L'ENTREPRENEURIAT: ENTRE OPPORTUNITES ET DEFIS

ETUDE DE CAS MAISON ENTREPRENEURIAT DU CENTRE UNIVERSITAIRE DE TIPAZA

ENTREPRENEURSHIP: BETWEEN OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

ENTREPRENEURSHIP HOME STUDY OF TIPAZA UNIVERSITY CENTER

Nawel Benlakehal[1], Abed Nassira[2]

[1]centre universitaire Tipaza(Algerie), benlakehal.nawel@cu-tipaza.dz
Université chlef (Algerie), N.Abed.univ-chlef.dz

Received: 07/11/2019 Accepted: 11/11/2019 Published:15./11/2019

Resumé :

La littérature entrepreneuriale nous a appris que la réussite d'une aventure entrepreneuriale ne dépend pas uniquement d'un environnement favorable à la création mais également des caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneuriat en Algerie est qualifie comme un « entrepreneuriat de survie » ou l'entrepreneur crée son entreprise par contrainte socialepar nécessité et non pas pour exploiter une opportunité. Notre travail cherche à décrire l'état des lieux de la culture entrepreneuriale et son impact sur la diffusion de l'esprit d'entreprise chez les femmes en Algérie Mots clés : entrepreneuriat féminin , innovation, formation

Abstract :

The entrepreneurial literature taught us that the success from an entrepreneurial adventure does not depend solely on favorable environment to creation but also on characteristics of the entrepreneur. The entrepreneurship in Algeria is qualified like an "entrepreneurship of survival" where the entrepreneur sets up his company by social constraint; he sets up by need and not for exploiting an opportunity. Our work seeks to describe the inventory of fixtures of the entrepreneurial culture and its impact on the diffusion of the corporate culture to the Algerian women.

Key words: women entrepreneurship, innovation, training

JEL Classification Codes: M1,l25

Nawel Benlakehal, . benlakehal.nawel@cu-tipaza.dz

.

1. INTRODUCTION

Pourquoi développer l'esprit d'entreprendre aux universités ?
Certains répondront : pour des raisons purement économiques! D'autres diront « Éduquer à l'entrepreneuriat, c'est faire référence à des valeurs telles que la confiance en soi, l'initiative, la créativité, l'esprit d'équipe, l'estime de soi, la passion, la réalisation de soi, la volonté et la motivation d'agir, le goût d'apprendre, la curiosité intellectuelle, le goût du dépassement, le goût du travail bien fait »

Voilà des attitudes que nous ne pouvons ignorer en éducation!
On peut considérer comme éducative et propice au développement entrepreneurial
toute activité pédagogique individuelle ou collective favorisant la mise à contribution des qualités et attitudes exprimant une volonté d'entreprendre.la formation générale complémentaire, présente dans tous les programmes universitaires, vise à mettre l'étudiant en contact avec d'autres domaines du savoir que ceux qui caractérisent la composante spécifique de son programme d'études théoriques et techniques.

2. L'entrepreneuriat

Pour cerner le concept de l'entrepreneuriat on a cité trois (03) définitions

1ère définition :
L'entrepreneuriat est un état d'esprit ainsi que le processus de création et de développement de l'activité économique par la combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ ou l'innovation et d'une saine gestion dans une organisation nouvelle ou existante

2éme définition :
L'entrepreneuriat est une dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaires par un ou plusieurs individus via la création de nouvelles organisations à des fins de création de valeur.

3éme définition :
Est un esprit qui consiste non seulement en la capacité à avoir des idées nouvelles et à prendre des risques pour les mettre en œuvre mais également en la capacité à manager et à mener à bien un projet.

1.1Créativité

Drucker (1985) a soutenu que l'innovation est l'outil d'esprit d'entreprise. De plus, l'innovation ainsi que que l'esprit d'entreprise exigent de la créativité.

La créativité est un processus par lequel se définit un changement. de nouvelles idées, de nouvelles méthodes.

Mihaly (1997) : La créativité est la capacité de faire ou d' apporter dans des existences quelque chose de nouveau, soit une nouvelle solution d'un problème, une nouvelle méthode ou un dispositif, ou un nouvelle forme.

Wyckoff (1991) définit la créativité comme ce qui est nouveau et utile.

La créativité est l'acte de voir des choses d'une manière différente de ce que voit les autres. La créativité se déplace du connu à l'inconnu.

Aucun entrepreneur ou entreprise malgré son succès ou sa taille importante pourra continuer à occuper une place de gouvernance seulement sauf s'il reconnaît que les affaires modernes opèrent dans un monde qui change très rapidement créant de nouveaux problèmes ,risques et d'opportunités ce qui exige la mobilisation les ressources pour faire face à l'impact de ces changements.

Pour réaliser un succès, l'entrepreneur et l'entreprise devraient connaître où la société va et Comment elle arrivera. Ceci exige une définition claire des affaires de l'entreprise qui lui permettra continuellement d'adopter des opérations réalisant sa place au marché ce qui représente la pierre angulaire de sa survie et de sa croissance.

1.2L'innovation :

L'innovation est définie comme un apport de valeur ajoutée concernant un produit ;une méthode ou un processus c'est l'exploitation de nouvelles idées.

Les mots clés sont donc « ajouter et créer ».

L'innovation concerne donc un produit ou un processus créés à partir de zéro et ont on fait preuve d'un bon fonctionnement ; ou d'un changement

pour un meilleur fonctionnement pour répondre à des besoins de manière différente, c'est l'innovation sur ce qu'existe déjà .

L'innovation et l'entrepreneuriat sont des moteurs fondamentaux de l'économie.

l'innovation qu'elle soit conduite par un entrepreneur indépendant ou générée par les membres d'une organisation déjà établie constitue un aspect essentiel des stratégies concurrentielles, dont elle peut établir ou au contraire mettre en cause la pérennité. C'est également l'une des voies de développement. Pour sa part, l'entrepreneuriat est à l'origine de toutes les entreprises. L'innovation et l'entrepreneuriat sont liés par le même souci de créativité, qu'il s'agisse d'élaborer de nouveaux produits, de nouveaux services, de nouveaux procédés ou de nouvelles organisations. Pour les entreprises privées confrontées à un environnement concurrentiel, l'innovation est souvent une condition de survie. Pour les organisations de service public, la pression budgétaire et les exigences croissantes des usagers imposent des innovations toujours plus nombreuses, voire des formes particulières d'entrepreneuriat.

2. L'acteur de l'entreprenariat :l'entrepreneur

Les chercheurs de l'entreprenariat s'accordent à signaler

« que nul n'est programmé génétiquement pour devenir entrepreneur, on nait pas entrepreneur mais on le devient »

Car l'entrepreneur est un mode de comportement, il apparaît comme un individu lequel est considéré comme « l'acteur clé »de l'esprit de l'entreprise Est celui qui introduit et conduit l'innovation, c'est celui qui exécute de nouvelles combinaisons, il réalise **quelque chose d'autre que ce qu'il accomplit par la conduite habituelle,** il possède **un coup d'œil** particulier et sait agir en dehors **de la routine,** il ne suit pas le chemin il le construit : il ne suit pas un plan il l'élabore.

Il apporte du nouveau qu'il n'est pas facile d'imposer.

L'entrepreneur doit **deviner** et faire preuve de créativité , une créativité qui n'échappe pas au risque d'échouer.

Il ne suit pas le chemin ,il le trace

Il ne suit pas un plan, il l'élabore.

2.1. Entrepreneur et Manager

Pour distinguer l'entrepreneur du manager on a élaboré le tableau suivant :

Table 1. l'entrepreneur et le manager

Entrepreneur	Manager
Dresse ses propres objectifs	Ses objectifs sont négociés ou imposés
Tolère l'ambigüité	Besoin d'un système, d'un plan
Supporte le risque	Réduit le risque personnel
Orienté réalisation	Orienté processus/pouvoir

3. Caractéristiques de l'entrepreneur :

- ***innovateur*** : « sans entrepreneurs le monde ne serait toujours qu'une idée »

il suppose de nouvelles idées et développement des compétences dans l'élaboration de nouvelles combinaisons plus vite et mieux que les concurrents.

3.1 Créateur de valeur :

il est considéré comme porteur de richesses et d'emplois pour la nation.

Ainsi plusieurs études empiriques ont démontrés les liens forts entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique.

3.2 opportuniste :

a la quête d'opportunités ou de nouveautés de manière à mieux répondre au marché ou à ouvrir un nouveau marché **.**

La détention des opportunités provient souvent d'une recherche plus au moins explicite d'informations.

3.3 forte confiance en lui :

ils est par définition optimiste et croit en sa « bonne étoile »

3.4 ingénieux :

qui sait habilement organiser les ressources (nécessairement limitées) et met tout en œuvre pour développer et commercialiser son innovation.

3.5 pragmatique :

« on préfère un entrepreneur de classe A avec une idée de classe B que l'inverse » (réaliste non rêveur)

3.6 indépendant :

il est peu enclin à se plier à l'autorité ,d'ailleurs il préfère gagner moins tout en étant son « propre chef ».

3.7 joueur :

sujet à des intuitions, il aime les défis pour les défis, l'entrepreneur est un aventurier qui agit dans un contexte d'incertitude, il se caractérise par un esprit particulier parce qu'il assume un risque économique, financier et commercial.

3.8 motivé :

par un besoin débordant de réalisations ,ou le profit permet de compenser les premiers couts voire de financer le succès.

4. Types d'entrepreneurs

Pour ce qui est typologie d'entrepreneurs on en registre deux (02) types, et la logique de segmentation et selon l'ordre de priorités, Selon la motivation dominante : Autonomie ou pouvoir, ce qui donne deux attitudes différentes donc deux démarches différentes

On retrouve le type d'ordre PIC qui prime la pérennité sur l'indépendance et la croissance, et le type CAP qui prime la croissance sur l'indépendance et la pérennité

Deux grands archétypes d'entrepreneurs découlent de leurs compétences génériques, soit les experts qu'on appelle les **PIC**, les développeurs que l'on surnomme les **CAP**.

L'expert préfèrera conserver et contrôler son patrimoine en misant sur son savoir-faire technique tandis que le développeur mobilisera son équipe afin de saisir les opportunités de croissance de son entreprise. Mais attention, comme il n'existe pas de style pur, les nuances ont leur place. Tous les entrepreneurs sont un peu des deux styles.

Table 2. typologie des entrepreneurs

Life style entrepreneur	Entrepreneur de croissance
Autonomie par-dessus tout Si possible seul Peu/pas d'équipe si ce n'est quelques aidants Peu /pas de partenaires Autosuffisance= Autofinancement	Le pouvoir par la taille de l'organisation Partage avec une équipe solide Partenaires financiers= les moyens de ses ambitions

Croissance= les ambitions de ses moyens La totalité de la tartelette	Une part du gros gâteau

4.1 L'entrepreneur PIC : Pérennité- Indépendance - Croissance

Il faut marquer que l'entrepreneur PIC gère une affaire familiale donc il a le souci de pérennité de l'affaire et participe dans l'accumulation des richesse en réinvestissant les profits.

Analogue à l'entrepreneur artisan : il utilise des capitaux familiaux

Le développement de l'affaire est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance c'est-à-dire à la capacité de l'entrepreneur et de sa famille à créer des richesses qui seront réinvesties dans l'affaire.

L'entrepreneur expert Craignant l'endettement, il préfère conserver et accumuler son patrimoine plutôt que d'avoir à le partager avec des associés à l'extérieur de sa famille. Son but n'est pas de faire croître son entreprise et de gérer beaucoup d'employés, mais de miser sur son expertise afin de créer son propre emploi et de faire suffisamment d'argent pour en vivre.

Il connaît son travail par cœur et possède un souci élevé du détail. C'est lui le *boss* et il a tendance à tout surveiller. Il dispose donc d'un pouvoir d'expert qui l'amène à garder un contrôle direct sur toutes les activités de son entreprise,

Sur le plan des opportunités, il n'ira pas au devant des besoins de ses clients afin de leur proposer quelque chose de nouveau, mais il s'adaptera facilement à leurs demandes. En ce qui concerne les stratégies, il préfère se spécialiser dans de nouvelles niches de marché où il peut exercer un contrôle d'acier ou encore lancer un meilleur produit que la concurrence. Son objectif, consiste à faire en sorte que son entreprise devienne la plus rentable ou la plus productive possible. Il prend d'ailleurs le temps de l'améliorer, de la modifier petit à petit, pour la rendre de plus en plus performante. lI a développé, au fil des ans, une méthode qui lui permet de faire des affaires d'une manière très efficace et organisée, mais en revanche, qui évolue peu. Les entreprises gérées par les experts brillent par leur efficacité. Plusieurs atteignent d'ailleurs un haut niveau d'excellence.

4.2 L'ent**repreneur CAP : croissance forte- Autonomie- peu de pérennité**

Le type CAP s'oriente vers les activités les plus rentables sans se soucier du transit.

La croissance est un objectif principal, on dira ici qu'il s'agit des opportunistes qui cherchent à jouer des turbulences offertes par les mutations de l'environnement pour y trouver des occasions de lancer et/ou développer des affaires rentables, en 2éme rang on trouve l'autonomie puis en dernier lieu la perennité.

L'entrepreneur-développeur aime faire fructifier la valeur des produits et services. Il ne veut pas faire tout lui-même, car il sait qu'il lui manque des connaissances et des compétences clés. C'est pourquoi il s'entoure d'un réseau, d'associés, d'employés souvent plus compétents que lui afin de le compléter.

Opportuniste, il recherche le défi et l'accomplissement de soi plutôt qu'un travail. L'aspect relationnel constitue une de ses principales forces. Il a la capacité de créer des liens de confiance, ce qui facilite la délégation des responsabilités. Il dispose aussi d'une vision globale et une grande capacité d'autocritique, ce qui l'amène à bien percevoir ses forces et ses faiblesses en lien avec ses propres objectifs et ceux de l'organisation. Ce portait de ses compétences ne serait être complet sans nommer sa fluidité créative et sa capacité de résoudre les problèmes complexes. son approche stratégique est riche en émotions puisqu'elle est basée sur sa vision, ses idéaux et son intuition du marché plutôt que sur des faits, des plans et des chiffres. Il n'est pas rare qu'il fasse aussi la promotion de valeurs tant humanistes que commerciales.

Il dispose d'un pouvoir légitime que lui confère son rôle de dirigeant et le confine dans son leadership de croissance. Devant les ressources externes, il est ouvert à ce qu'on le guide dans les activités relatives au développement des marchés, à l'élaboration de stratégies et aux autres questions de nature organisationnelle.

Il ne craint pas d'investir massivement dans de nouveaux moyens qui lui permettront de diminuer ses frais d'exploitation et de prendre de nouveaux marchés afin de devenir le leader incontesté de son industrie. Pour poursuivre

sa croissance, il n'hésite pas à s'endetter ou à faire appel à des investisseurs, pourvu qu'il puisse garder les rênes de son entreprise.

Sachant que les phases de croissance s'avèrent souvent de courte durée, il n'est pas attaché à la pérennité. Il préfère diversifier son entreprise en développant constamment de nouveaux

Que l'on soit "PIC" ou "CAP", c'est l'environnement de la PME déterminera le style le plus approprié.

5. Motivations à l'entrepreneuriat :

Bérangère Deschamps (2001) fait une liste de la plupart des motivations à l'entrepreneuriat évoquées par les célèbres auteurs de la littérature de gestion.

Cette liste est résumée dans le tableau ci-dessous

Propriété	*Carland, Hoy et Carland (1988), Guzman Cuevas (1995).*
Aspect social	Bazabanna (1995), Varlet (1996), Miner (1997).
Emploi / sécurité	Lafuente et Salas (1989), Bazabanna (1995), Siu (1995), Filion (1997).
Prendre les décisions de gestion	Stevenson et Gumpert (1985), Bird (1986), Casson (1991), Guzman Cuevas (1995), Miner (1997), Baron (1998).
Esprit d'entreprise	Stevenson et Gumpert (1985), Drucker (1985), Kets de Vries (1986), Casson (1991), Guzman Cuevas (1995).
Esprit d'initiatives	Shapero (1984), Drucker (1985), Casson (1991),Guzman Cuevas (1995), Deakins (1996), Miner (1997).
Contrôler son destin	Laufer (1975), Bird (1986), Cooper, Woo et Dunkelberg (1988), Davidson (1988), Casson (1991), Chell et Haworth (1993), Ray (1993), Deakins (1996), Miner (1997).
Pouvoir, puissance	Laufer (1975), Lorrain et Dussault (1988), Miner (1990), Casson (1991), Bazabanna (1995), Kets de Vries (1995), Gasse, Bernier, Daigle, D'Amours (1995), Varlet (1996), Miner (1997).
Indépendance /Autonomie	Laufer (1975), Dunkelberg et Cooper (1982), Lafuente et Salas (1989), Casson (1991), Woo, Cooper et Dunkelberg (1991), Cooper et Artz (1993), Bazabanna (1995), Gasse, Bernier, Daigle, D'Amours (1995), Siu (1995), Deakins (1996), Julien et Marchesnay (1996),
Reconnaissance / admiration	Laufer (1975), Dunkelberg et Cooper (1982), Lafuente et Salas (1989), Miner (1990), Woo, Cooper et Dunkelberg (1991), Bazabanna (1995), Kets de Vries (1995), Siu (1995),

Dans un article publié en 1989 (what is an entrepreneur ? is the wrong question) Gartner conscient de l'insuffisance de l'approche par les traits, se propose d'étudier ce que fait l'entrepreneur et met l'accent sur la création d'une organisation, résultat de multiples influences intervenant dans un

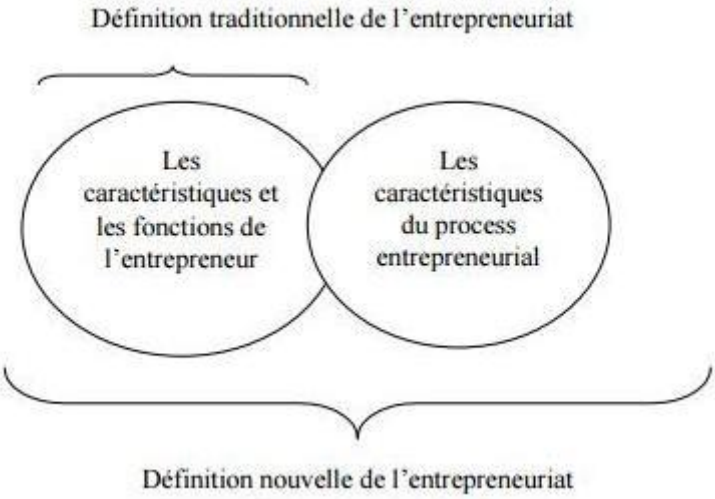
processus complexe. « La recherche sur l'entrepreneur devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non ce qu'il est ». Dans cette ligne, Bygrave (1989) puis Bygrave et Hofer (1991) proposent une définition finale (c) fondée sur deux préalables (a et b) :

a) Un événement entrepreneurial entraîne la création d'une nouvelle organisation pour l'exploiter ; b) Le process entrepreneurial comprend toutes les fonctions, activités et actions inhérentes à la perception d'opportunités et à la création d'organisations pour les exploiter.

c) Un entrepreneur est quelqu'un qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour l'exploiter.

Cette évolution a été ainsi représentée :

Fig. 1 : Définition de l'entrepreneuriat selon Bygrave et Hofer, 1991



Bygrave et Hofer changent donc de focus et se posent quelques questions clés dans le champ de l'entrepreneuriat (voir tableau 1).

Tab3 : les questions clés du champs entrepreneurial selon Bygrave et Hofer (1991)

Centrées sur l'entrepreneur	Centrées sur le processus
1. Qui devient entrepreneur ?	1.Qu'est-ce qui permet de percevoir les opportunités d'une manière efficace et

	performante?
2. Pourquoi devient-on entrepreneur ?	2. Quelles sont les tâches-clés pour créer avec succès de nouvelles organisations ?
3. Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent ?	3. Dans quelle mesure ces tâches sont-elles différentes de celles mises en œuvre pour diriger avec succès ?
4. Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui échouent ?	4. Quelles sont les contributions spécifiques de l'entrepreneur à ce processus ?

Ils ne perdent cependant pas de vue la place centrale de l'entrepreneur dans le processus, ainsi que l'atteste la description des neuf caractéristiques qu'ils associent au process entrepreneurial :

Il est initié par un acte de volonté humaine, l'essence de l'entrepreneurship est l'entrepreneur ; Il se présente au niveau d'une firme individuelle ;

Il implique un changement d'état, un changement de l'environnement d'un état (sans la nouvelle entreprise) vers un autre état (avec la nouvelle entreprise) ;

Il implique la discontinuité particulièrement dans la structure compétitive d'une industrie et parfois même, la création d'une nouvelle industrie ;

C'est un processus holistique qui ne peut être évalué qu'en regardant l'ensemble de tout le système industriel ;

C'est un processus dynamique où l'entreprise et l'industrie auquel elle appartient évoluent constamment ; Il est unique puisque aucune autre tentative de création ne sera exactement la même Il implique de nombreuses variables antécédentes à l'événement entrepreneurial (nombre et positionnement des compétiteurs, ressources, positionnement et stratégie de la nouvelle entreprise, croissance et besoin des clients) ;

Le résultat final du processus est très sensible aux conditions initiales de ces variables

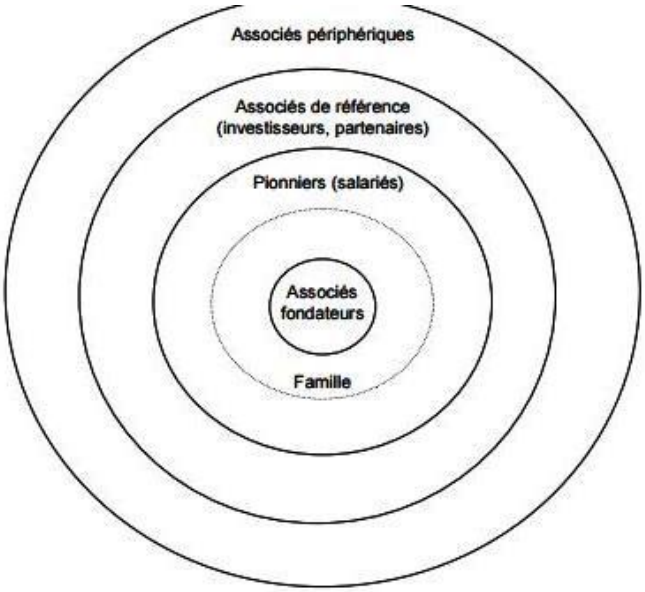
Pour Michel Coster et Hugues Silvestre (2002) le phénomène entrepreneurial s'articule autour de trois dimensions dominantes, l'entrepreneur, l'acte d'entreprendre et l'entreprise, chacune d'entre elle étant structurée par des logiques de fonctionnement débouchant sur des

comportements et des actions permettant au système d'atteindre son équilibre et son efficience (tableau 2).

Tab4: le phénomène entrepreneurial (Coster et Sylvestre, 2002)

Système entrepreneurial	Entrepreneur	L'acte d'entreprendre	L'entreprise
Comportements	Adéquation homme / projet	Ajustements interindividuels et intergroupes	Construction de l'avantage concurrentiel
Logique	Personnelle Economique	Intérêts catégoriels- Personnes - Groupes	Pouvoir de marché

Fig 2 : les acteurs d'un projet de création d'entreprise



Les aspirations/attentes des acteurs de chaque cercle ne sont pas identiques même si tous participent à un objectif commun : la création et le développement d'une entreprise. De plus, les acteurs changent tout au long de l'évolution de l'activité : création, premier développement, croissance. Seront ainsi prise en compte les règles régissant la constitution d'équipe, le gouvernement d'entreprise, les relations famille -entreprise…

Connaissant les logiques de chaque catégorie d'intervenants, l'aboutissement de l'acte d'entreprendre consiste donc à réunir des personnes aux intérêts et objectifs dissemblables tout en parvenant à privilégier une indispensable efficience collective, ce par ajustements interindividuels et collectifs.

- La question à poser n'est pas « Suis-je un bon entrepreneur » mais plutôt: « Ai-je un profil adapté au projet que j'entends développer à la situation que je vise? »
- L'adéquation entre un projet et un entrepreneur potentiel est une condition nécessaire de réussite d'une initiative.
- L'adéquation Homme/Situation passe par un travail de connaissance de soi, complété généralement par un développement personnel.

Pour se connaître en tant qu'entrepreneur potentiel il faut répondre aux questions suivante :

Tab5 : Motivations et type d'entrepreneur

Quelles sont mes motivations?	Le besoin d'accomplissement Le besoin d'indépendance Le besoin de reconnaissance La recherche du pouvoir Le challenge L'enrichissement
Quel type d'entrepreneur suis-je?	Est-ce que je privilégie le PIC ou le CAP?

6. L'université algérienne encourage-t-elle les étudiants à l'entrepreneuriat ?

Le développement économique et social de notre pays dépend de sa capacité à créer et à développer des produits et services nouveaux. La création d'activités et la création d'entreprises participent ainsi pleinement à ce

processus, et il est indéniable que nos diplômés de l'enseignement supérieur soient associés dans cette nouvelle dynamique de culture entrepreneuriale.
Pour rappel, le système d'enseignement supérieur en Algérie est un système public. L'éducation est accessible à tous. "L'Algérie compte un nombre impressionnant d'universités, écoles supérieures, instituts, le nombre de diplômés universitaires s'élève chaque année à environ 600 000.

7. L'expérience de l'université algérienne avec l'entrepreneuriat

On va donner quelques exemples d'initiatives d'étudiants algeriens entant qu'équipes de porteurs de projets ayant créé leurs start-up dans le cadre de la seconde compétition annuelle des jeunes entrepreneurs 2013 organisée par Injaz **El Djazaïr*** , avec la participation de 660 étudiants et 12 grande écoles et universités algériennes, en l'occurrence : USTHB, UST Oran, ESI, EPAU, ENP, ENST, ENSTP, HEC, ENSH, ENSSMAL, INELEC, MBD M'sila.

Injaz El Djazaïr est une filiale d'Injaz Al Arab, une association à but non lucratif qui s'adresse aux jeunes dans 15 pays de la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord). Cette association vise à valoriser le potentiel entrepreneurial de ses étudiants, à travers un programme qui consiste à accompagner des jeunes dans la concrétisation de leurs projets et la création d'entreprise.

Il apparaît que les profils techniques ce sont eux qui créent des entreprises qui correspondent à leur domaine de formation. les écoles et universités algériennes ne donnent pas d'importance au monde de l'entreprenariat.

Solstice : Fondée par des étudiants de l'Inelec, l'entreprise évolue dans le domaine éco-énergétique. Elle produit des portefeuilles accumulateurs d'énergie solaire pour pouvoir charger les téléphones portables n'importe où et à tout moment. Les chargeurs solaires écologiques (Solar-wallet) constituent un alternatif aux chargeurs traditionnels au dos duquel est fixé un petit panneau solaire qui capte la lumière du jour et la transforme en énergie.

Dz Genius : Fondée par des étudiants de l'USTHB, cette start-up propose deux collections de livres pour enfants Mega Ibda3, contenant un

aperçu sur le monde des sciences et de la technologie qui va les aider à apprendre tout en s'amusant et en réalisant des expériences pratiques.

ErgoBios : Une start-up, créée par des étudiants de l'Ecole nationale polytechnique d'Alger, propose une gamme de produits ergonomiques fabriqués à partir de matériaux biodégradables.

PackPub : Une entreprise de communication et de publicité, créée par des étudiants de HEC Alger, ayant pour mission de permettre aux annonceurs de promouvoir leurs produits à travers un nouveau média : les supports alimentaires (boîtes à pizza, gobelets jetables, barquettes de frites, sacs de courses biodégradables...).

Aaslama : Une start-up créée par des étudiants à l'EPAU Alger, a pour objectif la création d'un label algérien de "qualité" en s'alignant avec les standards internationaux de commerce équitable dans une démarche de responsabilité sociétale. Aaslama vise la création d'un produit 100% algérien, qui soit de qualité et qui met en valeur les richesses artisanales, culturelles et touristiques du pays.

8. Les maisons d'entrepreneuriat dans les universités algériennes :

« émergence de nouvelles idées ;porteurs de projets innovateurs »

Dans chaque université Algérienne une maison d'entrepreneuriat a été crée dans un but d'assurer la formation des étudiants au monde des affaires et la création d'entreprise et inculquer l'esprit d'entreprendre et de s'initier a se prendre en charge :au lieu qu'il soit demandeur d'emploi il sera offreur de postes de travail et par cela il va participer à la diminution du chômage en Algérie.

8.1 Mission des maisons d'entrepreneuriat dans les universités Algériennes :

- Sensibilisation des étudiants au monde des affaires avec une orientation vers l'innovation et la créativité
- Inculcation d'esprit d'initiative et d'entreprendre
- Introduction des modules d'entrepreneuriat dans toutes les spécialités Master

- Formation à la création des entreprises par l'accompagnement et le contact avec les différents organismes et opérateurs économiques
-Création d'incubateurs d'entreprises au sein des universités et création des start-up
-Sensibilisation a la création d'entreprise et un choix et non un substitut dans une situation de non – emploi
-Inculcation de la culture du partenariat
- Elaboration des Business-plan et simulation Business –game
- Compétition Meilleur projet

9. expérience maison d'entrepreneuriat du centre universitaire Morsli Abdallah Tipaza(2013-2019)

Sur un total de projets présentés 845 projets 548 projets féminins

Tab 6 : maison d'entrepreneuriat du centre universitaire Morsli Abdallah Tipaza(2013-2019)

secteur	Nbre de projet	Postes offerts
Agriculture	4	12
Industrie	11	28
Tourisme	75	111
Services	381	564
transport	5	12
Artisanat	82	113
	548	840

10. Conclusion

En ce qui concerne les porteurs de projets les sessions de formation a l'entrepreneuriat et la diffusion de la culture entrepreneuriale surtout dans le milieu universitaire ont apporté des comportements très satisfaisants comme :

- Partage des connaissances entre les individus (promoteurs) d'une même société qui veulent relevés des défis.
- Des porteurs de projets avec plus de valeurs, créativités, sens de la responsabilité, autonomie, confiance en soi, solidarité, leadership, tolérance a l'échec, etc….

- Création des start-up.
- Le lancement de plusieurs projets qualitatifs créés par des universitaires.

Pour conclure : *Le leadership ça s'expérimente
*La curiosité ça se développe
*La détermination et la confiance ça se construit
*La créativité ça s'entraine

11. Bibliographie:

- Amabile T.M. (1998) "How to kill Creativity" Harvard Business Review.
- Berrezigz Amina, « La culture entrepreneuriale chez les jeunes entrepreneurs Algeriens », Colloque National sur : les Stratégies d'Organisation et d'Accompagnement des PME en Algérie, Uuniversité Kasdi Merbah ,Ourgla,2008
- BOSMA, N., HARDING, R. (2007), Global Entrepreneurship Monitor, Babson College, Babson Park, MA and London Business School, London.
- Bridges S. O'Neill K. and Cromie, S. (2003) Understanding Enterprises: Entrepreneurship and Small Business. New York: Palgrava MacMillan.
- BURGER-HELMCHEN, (2013), The Economics of Creativity: Ideas, Firms and Markets, Routledge, New York.
- Capdevila, I. (2015), Les différentes approches entrepreneuriales dans les espaces ouverts d'innovation, Innovations, Revue d'économie et de management de l'innovation, ce numéro.
- Chakravorti B. (2004) 'The New Rules for Bringing Innovations to Markets". Harvard Business Review, March. Creativity at Work; Articles and Tips. http:www.creativity@work.com/articlescontent/whatis.htn.
-Cohendet p., HARVEY J. F., SIMON L., Managing Creativity in the Firm : The Fuzzy Front End of Innovation and Dynamic Capabilities, in Burger-Helmchen, T. (ed.), The Economics of Creativity,.
- DYER, J., GREGERSEN, H., CHRISTENSEN, C. (2012), The innovator's DANN : Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators, Harvard Business Review Press.
- FILLIS, I., RENTSCHLER, R. (2010) The Role of Creativity in Entrepreneurship, Journal of Enterprising Culture,

- Firlas Mohamed, « impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes : cad de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou », mémoire de magistère, université de Tizi-Ouzou,2012

- Françoise dany , » Cadres et entrepreneuriat Mythes et Réalités »,les cahiers du gdr cadres,Lyon ;2003

- Frank, L., Jaillot, M. (2015), Créativité entrepreneuriale et relance touristique en Polynésie Française, Innovations, Revue d'économie et de management de l'innovation
- Harris R. (1998) Introduction To Creative Thinking. www.vittualsalt.com. Innovation and Goal – free Living –Stephen Shapiro. http"//www-24-27 innovation.com/innovationorcle.htn.
- Ireland, R. D., Covin, J. G., Kuratko, D. F. (2009), Conceptualizing Corporate Entrepreneurship Strategy, Entrepreneurship Theory and Practice
- Lamarque Eric, « L'entrepreneuriat, un concept pluriel », Les Rencontres entrepreneuriales de l'IFE, du 25 – 27 février 2009
- Melbouci Leïla, « L'entrepreneuriat en Algerie et internationalisation » une approche par le capital social, Université Mouloud Mammeri de Tizi ouzou, ?
- Matt, M., Schaeffer, V. (2015), Le soutien à l'entrepreneuriat académique dans le modèle d'université hub, Innovations, Revue d'économie et de management de l'innovation, ce numéro.
- Moultrie, J., young, A. (2009), Exploratory Study of Organizational Creativity in Creative Organizations, Creativity and Innovation Management
- Mueller, J., Melwani, S.,
Schumpeter, J. A. (1934) The Theory of Economic Development. Cambridge, USA: Harvard University Press.
- Porter, M. E. (1985) Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. USA: Free Press.
- Zammar Rachid, «Conférence Initiation à l'entrepreneuriat », Université Mohammed V-Agdal Faculté des Sciences Rabat,2012