

Evaluation des dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie.

BRAHITI Ibtissem - HEC Alger
MANSOURI Fatma Zohra - HEC Alger
HADDAD Fatma Zohra - HEC Alger

Résumé :

La création et le développement des entreprises sont deux réponses essentielles aux enjeux auxquels nous sommes confrontés aujourd'hui : la croissance, l'emploi, l'innovation, la réduction des déficits et de la dette, la sauvegarde des régimes sociaux...etc. c'est pourquoi les gouvernements donnent une importance capitale à l'activité entrepreneuriale et essayent de mettre en place des politiques de stimulation, d'aides et d'accompagnements destinées aux entrepreneurs et aux porteurs de projets.

Ces politiques ont pour but de mettre en place un climat économique général propice à la création des entreprises (fiscalité et réglementation) et de stimuler l'entrepreneuriat par un ensemble de mesures spécifiques incitatives : aides financières, exonérations fiscales...etc, ou par l'implantation de nouvelles structures et organismes favorisant ce climats d'affaires : pépinières d'entreprises, incubateurs, pôle d'excellence...etc.

Les pouvoirs publics sont désormais conscients de la nécessité d'encourager et développer l'esprit d'entreprise et la culture entrepreneuriale. Ils ont assigné à des institutions publiques, la tâche de concevoir des politiques de promotion de l'entrepreneuriat.

Mot clés : PME, Entrepreneuriat, Dispositifs d'appui et de soutien.

Introduction:

Après une période difficile de son histoire et face à l'ouverture de son marché à la concurrence, avec l'entrée en vigueur de l'accord d'association avec l'union européenne le 22 Avril 2002 à Valence en Espagne et la mise en œuvre de l'accord le 01 Septembre 2005, et la future adhésion à l'Organisation Mondiale du Commerce « OMC », l'Algérie est confrontée à de nombreux défis qui menacent sa compétitivité : parachever le passage d'une économie administrée à une économie de marché, développer ses entreprises privées et accroître ses exportations hors hydrocarbures.

Pour promouvoir ce secteur prioritaire, fortement catalyseur et créateur de croissance et de valeur ajoutée, une loi d'orientation sur la promotion de la PME a été promulguée le 12 Décembre 2001¹. Dans le sillage de cette loi, il a été créé des pépinières d'entreprises, des incubateurs et des centres de facilitations, une agence de développement de la PME (ANDPME), ainsi qu'un fonds de garantie (FGAR) et une caisse de garantie des crédits à la PME (CGCI-PME). En plus de l'allègement des procédures de création de PME, les pouvoirs publics ont mis en place des dispositifs de soutien à la création de l'emploi et la promotion de l'entrepreneuriat : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM), Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI).

L'ensemble de ces dispositifs d'appui ont été créés pour permettre l'éclosion d'un tissu de PME intégré. De par leur nature fonctionnelle et organisationnelle, de même que par leur couverture des besoins de la PME, ils présentent un intérêt majeur pour permettre une meilleure adéquation avec le cadre macroéconomique global. L'objectif de cet article est de déterminer le rôle des dispositifs d'aides à la création d'entreprise pour promouvoir le développement de l'activité entrepreneuriale en Algérie. Après avoir défini et analysé théoriquement le concept d'Entrepreneuriat et sa relation avec « création des PME », s'attèle à l'adapter à la réalité, en se basant sur

¹ Loi N° 01-18 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 Décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise.

les dispositifs d'appui à la création et au développement des PME en Algérie.

1- La théorie entrepreneuriale :

1.1. Définition du concept « Entrepreneuriat » :

Le mot création, comme bien d'autres (décision, action...), désigne à la fois un résultat : ce qui a été créé, en l'occurrence une entreprise nouvelle, mais aussi un processus : action de faire, d'organiser quelque chose qui n'existait pas encore². Ce processus se déroulant dans un environnement particulier. Qui dit action dit nécessairement acteur, quelqu'un ou quelque chose qui agit. Dans la création d'entreprise, ce sujet peut être un individu, une équipe, une ou plusieurs organisations.

L'entrepreneuriat est l'action de constituer une nouvelle organisation et en particulier la création d'entreprise. L'entrepreneuriat peut être une activité qui crée de nouveaux emplois. L'un des experts les plus connus dans le domaine de l'entrepreneuriat, à savoir Robert PAPIN dans son livre intitulé « Stratégie pour la création d'entreprise, Création – Développement », montre clairement que « la création d'entreprise est certainement l'une des dernières aventures du XXe siècle que l'on puisse tenter à moins de 100 mètres de chez soi, cette aventure est coupable de procurer à ceux qui la vivent des plaisirs incomparables car le goût d'entreprendre, le désir d'indépendance et la volonté de maîtriser son propre avenir y trouveront presque toujours leur épanouissement »³, et cette affirmation reste bien sur d'actualité en ce XXI^{ème} siècle.

Pour F.KNIGHT (1967) et Peter DRUCKER (1970), l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques. L'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans un projet risqué.

Selon GASSE, l'entrepreneuriat s'entend comme « l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus ». L'entrepreneuriat crée des

² Le petit Larousse, librairie Larousse, 1980, les éditions françaises Inc., P345.

³ Robert Papin, « Stratégie pour la création d'entreprise », Dunod, 2003, p.1.

activités pour lutter contre la pauvreté, pour produire des biens et services,...utiles à la société.

A.TOUNES considère l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, culturels, politiques et économiques, il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. Il peut s'exprimer sous diverses formes telles que l'entrepreneuriat, l'essaimage, la franchise ou la filialisation⁴.

Les présentes définitions demeurent intéressantes et présentent un intérêt capital en matière de littérature du management et de la conduite des affaires de cette nouvelle économie. Cette dernière prend de l'ampleur à lobe du 21^{ème} siècle ou nous assistons à une seconde révolution managériale, communicationnelle et des technologiques (TIC). Cette révolution porte aussi dans son sens le plus profond l'innovation et l'accélération des changements dans tous les sens et plus particulièrement dans le sens des services.

Le phénomène de création d'entreprise ne porte uniquement sur des aspects logistiques mais plus loin sur des aspects humain et communicationnel conduisant à la production d'une valeur ajoutée liée à ce processus. La création d'entreprise, dans son sens managérial et universel du terme, repose sur la recherche de meilleures opportunités, de l'innovation sans cesse de la part des créateurs d'entreprise. L'entreprise d'aujourd'hui est devenue un espace de création de la richesse et de création ainsi du sens, dans le sens de la protection de l'environnement et de la prise en charge des besoins de développement de la société en général.

1.2. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

Pour VERSTRAETE et FAYOLLE (2005), quatre paradigmes permettent de cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat :

A- Paradigme de l'opportunité d'affaires :

Ce paradigme est réputé le plus récent dans le domaine de recherche en entrepreneuriat. Il est ancré dans les travaux fondateurs

⁴ Tounes.A, L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, 2003, p.30.

de VENKATARAMAN (1997) et SHANE et VENKATARAMAN (2000).ces deux auteurs, se situent parfaitement dans ce paradigme tout en intégrant le paradigme de processus (Découverte, évaluation et exploitation de l'opportunité), « L'approche scolaire : par qui et avec quelles effets les opportunités de créer des biens et des services futurs sont discutés, évalués et exploités. Par la suite, le dépôt implique l'étude des sources d'opportunités; Le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités; Et l'ensemble des individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent »⁵.

BAYGRAVE et HOFER (1991) concilient le paradigme de l'opportunité avec celui de création d'une entité, alors que Timmons l'associe au paradigme de processus ; « entrepreneurship is the process of creating or seizing an opportunity and pursuing it regard less of the ressources currently controlled : L'esprit d'entreprise est le processus de création ou de saisie d'une opportunité et en poursuivant moins les ressources actuellement contrôlées »⁶.dans le même ordre d'idées la saisie d'une opportunité constitue l'approche qui assure la plus forte durabilité au projet (GIRARD ,2007).

B- Paradigme de la création d'une organisation :

Le lien entre opportunité et création d'organisation est suggéré par BYGRAVE et HOFER (1991) dans leur définition de l'entrepreneur : est une personne qui perçoit une opportunité et qui créé une organisation pour la poursuivre »⁷.

Ce paradigme, pour certains, est synonyme d'une entité (ex : une firme), pour d'autres, il inclut également la dynamique conduisant à l'apparition de l'entité ; enfin, parfois, la dynamique (l'action d'organiser) suffit à reconnaître qu'une organisation naît d'un phénomène entrepreneurial. Il convient alors de tenir également compte de ce que les autres appellent la création : Wiliam Gartner

⁵ Shane.S, Venkatarman.S (2000) ; « the promise of entrepreneurship as a field of research », Academy of Management Review, Vol.25, n° 1,2000, p.217-226.

⁶ Timmons.J-A. « New venture creation ». Irwin, McGraw-Hill, 1994,p.7.

⁷ Bygrave.W-D et Hofer.C-W (1991), « Theorizing about entrepreneurship », Entrepreneurship Theory and Practice, Vol.16, N°2, p.14.

parle « d'émergence organisationnelle » et Thierry Verstraete de « L'impulsion d'une organisation »⁸.

Verstraete et FAYOLLE (2004) font référence aux travaux de GARTNER (1995) sur l'émergence organisationnelle. Cette conception permet de concevoir la poursuite d'opportunité comme un processus et comme une construction⁹.

C- Paradigme de la création de valeur :

Le paradigme de la création de valeur (dialogue individu/création de valeur) est clairement illustré par une citation, de Ronstad : « L'esprit d'entreprise est le processus dynamique de création de valeur ajoutée. Cette valeur est créée par des individus qui assument les risques majeurs en termes d'équité, de temps et / ou d'engagement professionnel pour prouver la richesse pour certains produits ou services. Le produit lui-même peut ou non être nouveau ou unique, mais la valeur doit en quelque sorte être infusée par l'entrepreneur en sécurisant et en répartissant les compétences et les ressources nécessaires »¹⁰.

Quelle que soit la nature de bien ou de service produit par l'entreprise (nouveau ou homogène), la création de la valeur est la préoccupation de l'entrepreneur, qui grâce aux divers risques pris, affecte des ressources et des compétences nécessaires à la production.

D- Paradigme de l'innovation :

C'est le paradigme le plus ancien et qui doit son essence à l'économiste Joseph SCHUMPETER ainsi qu'à l'école Autrichienne et, plus récemment, dans les écrits de Petr Drucker « Innovation is the specific instrument of entrepreneurship »¹¹. Selon Julien et Marchesnay (1996) « l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou encore, pour réorganiser l'entreprise, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de

⁸ Verstraete.T et Saporta-B, « création d'entreprise et entrepreneuriat », Editions de l'ADREG, Janvier 2006, p.98.

⁹ Verstraete.T et Fayolle.A (2004), « quatre paradigme pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat », 7^{ème} Congrès International en Entrepreneuriat et PME, Montpellier, p.7.

¹⁰ Ronstand.R-C, Entrepreneurship, Lord Publishing, Dover, 1984, p.7.

¹¹ Drucker.P ; « Entrepreneurship and Innovation : Practices and Principles », NY, Harper Business, p.30.

vendre »¹². Schumpeter 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 »¹³. Ces paradigmes peuvent se combiner, plutôt que s'opposer. Nous proposons la définition suivante : « entrepreneuriat : Initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaires, dont le profit n'est pas forcément d'ordre onéreux, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet d'adresse ».

2- Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise en Algérie :

Conscients de l'importance et des enjeux qui entourent la PME, les pouvoirs publics ont créé des structures de promotion de l'activité entrepreneuriale, des dispositifs d'appui, de soutien et d'accompagnement des promoteurs, pour mieux cerner les points de faiblesses qui entravent la création, la survie et le bon fonctionnement des PME.

Actuellement, il existe une très grande panoplie de dispositifs d'aide à la création et au développement de la PME. Outre leur grande variété, ces dispositifs émanent de plusieurs secteurs.

2.1. Présentation des dispositifs :

Nous présentons les principaux dispositifs d'appui à l'activité entrepreneuriale et à la création d'entreprise comme suit :

- **FGAR (Fonds de Garantie des PME)** : Garantie les crédits aux PME à travers les banques telles que définies par la loi cadre.
- **CGCI PME (Caisse de Garantie des Crédit d'Investissement PME)** : Garantie les crédits aux PME à travers les banques telles que définies par la loi cadre.
- **ANDPME (Agence Nationale de Développement de la PME)** : c'est l'instrument de l'Etat en matière de mise en œuvre de la politique nationale de développement de la PME.

¹² Julien.P-A et Marchesnay.M, *Entrepreneuriat*, Economica, collection poche, 1996, p.30.

¹³ Richomme-Huet.K, *paradigme entrepreneuriaux*, 2^{ème} journée George Doriot, HEC Paris, Mai 2008, p.3.

- **Pépinières d'entreprises** : structures d'accueil, d'hébergement, d'accompagnement et d'appui aux porteurs de projets (PME/TPE).
- **Centres de facilitations** : chargés des formalités de constitution, d'information, d'orientation, d'appui et d'accompagnement des PME en activité ainsi que des porteurs de projets PME.
- **ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes)** : aide et encouragent des jeunes promoteurs : création d'entreprises PME/TPE dont le coût global ne dépasse pas les 10 Millions de dinars.
- **ANGEM (Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit)** : dispositif destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables ainsi que les femmes au foyer. Il prévoit un financement à 100% dont le coût global ne dépasse pas 100 000 DA.
- **CNAC (Caisse Nationale d'Allocation Chômage)** : dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservé aux chômeurs promoteurs de 30-50 ans. Le coût maximum est de 10 millions de dinars.
- **ANDI (Agence Nationale de Développement d'Investissements)** : création d'entreprises (moyennes et grandes entreprises), grands investissements, extensions d'activité, restructuration.

2.2. Caractéristiques dominantes des dispositifs d'appui :

La configuration générale des dispositifs en place fait ressortir la prééminence de trois grandes caractéristiques :

1. première caractéristique : ils sont principalement axés sur la création et le démarrage d'entreprise et notamment l'investissement initial, au détriment des autres phases du cycle de vie de l'entreprise (croissance et consolidation ; développement et maturité). Lorsqu'elles sont prises en compte, ces phases, ne viennent qu'à titre complémentaire et occupent une place périphérique et relativement secondaire.

2. Deuxième caractéristique : c'est la création extensive d'entreprises qui a été privilégiée, le critère principal étant la

maximisation du nombre d'entreprises nouvelles. Ceci traduit l'option prise pour un rattrapage quantitatif du retard accumulé par le secteur de la PME sur terrain de la densification de son tissu. L'orientation de promouvoir l'entrepreneuriat sur une large échelle a conduit à ouvrir tous les créneaux aux promoteurs. Cette ouverture avec possibilité de bénéficier des incitations indistinctement des secteurs, branches ou filières d'activité a été confortée par le fait que les choix de politique industrielle nationale étaient à l'étude. Dès lors ; la seule restriction à l'octroi d'avantages prévus ne pouvait être motivée que par la saturation du créneau. Dans ces conditions, les initiatives se sont naturellement ruées sur des secteurs comme le BTP, le commerce et le transport, tout en s'agglomérant dans le nord du pays, là où se concentre l'essentiel de la demande (les low pending).

Il reste qu'il n'existe pas d'approche particulière et encore moins de dispositifs tournés vers l'émergence d'entreprises « championnes ». Cela démontre l'absence d'actions spécifiques en fonction des secteurs d'activités, dont les objectifs sont d'accroître la compétitive par la mise en place de clusters et de réseaux.

3. Troisième caractéristique : derrière l'orientation extensive, c'est une création d'emploi – qui soit la plus massive possible – qui a été fortement priorisée au détriment des autres rôles que doit jouer l'entreprise dans l'économie et la société. La contribution à la valeur ajoutée a été négligée dans des conditions où les sources d'accumulation nationale continuent de poser sur hydrocarbures.

2.3. Constats :

Par rapport à leurs versions originales, les dispositifs en place n'ont cessé de connaître des améliorations que les pouvoirs publics ont introduites par touches successive, de manière pragmatique et graduelle.

Notre recherche nous a permis de repérer une série d'insuffisances. Celles-ci sont présentées comme suit :

- Un surdimensionnement apparaît dans les missions des organismes d'exécution par rapport aux moyens dont ils ont pu disposer, notamment en matière de recrutement, formation et rémunération des ressources humaines. D'où une certaine

propension légitime de ces organismes à ce concentrer sur l'urgent au détriment du fondamental, ou sur ce qu'ils savent faire le mieux avec le moins de risques.

- Un net déficit ressort dans le management des organismes d'exécution. Ce déficit touche notamment la communication externe en direction du public en général, et en particulier des cibles qui restent hors des canaux institutionnels classiques. Il touche aussi la capacité à prendre le recul nécessaire par rapport aux tâches opérationnelles pour ce doter d'une vision stratégique.
- Chaque dispositif est cloué dans son moule et se veut être une « offre » autonome et complète sans qu'il soit tenu compte des possibilités de passerelles entre elles (exemple : ANGEM/ANSEJ, Centre de facilitation/Pépinière d'entreprise) ni des risques de chevauchement et de redondances : prestations d'accueil, d'orientation, de conseil et d'assistance de base. Les réseaux d'antennes locales mis en place ignorent les possibilités de synergies (ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI, CF).
- La conception de la mise en œuvre reste en général dominée par une logique administrative fondée plus sur des procédures et critères formels et standardisés, que sur un traitement du contenu, de la portée et de l'impact des projets proposés. Le souci de rigueur dicté par l'éligibilité aux avantages (fiscaux et financiers) a abouti à des formalités assimilées par des bénéficiaires à un « parcours du combattant ».
- Quasiment tous les dispositifs sont le fait de l'Etat. Le secteur privé, celui des associations patronales ou autres, n'est pas impliqué dans la promotion de la PME que ce soit par des dispositifs propres (exemple de l'essaimage) ou par leur implication dans les dispositifs publics (exemple du coaching, partenariat, business angels).
- Toutes les institutions publiques concernées ne sont pourtant pas impliquées dans la promotion de la PME. On peut citer les grandes entreprises publiques dont il est de l'intérêt de voir se développer autour de leurs métiers de base, un

ensemble de PME de sous-traitance. L'autre absence flagrante à signaler est celle du secteur universitaire et de la recherche scientifique qui restent en marge des problèmes économiques du pays¹⁴, et celle de l'aménagement du territoire qui tarde à mettre en route des approches et programmes fondés sur l'intelligence territoriale et le marketing territoriale.

- Enfin, les dispositifs en place sont le résultat d'une démarche pragmatique plus que celui d'un schéma directeur préalablement réfléchi. Ils semblent s'être surajoutés les uns aux autres, en fonction des besoins, au fur et à mesure que ceux-ci ont émergé. Cette démarche est parfois concevable (CNAC 2003), mais elle peut aussi échapper des synergies (prolifération de réseaux locaux issus de dispositifs voisins).

Conclusion :

L'Algérie s'est engagée dès le début de la décennie dans une politique volontariste de réformes économiques pour passer à un nouveau pallier de croissance et se préparer suffisamment à l'avance à l'ère de l'après pétrole. Des résultats importants sont déjà enregistrés au niveau du rythme de croissance et au niveau de la stabilisation macroéconomique. La PME est considérée, à juste raison, comme un des leviers les plus importants du nouveau sursaut de croissance, d'une part, comme facteur essentiel de création de richesse et d'autre part, pour son impact sur l'emploi et la diversification des exportations.

Le dispositif institutionnel a évolué de manière significative, témoignant d'une volonté politique affirmée d'assurer la promotion et le développement de l'activité entrepreneuriale en Algérie. La question qui s'impose à cet effet est celle de la capacité du dispositif institutionnel ainsi mis en place à réunir les conditions favorables à l'essor de la PME Algérienne. Question d'autant plus cruciale que l'ouverture économique sur les marchés extérieurs ne va sans induire

¹⁴ Plusieurs forums régionaux ont été réalisés par le Ministère chargé de la PME aux fins de valoriser les résultats de la recherche et établir des échanges et des passerelles avec le mode universitaire.

des risques majeurs pour ces entreprises peu préparées à soutenir la concurrence des entreprises étrangères.

Mais au-delà des carences propres aux entreprises, c'est dans la faible efficacité de la matrice institutionnelle qu'il y a lieu de rechercher le principal écueil à l'essor du tissu de la PME en Algérie. Ainsi, l'environnement institutionnel actuel reste marqué par les pratiques héritées de l'économie administrée qui entravent fortement le développement de l'entrepreneuriat.

Cet article démontre clairement l'importance des dispositifs d'appui à la création d'entreprise dans la promotion de l'entrepreneuriat et le développement des PME Algériennes.

Bibliographie:

- 1- BASSO, O. « *Le manager entrepreneur : entre discours et réalité, diriger en entrepreneur* », Edition Village Mondial, Paris, 2006.
- 2- BOUTILLIER, S., UZUNIDIS, D, « *L'entrepreneur : une analyse socio-économique* », Editions Economica, Paris, 1995.
- 3- BYGRAVE.W-D et Hofer.C-W, « *Theorizing about entrepreneurship* », Entrepreneurship Theory and Practice, Vol.16, 1991.
- 4- DRUCKER.P ; « *Entrepreneurship and Innovation : Practices and Principles* », NY, Harper Business.
- 5- FAYOLLE, A. *Introduction à l'entrepreneuriat*, Edition DONUD, Paris, 2005.
- 6- JULIEN.P-A et MARCHESNAY.M, « *Entrepreneuriat, Economica* », collection poche, 1996.
- 7- MADOU, M. « *Entrepreneur et Pme: approches algéro-française* », Edition L'Harmattan, collection logique sociale, Paris, 2004.
- 8- OCDE. « *Encourager les jeunes à entreprendre : les défis politiques* », Edition OCDE, Paris, 2001.
- 9- ROBERT Papin, « *Stratégie pour la création d'entreprise* », Edition DUNOD, 2003.
- 10- ROSTAND.R-C, « *Entrepreneurship, Lord Publishing* », Edition Dover, 1984.

- 11-RICHOMME-Huet.K, « *paradigme entrepreneuriaux* », 2^{ème} journée George Doriot, HEC Paris, Mai 2008.
 - 12-SHANE.S, VENKATRAM.S : « *the promise of entrepreneurship as a field of research* », Academy of Management Review, Vol.25, n° 1, 2000.
 - 13-SCHUMPETER, J. « *Théorie de l'évolution économique* », Edition Dalloz, Paris, 1935, (Première édition anglaise intitulée "The Theory of EconomicDevelopment" : 1911).
 - 14-TOUNES.A, « *L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE* », thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, 2003.
 - 15-TIMMONS.J-A. « *New venture creation* ». Irwin, McGraw-Hill, 1994.
 - 16-VERSTREATE.T et FAYOLLE.A : « *quatre paradigme pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat* », 7^{ème} Congrès International en Entrepreneuriat et PME, Montpellier, 2004.
 - 17-VERSTREATE.T et SAPORTA-B, « *création d'entreprise et entrepreneuriat* », Editions de l'ADREG, Janvier 2006.
- Le petit Larousse, librairie Larousse, 1980, les éditions fr