algerian entrepreneurs

**BEKADDOUR Aicha<sup>1</sup>**

Dr / Laboratoire ESLD

Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion.

Université TAHRI Mohamed de Béchar. Algérie

aichabeka67@gmail.com

**BENHABIB Abderrezzak**

Pr/ Laboratoire MECAS

Faculté des sciences économiques, Université Abou Bekr Belkaïd de

Tlemcen, Algérie

abenhbabib1@yahoo.fr

Date de soumission :28.02.2021 / Date d'acceptation :21.03.2021

**Résumé :**

Cet article a pour objectif d'explorer à travers quatre cas, le rôle du capital humain et des motivations personnelles de l'entrepreneur dans la croissance de sa start-up. Dans un premier temps, les critères de mesure de la croissance sont discutés et mis en relation avec le lien entre dirigeant et la croissance ; dans un deuxième temps, la méthodologie et les quatre cas étudiés sont présentés. Enfin, les résultats sont exposés en soulignant les liens entre le profil du dirigeant et la croissance.

**Mots-clés :** Entrepreneur, Start-up, Croissance, Capital humain, motivations

**Code JEL :** M13

**Abstract :**

This article aims to explore, through four cases, the role of human capital and the entrepreneur's personal motivations in the growth of his start-up. First, the appropriate criteria for measuring growth are discussed and putting in relation to the link between the leader and growth; second, the methodology and the four cases studied are presented. Finally, the results are presented, highlighting the links between manager profile and growth.

**Keywords:** Entrepreneur, Start-up, Growth, Human capital, Motivations.

**Jel Classification Codes:** M13

---

<sup>1</sup> **Auteur Correspondant :** BEKADDOUR Aicha. **E-Mail :** aichabeka67@gmail.com

**Introduction :**

La récession économique la plus récente, les problèmes de chômage et le dynamisme et l'incertitude accrus de l'économie connectée à l'échelle mondiale ont enfin mis en lumière l'importance de la croissance économique et du renouveau industriel en général et des entreprises à forte croissance en particulier. Le 20<sup>e</sup> siècle est caractérisé par l'émergence de nouvelles technologies et de nouveaux moyens de communication qui ont contribué à une hausse de la croissance économique. Dans cette nouvelle économie nous assistons à un changement fondamental dans la façon de créer, la volonté d'innover, la façon de communiquer et d'interagir avec les consommateurs. L'économie mondiale d'aujourd'hui est notamment supportée par l'enthousiasme d'entrepreneurs souhaitant avoir un succès commercial avec une innovation technologique. Ils créent des emplois et participent à l'avancement technologique de notre société. Ainsi, la start-up est née et joue désormais un rôle important et croissant dans l'économie mondiale.

Gazelles, licornes, entreprises en forte croissance, entreprise à fort potentiel, entreprises en hyper croissance, start-ups, ce sont là les multiples noms attribués aux jeunes entreprises qui croissent très vite et réalisent un taux de croissance plus supérieur à celui des autres entreprises (Sahut, Peris-Ortiz, & Teulon, 2019). Elles attirent l'attention des chercheurs et des pouvoirs publics non seulement par leur croissance rapide mais également à cause de leur contribution à la création d'emplois et la croissance économique (Wright, Hart, & Carter, 2015).

Comme tous les pays du monde, l'Algérie années a pris conscience ces dernières de l'importance d'avoir des start-ups innovantes pour créer de la croissance et des exportations. Dans ce cadre, plusieurs mesures ont été prises par les pouvoirs publics algériens dans le but de définir des cadres institutionnels, organisationnels et réglementaires pour, d'un côté, encourager l'entrepreneuriat et la création d'entreprises.

Cependant, la littérature fait valoir que trois types de facteurs de croissance des entreprises existent (Janssen, 2011) : des facteurs liés à l'environnement économique, aux caractéristiques de l'entreprise et aux caractéristiques personnelles du dirigeant. C'est à ce dernier facteur que nous nous intéressons dans le présent travail, du fait que la littérature souligne la place centrale des dirigeants, de leurs représentations et de leurs motivations, pour mieux comprendre les trajectoires de croissance des start-up (Boissin, Chalus-Sauvannet, Deschamps, & Geindre, 2009); (Cliff, 1998).

L'hypothèse de notre recherche repose sur l'idée que le profil de l'entrepreneur, créateur de start-up en particulier, notamment son capital humain et ses motivations et ambitions peuvent constituer un atout à la croissance de sa start-up. Ainsi, nous cherchons à savoir dans quelle mesure le capital humain et les motivations et ambitions de l'entrepreneur orientent la croissance de sa start-up ?

Pour répondre à cette question, nous présentons dans un premier temps, les critères de mesure de la croissance sont discutés et mis en relation avec le lien entre dirigeant et la croissance ; dans un deuxième temps, la méthodologie et les quatre cas étudiés sont présentés. Enfin, les résultats sont exposés en soulignant les liens entre le profil du dirigeant et la croissance.

### 1. Start-up : définition et caractéristiques :

Le terme ‘start-up’ vient des États-Unis. Il commence à être largement utilisé dans les années 1990, alors que la bulle internet se crée. Cependant il existe plusieurs orthographes possibles concernant le mot « start-up », mais l'idée est de rejoindre l'étymologie du mot anglophone d'origine américaine, « Start » qui signifie démarrer et « up » qui fait référence à la notion de hauteur ou de croissance. Toutefois, si l'usage du terme start-up est admis, sa définition ne fait pas consensus. En effet de nombreuses définitions peuvent être trouvées dans la littérature portant sur les start-ups et sans prétendre à l'exhaustivité nous citons les définitions suivantes :

- La définition succincte du Larousse : « Jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies ».
- Une start-up est généralement définie comme une nouvelle entreprise que les entrepreneurs lancent en combinant des idées commerciales et des ressources (Low & MacMillan, 1988).
- (Ries, 2011), entrepreneur américain et initiateur du mouvement Lean Startup, définit la start-up comme suit : « Institution humaine conçue pour créer un nouveau produit ou service dans des conditions d'incertitudes extrêmes ».

La définition de (Ries, 2011) met l'accent sur l'innovation et la notion de risque qui caractérise une start-up. L'idée est lancée lorsque le fondateur identifie un service ou un produit qui va répondre à un besoin non satisfait. Une start-up commence par proposer une version basique d'un produit et le fait évoluer en fonction de la réponse du marché. De ce fait, leur stratégie et leur business model ne sont pas établis et peuvent évoluer au fil du temps selon les diverses opportunités rencontrées.

La lecture des différentes définitions précédentes fait ressortir trois spécificités caractérisant une start-up :

- La dimension innovante : la start-up se caractérise avant tout par un changement fondamental dans la façon de créer et la volonté d'innover.
- L'incertitude : une start-up se situe sur un marché nouveau, dont on ne connaît pas forcément la taille, les caractéristiques ou l'avenir potentiel. Cette forte incertitude entraîne pour la start-up un haut niveau de risque : puisqu'elle évolue dans un milieu incertain, son développement est conditionné par de nombreux paramètres qu'elle ne peut pas forcément anticiper.
- La recherche d'un Business Model spécifique : un projet est qualifié de start-up tant que le business model (BM, ou modèle d'affaires) n'est pas établi.

### 2. La croissance des entreprises :

La croissance des entreprises est un sujet de recherche complexe, car elle comprend à la fois un changement de montant et le processus qui le génère, ce qui fait de la croissance un terme difficile à définir et à mesurer sans ambiguïté (Davidsson, Steffens, & Fitzsimmons, 2009).

En effet, la littérature montre que la croissance des entreprises a été un domaine d'étude pour de nombreux chercheurs. La plupart des chercheurs suggèrent que chaque entreprise doit démarrer, puis croître face à divers défis et crises, et enfin mûrir et décliner. Globalement, ces recherches portant sur la croissance des entreprises sont de deux types ; celles considérant que le chemin de croissance suivi par l'entreprise est linéaire ou prévisible, et d'autres suggérant que

la croissance est assez opportuniste ou imprévisible. Cependant, il est important de comprendre que la croissance n'est pas la norme (Davidsson, Steffens, & Fitzsimmons, 2009). La plupart des entreprises commencent petites, vivent petites et meurent petites. Ils ne s'engagent jamais dans une trajectoire de croissance significative (Aldrich, 1999) ; (Storey, 1994). L'une des principales raisons à cela est que la majorité des startups sont des entreprises d'imitation dans des industries matures, desservant les marchés locaux (Aldrich, 1999) ; (Reynolds, Bygrave, & Autio, 2003). En tant que tels, ils n'ont pas beaucoup de potentiel de croissance. Ainsi, il n'y a pas de consensus sur la manière d'identifier et de définir les entreprises à forte croissance. Toutefois, pour les entreprises qui se développent, toute une gamme d'indicateurs de mesure et de facteurs de la croissance a été étudiée.

### **2.1. Les indicateurs de mesure de la croissance des entreprises :**

La croissance des entreprises peut être définie en termes de génération de revenus, de valeur ajoutée et d'expansion en termes de volume d'activité. Elle peut également être mesurée sous la forme de caractéristiques qualitatives telles que la position sur le marché, la qualité du produit et la bonne volonté des clients (Kruger, 2004).

Les indicateurs de croissance les plus utilisés étaient l'emploi et le chiffre d'affaires/ ventes. Probablement parce qu'ils étaient facilement disponibles et parce qu'ils ne prêtent pas à controverse, soit du point de vue de la recherche, soit du point de vue du répondant. En outre, l'emploi est un indicateur important de la dynamique de création d'emplois. Il s'agit d'une mesure objective, ainsi que des ventes ou des actifs, par rapport à des indicateurs tels que la part de marché et l'indice de performance qui sont subjectifs, c'est-à-dire que le répondant est invité à évaluer la performance de l'entreprise par rapport à l'industrie, aux concurrents les plus proches, ou à ses objectifs. Suite à une revue de la littérature, (Delmar, 1997) recense les actifs, l'emploi, la part de marché, la production physique, les bénéfices et les ventes comme indicateurs de croissance possibles. Parmi ces mesures les ventes et de l'emploi sont les plus utilisées (Delmar, 1997). La mesure la plus préférable devrait être la vente, car elle indique l'acceptation du produit ou du service sur le marché. Cependant, il ne convient pas à toutes les fins ; par exemple, la valeur des actifs et l'emploi d'une start-up peuvent croître avant toute vente (Delmar, Gartner & Davidsson 2003).

En l'absence de consensus sur ces mesures, les chercheurs se sont concentrés sur les questions liées à la définition et à l'identification des entreprises en croissance à partir de leurs ensembles de données. (Delmar, Gartner & Davidsson 2003) organisent la littérature dispersée sur les entreprises à forte croissance et résument quatre questions à résoudre pour mesurer la croissance des entreprises : l'indicateur de croissance, la mesure de la croissance (variation absolue ou relative), la période étudiée, et le processus de croissance.

Globalement, la littérature empirique a utilisé cinq types d'indicateurs de croissance. Des mesures subjectives telles que la part de marché perçue et la satisfaction des performances n'étaient pas des mesures appropriées, car elles étaient fondées sur les connaissances et les attentes des entrepreneurs. La variation

des actifs n'est qu'une mesure appropriée pour le secteur manufacturier, car elle dépend fortement de la structure du capital.

## **2.2. Les facteurs influençant la croissance des entreprises :**

De nombreuses et différentes théories ont été établies pour l'identification des principaux facteurs favorisant la croissance de l'entreprise. Un ensemble de théories aborde l'influence de la taille et de l'âge de l'entreprise sur la croissance (Evans, 1987) ; (Morone & Testa, 2008) (Heshmati, 2001), et le second ensemble traite de l'influence de variables telles que la stratégie, l'organisation et les caractéristiques des propriétaires de l'entreprise (Fazzari, Hubbard, & Petersen, 1988); (Freel & Robson, 2004). De leur part, (Mateev & Anastasov, 2010) ont constaté que la croissance d'une entreprise est liée à la taille ainsi qu'à d'autres caractéristiques spécifiques telles que la structure financière et la productivité. Ils ont en outre ajouté que le total des actifs, qui est l'une des mesures de la taille de l'entreprise, a un impact direct sur le chiffre d'affaires, mais que le nombre d'employés, l'investissement en R & D et les autres actifs incorporels n'ont pas beaucoup d'influence sur la croissance de l'entreprise. (Lorunka, Kessler, Frank, & Lueger, 2011) ont trouvé que le sexe du fondateur, le montant de capital requis au moment du démarrage de l'entreprise et la stratégie de croissance de l'entreprise sont des facteurs très importants pour prédire la croissance d'une petite entreprise. Ils ont en outre souligné qu'en dehors des ressources en capital humain, la croissance d'une entreprise peut être prédite sur la base de l'engagement de la personne qui lance une nouvelle entreprise. En général, les facteurs influençant la croissance des entreprises relèvent de trois catégories : l'entrepreneur, l'entreprise et l'environnement économique (Lasch, Le Roy, & Yami, 2005).

De même, les études portant sur l'hyper croissance des entreprises et start-ups, attribuent la forte croissance à trois types de facteurs. Ceux liés au contexte et à l'environnement économique, tels que la situation géographique (Moati, Mazars, & Pouquet, 2006), et au secteur d'activités, comme celui des technologies de l'information et de la communication (Rédis, 2007), ou encore l'écosystème entrepreneurial (Sakari, Puhakka, & Mainela, 2016). Les facteurs liés aux caractéristiques de l'entreprise (Janssen F, 2011) (Bertoni, Ferrer, & Martí, 2013), ses ressources comme l'expansion des activités commerciales, les ressources financières, le personnel formé, ainsi que sa structure de gouvernance (Benslimane, Gallié, & Guichard, 2009) ; (Kouame, 2012). Enfin, facteurs liés aux caractéristiques du dirigeant (Boissin, Chalus-Sauvannet, Deschamps, & Geindre, 2009).

Le tableau 1 présente la synthèse établie par Tarillon des multiples facteurs qui influencent la croissance des start-ups. Certains comme l'accompagnement par un incubateur ou le niveau de formation du dirigeant ont clairement une influence positive alors que l'influence d'autres facteurs est plus incertaine (comme l'âge du dirigeant ou l'obtention d'aides publiques).

**Tableau 1. Influence des facteurs de croissance dans les start-up**

L'environnement économique	L'entreprise	Le dirigeant
<b>Zone géographique Positif</b> (Moati et al, 2006)	<b>Caractéristiques de l'entreprise Positif :</b> - Accompagnement par un incubateur (Berger-Douce, 2005 ; Chabaud et al, 2003 ; Schmitt, et al, 2004) <b>Négatif :</b> - Taille (Bertoni et al, 2013) - Age (Janssen, 2011 ; Julien, 2000) <b>Incertain :</b> - Obtention d'aides publiques (Benslimane, et al, 2009 ; Bertoni et al., 2005; Dahlqvist, et al., 2000) - Concours d'aide à la création d'entreprises innovantes (Benslimane et al, 2009)	<b>Caractéristiques sociodémographiques Positif :</b> - Niveau de formation (Bosma et al, 2004 ; Colombo & Grilli, 2010 ; Moati et al, 2006) - Expérience fonctionnelle (Feeser & Willard, 1990 ; Lasch, 2005) - Expérience entrepreneuriale (Asquin & Chastand, 2009 ; Fabre & Kerjosse, 2006) <b>Incertain</b> - Age (Benslimane et al, 2009 ; Delmar, 1997) - Sexe (Douglas, 2013 ; Du Rietz & Henrekson, 2000 ; Kalleberg & Leicht, 1991 ; Robb & Watson, 2012)
<b>Positif</b> (Moati et al, 2006)	<b>Structure de gouvernance Positif :</b> - Forme juridique (Benslimane et al, 2009 ; Dahlqvist et al, 2000 ; Labex Entreprendre, 2012) - Présence et taille du conseil d'administration (CA) (Cerrada & Janssen, 2006 ; Janssen, 2011) - Présence d'administrateurs indépendants au sein du CA (Cerrada & Janssen, 2006 ; Janssen, 2011) - Présence et taille de l'équipe de direction (Janssen, 2011) - Présence d'investisseurs (Colombo & Grilli, 2010 ; Langeland, 2007 ; Saty Kouame, 2012)	<b>Caractéristiques psychosociologiques Incertain</b> - Propension à prendre des risques (Chanut-Guieu & Guieu, 2010 ; Davidsson, 1989a ; Douglas, 2013)

**Source :** e : Tarillon, C. (2017). Comment soutenir la croissance des start-up ? Une analyse au travers des représentations des dirigeants en matière de croissance et de gouvernance. 10ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation AEI DAKAR – 6,7 et 8 décembre, p 5.

La littérature fait valoir que la croissance des entreprises est influencée d'une part, par les facteurs externes relevant des caractéristiques de l'environnement

économiques qui offrent des opportunités ou des menaces. Et d'autre part, par des facteurs internes qui sont contrôlables et comprennent le personnel de l'entreprise, sa stratégie et ses capacités fonctionnelles et opérationnelles, ainsi que des facteurs associés à l'entrepreneur individuel (Storey, 1994). La croissance n'est pas uniquement due à des critères objectifs mais bien qu'elle dépend aussi des perceptions du dirigeant (Davidsson, 1989a). Le rôle du dirigeant est central dans la compréhension des trajectoires de croissance de son entreprise, malgré la nécessaire prise en compte d'autres variables liées aux caractéristiques de l'entreprise et de son environnement (Tarillon, 2017).

### **3. Le rôle de l'entrepreneur dans la croissance de l'entreprise :**

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, il existe un courant de littérature liant les performances de croissance des entreprises aux caractéristiques de l'entrepreneur. En effet, et sur la lignée de (Schumpeter, 1934) qui a déclaré qu'un entrepreneur doit être innovant, créatif et être capable de prendre des risques, de nombreux auteurs lient la croissance de l'entreprise aux caractéristiques spécifiques des entrepreneurs. Parmi les variables associées à l'entrepreneur individuel, une majorité d'études ont montré que pour la motivation, l'éducation, l'expérience de gestion, le nombre de fondateurs et les compétences fonctionnelles, l'influence sur la croissance est positive (Storey, 1994).

#### **1.1. Le rôle des motivations de l'entrepreneur :**

Bien que la motivation entrepreneuriale soit considérée comme un puissant prédicteur du résultat et du succès de l'entreprise (Cassar, 2007), il n'y a pas de consensus quant à la nature de l'effet du large éventail de motivations dans la détermination du résultat entrepreneurial (Baum, Locke, & Smith, 2001). La littérature s'est principalement concentrée sur l'étude de la motivation entrepreneuriale pour créer de nouvelles entreprises. Il a rarement tenté d'explorer les changements dans les motivations des start-up avec la croissance des entreprises. Toutefois, il existe des preuves convaincantes que la motivation de croissance, la vision et les objectifs communiqués du propriétaire-dirigeant ont des effets directs sur la croissance de l'entreprise (Baum, Locke, & Smith, 2001) ; (Wiklund & Shepherd, 2003). Cependant, il est également clair que la plupart des créateurs d'entreprises n'ont que des aspirations de croissance modestes pour leurs entreprises. Cela a été démontré dans plusieurs études dans différents pays (Cliff, 1998) ; (Clark, Berkeley, & Steuer, 2001); (Human & Matthews, 2004). Sur la base de répliques dans trois grandes études d'enquête, (Wiklund et al, 2003) ont constaté que les attitudes des entrepreneurs à l'égard de la croissance sont influencées par leurs croyances quant à la mesure dans laquelle la taille plus grande d'une entreprise peut compromettre le bien-être des employés, l'indépendance de l'entreprise (par rapport aux parties prenantes), la capacité à maintenir un contrôle de surveillance satisfaisant et la capacité d'assurer la survie en cas de crise potentielle. (Tregear, 2005) fournit des preuves qualitatives de la manière dont les entrepreneurs tentent d'équilibrer les objectifs de croissance et de style de vie.

(Davidsson, 1989a), en s'appuyant sur la théorie des attentes (Vroom, 1964), place la notion des conséquences attendues de la croissance au cœur de la réflexion. La volonté du dirigeant de faire croître son entreprise serait donc liée aux conséquences qu'il attribue à la croissance. D'après (Davidsson, 1989a), la croissance peut être expliquée par les caractéristiques personnelles du dirigeant

mais la relation est indirecte et la motivation joue un rôle médiateur entre ces deux variables. La motivation du dirigeant à la croissance est déterminée par ses aptitudes, ses besoins et les opportunités qu'il perçoit comme se présentant à son entreprise en termes de croissance. Davidsson (1989a) propose huit conséquences potentielles de la croissance :

- l'évolution de la quantité de travail du dirigeant ;
- l'évolution du type de tâches réalisées par le dirigeant ;
- l'évolution du cadre de travail dans l'entreprise en croissance ;
- l'augmentation des revenus du dirigeant ;
- l'évolution de l'indépendance vis-à-vis des clients, des fournisseurs et des banques ;
- la capacité de contrôle et de surveillance du dirigeant dans son entreprise ;
- l'évolution de la capacité de survie de la société en cas de crise ;
- l'évolution de la qualité des produits et services fournis par l'entreprise.

### **1.2. Le rôle du capital humain de l'entrepreneur :**

La théorie du capital humain soutient que la connaissance permet aux individus d'augmenter leurs capacités cognitives, conduisant à une activité potentielle plus productive et plus efficace (Schultz, 1959) ; (Becker, 1964) ; (Mincer, 1974). Par conséquent, s'il existe des opportunités rentables pour une nouvelle activité économique, les individus disposant d'un capital humain de plus grande qualité ou de meilleure qualité devraient mieux les percevoir. Une fois engagés dans le processus entrepreneurial, ces personnes devraient également avoir une capacité supérieure à exploiter avec succès les opportunités.

Le capital humain n'est pas seulement le résultat de l'éducation formelle, mais comprend l'expérience et l'apprentissage pratique sur le tas, ainsi que l'éducation non formelle, comme les cours de formation spécifiques qui ne font pas partie des structures éducatives formelles traditionnelles. Ainsi, une vaste expérience du marché du travail, ainsi qu'une expérience spécifique à vocation professionnelle, devraient théoriquement augmenter le capital humain (Becker, 1964). Bien que les résultats empiriques aient été mitigés (Davidsson, 1989a, pp. 37-38), certaines études montrent que l'expérience du marché du travail, l'expérience de la gestion et l'expérience entrepreneuriale antérieure sont significativement liées à l'activité entrepreneuriale.

Même si plusieurs études empiriques ont analysé la relation entre le capital humain des fondateurs et la croissance des entreprises, celles qui ont focalisé l'attention sur les start-ups sont moins nombreuses. Nombre d'auteurs soutiennent le point de vue selon lequel l'expérience professionnelle des fondateurs propre à l'industrie est un déterminant crucial de la croissance de l'entreprise (Cooper & Bruno, 1977) ; (Feaser & Willard, 1990); (Colombo, 2005a). À l'inverse, les preuves relatives à la formation des fondateurs et à l'expérience antérieure en gestion sont plus controversées, voir (Stuart & Abetti, 1990); (Westhead & Cowling, 1995) ; (Colombo & Grilli, 2005a).

Les capacités distinctives des start-ups notamment celles basées sur la technologie, sont étroitement liées aux connaissances et aux compétences de leurs fondateurs, et donc à leur dotation en capital humain (Cooper & Bruno, 1977) ; (Feaser & Willard, 1990); (Colombo, 2005a). D'une part, dans un environnement commercial très incertain, lorsqu'un individu identifie une nouvelle opportunité commerciale, la seule option disponible pour en profiter est de créer une nouvelle

entreprise, en raison de la nature idiosyncratique et non contractuelle du jugement entrepreneurial (Foss, 1993) ; (Hodgson, 1989). D'autre part, pour exploiter avec succès cette nouvelle opportunité commerciale, des connaissances complémentaires spécifiques au contexte (par exemple, des connaissances liées à des domaines technologiques complémentaires ; connaissances technologiques, marketing et managériales) qui sont généralement dispersées entre différentes personnes doivent être combinées et intégrées (Colombo, Delmastro, & Grilli, 2004). En principe, l'une de ces personnes (c'est-à-dire le fondateur de l'entreprise) peut embaucher les autres, qui deviennent alors salariés de l'entreprise. Néanmoins, l'intégration et la coordination des connaissances possédées par les «spécialistes» sont plus efficaces si elles sont membres de la fondation l'équipe et ont donc un intérêt dans les bénéfices de l'entreprise. Les personnes qui ont un meilleur niveau de scolarité, une plus grande expérience de travail, en particulier dans le même secteur que la nouvelle entreprise (c'est-à-dire un capital humain spécifique à l'industrie) et un plus grand capital humain spécifique à l'entrepreneur développé soit par le biais d'un poste de direction dans une autre entreprise, soit lors d'épisodes de travail indépendant, sont susceptibles d'avoir un meilleur jugement entrepreneurial et des connaissances plus spécialisées que les autres personnes. Ainsi, ils sont mieux placés pour saisir les opportunités commerciales négligées et prendre des décisions stratégiques efficaces cruciales pour le succès de la nouvelle entreprise.

Ces résultats sont généralement interprétés comme confirmant le point de vue fondé sur les compétences selon lequel les start-ups établis par des individus dotés d'un plus grand capital humain, et notamment d'une plus grande expérience professionnelle acquise dans des entreprises opérant dans une entreprise similaire, ont des capacités distinctives qui ne peuvent être reproduites par d'autres entreprises. Néanmoins, l'association positive entre le capital humain des fondateurs et la croissance de l'entreprise ne peut être considérée en elle-même comme un test de l'argument susmentionné. Cette association peut également s'expliquer par la plus grande capacité des équipes entrepreneuriales à capital humain plus élevé à attirer le capital-risque et par l'effet positif des investissements en capital-risque sur la croissance de l'entreprise (Colombo & Grilli, 2005a).

D'autres chercheurs ont examiné la relation entre les caractéristiques de l'entrepreneur, y compris la formation, l'expérience antérieure dans le secteur concerné, l'expérience antérieure en tant qu'entrepreneur ou de travail dans une startup entrepreneuriale, ou l'expérience en tant qu'employé dans une entreprise à forte croissance (Agarwal, Echambadi, & Sarkar, 2004). De même il a été constaté que les entrepreneurs ayant une formation universitaire plus élevée sont plus innovants et utiliseront des techniques et des modèles modernes pour faire des affaires. Toutes ces caractéristiques ont toujours eu un effet positif sur la croissance des entreprises, et en particulier sur la croissance des nouvelles et petites entreprises (Gupta, Guha, & Krishnaswami, 2013).

Vivek et coll. (2009) cité par (Mazzucato, 2014), ont examiné les caractéristiques de 549 fondateurs d'entreprises dans les domaines de l'aérospatiale et de la défense, de l'informatique, de l'électronique, des soins de santé et des services (services informatiques, consultants en ingénierie, logiciels et programmation). Leur étude a révélé que ces entrepreneurs ont une plus grande

propension à venir de la classe moyenne ou de la classe moyenne supérieure, à être très instruits et à avoir une expérience substantielle.

Il a été constaté que le fait d'avoir une expérience antérieure dans l'industrie, ou même mieux, en tant qu'entrepreneur ou employé dans une startup entrepreneuriale, améliore considérablement les performances de croissance des startups entrepreneuriales. De même, l'éducation et les expériences de base contribuent aux performances de croissance des entreprises en permettant à l'entrepreneur d'identifier des sources cruciales d'informations et de savoir-faire. Les entreprises dont les entrepreneurs ont de tels antécédents et expérience se sont avérées performantes et leur croissance est systématiquement meilleure que celles qui n'ont pas de tels antécédents et expériences entrepreneuriales.

#### **4. Méthodologie et conception de l'étude :**

Bien que la littérature montre que la croissance des entreprises est influencée par divers facteurs d'ordre interne et externe, nous pensons qu'il est important d'explorer le rôle de l'entrepreneur dirigeant dans la croissance de sa start-up notamment dans le contexte algérien où ce type de recherches est encore rare. Nous cherchons plus précisément d'explorer l'influence du capital humains et des motivations personnelles de l'entrepreneur sur la croissance de sa start-up.

Dans notre étude nous retenons trois critères de mesure de la croissance des entreprises à savoir : le chiffre d'affaire ; l'effectif et le rayonnement du marché de la start-up. Alors que le capital humain de l'entrepreneur est identifié à travers le niveau de scolarisation (le plus haut diplôme acquis) ; l'expérience professionnelle et la formation en domaine d'entrepreneuriat et création d'entreprise. Quant aux motivations personnelles nous nous sommes limités aux motivations pour la création. Pour arriver aux fins de cette étude, notre analyse suit un mode de raisonnement abductif qui vise à renforcer notre hypothèse centrale. Nous avons donc opté à une démarche qualitative car elle s'attache à explorer des phénomènes dans toute leur complexité. Nous avons choisi la technique des entretiens semi-directifs qui nous semble être le moyen le plus approprié pour accéder d'une manière très fine aux représentations des acteurs.

##### **4.1. Echantillon et collecte des données :**

Dans cette étude exploratoire, nous avons ciblé la population les entrepreneurs algériens créateurs de start-ups. Pour ce faire, nous avons opté pour un design d'étude de cas multiples. Ces designs de recherche sont de plus en plus fréquents mais requièrent davantage de temps et de travail. Une étude de cas multiples comprend comme unités d'analyse plusieurs cas individuels. Pour (Yin, 2009), l'usage d'étude de cas multiples doit suivre une logique de réplication (réplication) et non pas d'échantillonnage statistique, et chaque cas doit être soigneusement sélectionné à cette fin. Ainsi, pour sélectionner les cas à étudiés, nous avons effectué une recherche sur internet pour acquérir les informations et les coordonnées des start-ups en Algérie. Puis les dirigeants interrogés ont été sélectionnés à partir de plusieurs critères : entrepreneur créateur de start-up, entreprise de haute technologie et innovante, croissance de leur entreprise sur au moins deux des critères classiques de croissance (chiffre d'affaires, effectifs,

rayonnement de marché). La collecte des données s'est faite à l'aide d'un entretien semi-directif avec questionnaire. Les entretiens ont été réalisés par téléphone à raisons de 15 à 20 minutes pour chaque entretien. Nous avons effectué quatre entretiens avec les quatre entrepreneurs qui ont accepté de participer à notre enquête, alors que d'autres entrepreneurs non pas répondu à nos appels et d'autre ont refusé de participer à l'enquête. Le questionnaire est constitué de deux parties : la première partie comprend les questions relatives au déterminant du capital humain de l'entrepreneure (âge, diplôme, expérience professionnelle, formation en entrepreneuriat, capacité en gestion d'entreprise), ainsi que ses motivations et ses ambitions initiales et futures. La seconde partie des questions concerne les caractéristiques de l'entreprise et les critères de sa croissance (date de création, secteur d'activité, effectif, variation du chiffre d'affaire, rayonnement du marché).

#### 4.2. Présentation et discussion des résultats :

##### 4.2.1. Description des cas : entreprises et dirigeants

Notre étude s'appuie sur quatre cas de start-up que nous présentons dans ce qui suit au le tableau 2, leurs caractéristiques en termes de date de création, secteur d'activité et leurs indicateurs de croissance à savoir : la variation de l'effectif, la variation du chiffre d'affaire ainsi que leurs marchés. Puis au tableau 3, nous présentons les profils des entrepreneurs dirigeants des quatre start-up étudiées. Les données présentées comprennent l'âge de l'entrepreneur, son capital humain déterminé par trois indicateurs à savoir : le plus haut diplôme que l'entrepreneur a obtenue, l'expérience professionnelle ; les formations en entrepreneuriat et création d'entreprise ; ainsi que ses motivation personnelles et ses ambitions.

**Tableau 2. Caractéristiques des start-ups étudiées**

	Start-up 1	Start-up 2	Start-up 3	Start-up 4
Date de création	2019	2019	2017	2019
Secteur d'activité	Conseils et services informatiques	Services logistique	Ingénierie informatique	Education en ligne
Variation effectif	1 en (2019) 4 en (2021)	4 en (2019) 20 en (2021)	2 en (2017) 6 en (2021)	1 en (2019) 8 en (2021)
Effectif potentiel	30	120 à 500	20 à 50	30 à plus de 100
Taux de variation du chiffre d'affaire	Plus de 100%	Plus de 80%	Plus de 100%	Plus de 100%
Chiffre d'affaire potentiel	10.000.000 DA	15.000.000 DA	20.000.000 DA à 1.000.000.000 AD	20.000.000 DA à 500.000.000 DA
Marché actuel	National + quelques marchés étrangers	National	National + quelques marchés étrangers	National
Marché potentiel	Mondiale	Marchés émergents (Afrique, Moyen Orient)	Africain et mondiale	National + quelques marchés étrangers

Trois des quatre start-ups étudiées ont moins de trois ans d'existence, et une seule a plus de quatre années (start-up3). Malgré leur jeune âge, les start-ups de

notre échantillon ont presque suivie la même trajectoire en termes des trois critères de croissance (effectif, chiffre d'affaire et part de marché). Les deux premières (start-up1) et (start-up2) qui œuvrent dans le même segment d'activité (services et ingénierie informatiques), ont pu déjà atteindre des marchés étrangers. Tandis que les deux autres (start-up2) et (start-up4) ne couvrent que le marché national.

**Tableau 3. Profil des entrepreneurs**

	E1 (start-up1)	E2 (start-up2)	E3 (start-up3)	E4 (start-up4)
Age de l'entrepreneur	29	30	27	25
Diplôme	Master en génie logiciel	Ingénieur en Informatique	Master sécurité informatique	Master en géologie pétrolière
Activité précédente	Responsable commercial	Ingénieur en télécom	Freelance	Aucune
Formation en entrepreneuriat	Oui	Non	Non	Oui
Capacité en gestion	Assez forte	Assez forte	Forte	Moyenne
Motivation personnelle	La passion de créer et gérer	La passion d'entreprendre, de créer des nouveautés, avoir un impact dans la société	Réaliser ses rêves et faire ce qu'il aime.	Volonté d'aider les élèves.
Ambition initiale	Créer de la valeur et avoir une renommée	Faire croître l'entreprise	Réaliser ses idées.	Création d'un site web éducatif.
Ambition future	réaliser le plus haut taux de croissance possible sur le plan national et international.	Elargir le plus possible le rayonnement du marché.	Faire croître l'entreprise.	Croître pour faire de la plateforme la première destination des élèves.

Source : établie par les chercheurs.

Les entrepreneurs créateurs dirigeants des start-ups étudiées sont des jeunes, leur âge varie entre 25 et 30 ans. Les trois premiers cas (E1, E2 et E3) ont des profils semblables. Il s'agit jeunes universitaires ayant suivi des formations relevant du domaine de l'informatique. Ils ont de l'expérience professionnelle, ce qui a leur permis d'acquérir certaine capacité en matière de gestion de leurs entreprises.

Par contre l'entrepreneur (E4) est quelque peu différent des autres en terme sa formation qui est loin du domaine de l'informatique (géologie pétrolière), il est aussi le plus jeune et il n'a pas d'expérience professionnelle, par contre il a suivi une formation dans le domaine de l'entrepreneuriat.

#### **4.2.2. L'influence du profil de l'entrepreneur sur la croissance de la start-up :**

Les start-ups de notre échantillon sont de petites nouvelles entreprises ayant moins de cinq ans d'existence, mais elles sont en plein croissance. En effet, ces start-ups, au cours de leurs premières années, ont enregistré une croissance dans

leurs emplois avec une hyper croissance de leurs chiffres d'affaires qui dépasse les 100% dans trois cas et plus de 80% dans un seul cas.

Ces start-up sont créées et gérées par de jeunes entrepreneurs dont trois cas (E1, E2 et E3), ont de l'expérience professionnelle car ils ont été des employés spécialisés dans d'autres entreprises avant de se lancer dans la création de leurs start-up. Ils sont passionnés par l'entrepreneuriat, motivés par la créativité et la réalisation de leurs idées et rêves. Ils sont très ambitieux en termes de croissance de leurs entreprises. Ces entrepreneurs se sont orientés vers la croissance de leurs entreprises en se basant sur le capital humain résultant de leurs formations spécialisées et leurs expériences professionnelles. Ces constatations nous permettent de dire que la formation influe sur le choix du type d'activité qui à son tour influe sur la croissance en termes de rayonnement de marché.

Pour le quatrième cas (E4), qui a suivi une formation dans le domaine de l'entrepreneuriat, considère que sa capacité en gestion est moyenne. Sa motivation personnelle réside dans sa volonté d'aider les élèves dans leurs études. Cette motivation est la résultante de son vécu quand il était élève. Son ambition initiale était simple, mais après la réussite il aspire la croissance. Toutefois, il est très motivé et présente une grande ambition pour faire croître son entreprise. A travers ces considérations, nous soutenons l'avis de (Audretsch, 2015) qui fait valoir que les entrepreneurs qui découvrent que leurs capacités dépassent leurs attentes élargissent l'échelle de leurs entreprises.

Globalement, nos résultats montrent que les cas étudiés sont de véritables entrepreneurs. Ils sont très motivés avec de grandes ambitions orientées vers la croissance de leurs start-ups en se basant sur leur capital humain et de leurs savoirs faire. Les quatre cas déclarent avoir une ambition de croissance substantielle. Ce résultat confirme l'avis de (Allinson, et al, 2015), selon lequel l'ambition de croissance était plus élevée chez les jeunes propriétaires d'entreprise. Et celui de (Chanut-Guieu & Guieu, 2015) soulignant que l'entrepreneur doit avoir une réelle volonté d'entreprendre, se fonder sur l'expérience et rendre les circonstances favorables. Leurs résultats suggèrent que le leader équilibre entre la créativité et la routine pour maintenir l'hyper-croissance.

Ainsi nous confirmons notre hypothèse selon laquelle nous considérons que le capital humain et les motivations de l'entrepreneur influencent positivement la croissance de sa start-up, tout en gardant dans l'esprit qu'il y a plusieurs d'autres facteurs d'ordre externe et interne.

En effet, des études ont constaté que la croissance des entreprises était systématiquement liée à certains facteurs internes relevant des caractéristiques propres à l'entreprise. Par exemple, (Hall, 1987) ; (Dunne, Roberts, & Samuelson, 1989) et (Audretsch, 1995), 1995) ont établi non seulement que la probabilité de survie d'un nouvel entrant est assez faible, mais que la probabilité de survie est positivement liée à la taille et à l'âge de l'entreprise. Aux États-Unis, les petites entreprises affichent des taux de croissance systématiquement plus élevés que leurs homologues plus grands (Geroski, 1995). L'avantage de croissance des petites et nouvelles entreprises par rapport aux grandes entreprises s'est avéré encore plus grand dans les industries de haute technologie (Audretsch, 1995). Les taux de croissance sont encore plus élevés pour les petites et jeunes entreprises des industries à forte intensité de savoir (Audretsch, 2012), ce qui est le cas des start-ups de notre échantillon.

**Conclusion :**

L'objectif de cet article est d'étudier le rôle du capital humain et des motivations personnelles de l'entrepreneur dans la croissance de sa start-up. Après avoir établi théoriquement le rôle clé du dirigeant dans l'orientation choisie en matière de croissance pour son entreprise, nous avons, à travers l'étude de quatre cas, essayé de comprendre comment le capital humain, les motivations personnelles et les ambitions de l'entrepreneur influent sur son orientation stratégique en termes de croissance de sa start-up. Notre hypothèse centrale sur le lien entre profil déterminé par le capital humain et les motivations personnelles de l'entrepreneur dirigeant et la croissance de sa start-up, s'en trouve renforcée conformément à la logique abductive.

En fin nous considérons qu'il est important de comprendre le processus de croissance d'une start-up. L'étude de la croissance prépare les propriétaires / gérants à prendre des décisions stratégiques et à élaborer des plans d'expansion. La revue de la littérature mentionnée ci-dessus suggère qu'il existe de nombreuses études sur l'identification du stade de croissance d'une entreprise, mais il y a une pénurie de données sur la façon dont ces entreprises se développent notamment les entreprises de forte croissance dites start-ups et quels sont les facteurs d'influence. Dans chaque géographie, les caractéristiques des entreprises diffèrent, ils sont uniques et fonctionnent dans des conditions socio-économiques uniques. Il est nécessaire d'étudier comment les facteurs environnementaux internes et externes affectent la trajectoire de croissance suivie par les start-ups. Ces études sont encore plus importantes et utiles dans le contexte algérien qui enregistre une faible densité de création de PME dont les start-ups ne présentent qu'une part négligeable.

Ces dernières années, l'Algérie a pris conscience de l'importance d'avoir des start-ups innovantes pour créer de la croissance et des exportations. Dans ce cadre il est dans l'extrême urgence de repenser l'écosystème actuel et de promouvoir une collaboration public-privé pour la mise en place d'une configuration adaptée aux besoins de l'ensemble des parties prenantes (start-ups, investisseurs, structures d'accompagnement, structures de formation et autres), afin de créer un climat favorable à la création des start-ups par les jeunes algériens qui font preuves de grande ambitions et de créativité.

**Références bibliographiques :**

- Agarwal, R., Echambadi, F., & Sarkar, M.** (2004), Knowledge Transfer through Inheritance: Spin-out Generation, Development and Performance. *Academy of Management Journal*, 47., 501-522.
- Aldrich, H. E.** (1999), *Organizations Evolving*. Newbury Park,: CA: Sage.
- Allinson, G., Braidford, P., Houston, M., & Stone, I.** (2015). *Understanding Growth in Small Businesses*,. London: BIS RESEARCH PAPER NUMBER 216, MARCH, Department for Business, Innovation and Skills, Durham Business School/St Chad's College, London.
- Audretsch, D. B.** (1995). *Innovation and Industry Evolution*, . Cambridge:: MIT Press.
- Audretsch, D. B.** (2012.). *Determinants of High-Growth Entrepreneurship*. Report prepared for the OECD/DBA International Workshop on —High-growth firms: local policies and local determinants|| . Copenhagen, : University of Indiana – United States.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G.** (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal* 44(2),, 292-303.
- Becker, G. (1964). *Human Capital*, . New York,: Columbia University Press, 2nd edn. 1975 and 3rd 1994.

- Benslimane, S., Gallié, E., & Guichard, R.** (2009). Economic impacts of public subsidies on young innovating SME's performances: the case of the French National Competition for creation of New Technology-based Firms. Cahier de Recherche 2009-05. Université de Paris Dauphine.
- Bertoni, F., Ferrer, M., & Martí, J.** (2013). The different roles played by venture capital and private equity investors on the investment activity of their portfolio firms. *Small Business Economics*, 40(3), 607-633.
- Boissin, J. P., Chalus-Sauvannet, M. C., Deschamps, B., & Geindre, S.** (2009). Profil de chercheurs primoentrepreneurs et stratégies de croissance de la jeune entreprise innovante. *Revue Internationale P.M.E.*, 22(2), 41-65.
- Cassar, G. (2007). Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth. *Entrepreneurship and Regional Development* 19(1), 89-107.
- Chanut-Guieu, C., & Guieu, G.** (2015). L'entrepreneur visionnaire au cœur de l'hypercroissance. *Entreprendre & Innover*, 24, 27-36.
- Clark, D., Berkeley, N., & Steuer, N.** (2001). Attitudes to growth among owners of small and medium-sized enterprises and the implications for business advice: Some evidence from the clothing industry in Coventry. Research Note. *International Small Business Journal* 19, 72-77.
- Cliff, J. E.** (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 523-542.
- Colombo, M. G.** (2005a). Founders' human capital and the growth of new technology based firms: a competence-based view. *Research Policy* 34, 795-816.
- Colombo, M., Delmastro, M., & Grilli, L.** (2004). Entrepreneurs' human capital and the start-up size of new technology-based firms. *International Journal of Industrial Organization* 22, 1183-1211.
- Cooper, A., & Bruno, A.** (1977). Success among high-technology firms. *Business Horizons* 20, 16-22.
- Davidsson, P.** (1989a). Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth. Doctoral dissertation. Stockholm: Stockholm School of Economics.
- Davidsson, P., Steffens, P., & Fitzsimmons, J.** (2009). Growing profitable or growing from profits: Putting the horse in front of the cart. *Journal of Business Venturing* 24(4), 388-405.
- Delmar, F.** (1997). Measuring growth: Methodological considerations and empirical results. Dans R. Donckels, & A. (. Miettinen, *Entrepreneurship and SME Research: On Its Way to the Next Millennium*. VA: Ashgate, (pp. 190-216). Aldershot, : UK and Brookfield,.
- Delmar, F., Davidsson, P., & Gartner, W.** (2003). Arriving at the high-growth firm. *Journal of Business Venturing* 18(2), 189-216.
- Dunne, T., Roberts, M., & Samuelson, L.** (1989). The Growth and Failure of U.S. Manufacturing Plants. *Quarterly Journal of Economics*, vol. 104, 671-698.
- Evans, D. S.** (1987). The relationship between firm growth, size, and age: Estimates for 100 manufacturing industries. *The Journal of Industrial Economics* 35(4), 567-581.
- Fazzari, S., Hubbard, R., & Petersen, B.** (1988). Financing constraints and corporate investment. *Brookings Papers on Economic Activity*, 1, 141-195.
- Feeser, H., & Willard, G.** (1990). Founding strategy and performance: a comparison of high and low growth high tech firms. *Strategic Management Journal* 11, 87-98.
- Foss, N.** (1993). Theories of the firm: contractual and competence perspectives. *Journal of Evolutionary Economics* 3, 127-144.
- Freel, M., & Robson, P.** (2004). Small firm innovation, growth and performance. *International Small Business Journal*, 22(6), 561-575.
- Geroski, P. A.** (1995). What Do We Know About Entry,. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), December.
- Gupta, P. D., Guha, S., & Krishnaswami, S.** (2013). Firm growth and its determinants. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2:15.
- Hall, B.** (1987). The Relationship Between Firm Size and Firm Growth in the U.S. Manufacturing Sector. *Journal of Industrial Economics*, 35 (June), 583-605.
- Heshmati, A.** (2001). On the growth of micro and small firms: evidence from Sweden. *Small Business Economics*, 17(3), 213-228.
- Hodgson, G.** (1989). Competence and contract in the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior and Organization* 35, 179-201.

- Human, S. E., & Matthews, C. H.** (2004). Future expectations for the new business. Dans K. G. W. B. Gartner, *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation*. (pp. 94–103.). Thousand Oaks, CA.: Sage.
- Janssen, F.** (2011). *La croissance de l'entreprise: Une obligation pour les PME ?* Bruxelles: De Beock.
- Kouame, S.** (2012). Le financement, levier de performance des Jeunes Entreprises Innovantes. *Entreprendre & Innover*, 16(4), 7-8.
- Kruger, M.** (2004). *Entrepreneurial theory and creativity* (chapter 2). University of Pretoria. <http://upetd.up.ac.za/thesis/>.
- Lasch, F., Le Roy, F., & Yami, S.** (2005). Les déterminants de la survie et de la croissance des start-up TIC., *Revue Française de Gestion*, Mars/Avril, 31, 155, , 37-56.
- Lorunka, C., Kessler, A., Frank, H., & Lueger, M.** (2011). Conditions for growth in one-person startups: a longitudinal study spanning eight years. *Psicothema*, 23(3), 446–452.
- Low, M., & MacMillan, I.** (1988). Entrepreneurship, past research and future challenges. *Journal of Management*, 14., 139-161.
- Mateev, M., & Anastasov, Y.** (2010). Determinants of small and medium sized fast growing enterprises in central and eastern Europe: a panel data analysis. *Financial Theory and Practice*, 34(3), 269–295.
- Mazzucato, M.** (2014). High-growth firms in changing competitive environments: the US pharmaceutical industry (1963 to 2002). *Small Business Economics*, January , 44(1).
- Mincer, J.** (1974). Schooling, Experience, and Earnings. *New York, NY: Columbia University Press.*
- Moati, P., Mazars, M., & Pouquet, L. R.** (2006). Croissance des jeunes entreprises et territoires. *Revue d'économie industrielle*, 113., 61–82.
- Morone, P., & Testa, G.** (2008). Firms' growth, size and innovation – an investigation into the Italian manufacturing sector. *Economics of Innovation and New Technology*, 17(4), , 311–329.
- Rédís, J.** (2007). Financement et trajectoires de développement des start-up françaises de TIC (1998-2005). *9ème Journée d'Etude de l'Académie de l'Entrepreneuriat « Finance Entrepreneuriale », ISTM-CCIP.*
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., & Autio, E.** (2003). *GEM 2003 Global Report*. Kansas, MO: Kauffman Foundation.
- Ries, E.** (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York, NY, USA: Crown Publishing Group.
- Sahut, J. M., Peris-Ortiz, M., & Teulon, F.** (2019). Les start-up et PME à forte ou hyper croissance: comprendre les enjeux et les raisons de leur performance. *Revue de l'Entrepreneuriat • January* .
- Sakari, S., Puhakka, V., & Mainela, T.** (2016). A Start-Up Ecosystem as a Structure and Context for High Growth. *in (ed.) Global Entrepreneurship: Past, Present & Future. In Advances in International Management*, Vol. 29, Emerald Group Publishing Limited, , 179-199.
- Schultz, T. W.** (1959). Human wealth and economic growth. *Humanist* 2., 109–17.
- Schumpeter, J.** (1934). *Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA. : Harvard University Press.
- Storey, D. J.** (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge.
- Stuart, R., & Abetti, P.** (1990). Impact of entrepreneurial and management experience on early performance. *Journal of Business Venturing* 5., 151–162.
- Tarillon, C.** (2017). Comment soutenir la croissance des start-up ? Une analyse au travers des représentations des dirigeants en matière de croissance et de gouvernance. *10ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation AEI DAKAR – 6,7 et 8 décembre* .
- Tregear, A.** (2005). Lifestyle, growth, or community involvement? The balance of goals of UK artisan food producers. *Entrepreneurship and Regional Development* 17, , 1–15.
- Vroom, V. H.** (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley.
- Westhead, P., & Cowling, M.** (1995). Employment change in independent owner-managed high technology firms in Great Britain. *Small Business Economics* 7, , 111–140.
- Wiklund, J., & Shepherd, D.** (2003). Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies* 40(8), , 1911–1941.
- Wiklund, J., Davidsson, P., & Delmar, F.** (2003). What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes towards growth. *Entrepreneurship Theory and Practice* 27(3), , 247–269.
- Wright, M. R., Hart, M., & Carter, S.** (2015). Joining the dots: Building the evidence base for SME growth policy. *International Small Business Journal*, 33(1), , 3-11.