

Entrepreneuriat, créativité et enseignement supérieur

Dalila BOURAS

Maître Assistante « A »

Université Sétif 2

Wassila BOURAS

Doctorante

Université Sétif 1

Résumé

Partout dans le monde, on s'est aperçu du rôle des universités dans la promotion d'idées innovantes et du progrès des économies. L'enseignement moderne consiste en l'incitation des étudiants à la créativité en éveillant leurs sens critique et leur curiosité.

La créativité est la génération d'idées nouvelles, elle est source d'innovation qui, elle-même, est source de valeur ajoutée tant indispensable dans le développement économique et social.

L'intérêt porté à la création d'entreprises innovantes a conduit à la promotion de la culture de l'entrepreneuriat en milieu universitaire. L'université s'est vue alors attribuée un rôle qui s'ajoute à ses missions de créer la ressource humaine qualifiée et créative, et se doit de jouer le rôle de promotion de l'entrepreneuriat et va jusqu'à l'accompagnement de ces jeunes dans la création de leurs projets.

L'expérience réalisée par l'université Ferhat ABBAS Sétif 1 témoigne de l'intérêt porté par ses dirigeants pour le futur de ses étudiants et son souci de les insérer dans le monde économique. Les résultats de ces démarches ne sont pas encore commensurables vu que ces initiatives sont assez récentes mais elles démontrent une réelle volonté pour créer un environnement académique stimulant pour les étudiants surtout ceux qui sont dotés d'un esprit créatif.

Abstract

All around the world we noticed the role of universities in the promotion of innovative ideas and the progress of their economies. The modern teaching consists of the incentive of the students in the creativity by awakening their critical sense and their curiosity.

The creativity is the generation of new ideas, it is source of innovation which, itself, is source of added value so essential in the economic and social development.

The interest carried in the new business start-up innovative led to the promotion of the culture of the entrepreneurship in universities. The university saw itself then attributed a role which is added to its missions to create the qualified and creative human resource, and owes play the role of promotion of the entrepreneurship and goes to the support the youth to the creation of their startups.

The experience realized by the university Ferhat ABBAS Sétif 1 testifies of the interest carried by his leaders for the future of his students and its concern to insert them into the economic world. The results of these steps are not still commensurable seen that these initiatives are rather recent but they demonstrate a real will to create an academic

Mots clés : créativité, entrepreneuriat, enseignement supérieur, entrepreneuriat universitaire. environment stimulating for the students especially those who are endowed with an inventive mind.

Key words: creativity, entrepreneurship, higher education, university entrepreneurship.

1. Introduction

Les pays en quête de développement économique et social cherchent à encourager la création de nouvelles entreprises créatrices de valeur ajoutée et génératrices d'emplois. Les entreprises quant à elles, cherchent à rendre leurs produits concurrentiels en s'appuyant sur les idées nouvelles afin de garantir leurs survies, surtout que les idées sont susceptibles d'être contrefaites et exigent d'être sans cesse renouvelées.

L'université est désormais concernée par les préoccupations des gouvernements et elle est encline à produire les ressources humaines nécessaires au développement économique. Son rôle principal serait, en plus d'enseigner des connaissances nouvelles, d'apprendre aux étudiants à utiliser ces connaissances acquises à bon escient et solliciter leur imagination et leur inspiration.

L'entrepreneuriat est encouragé en milieu universitaire afin d'inciter les étudiants les plus inventifs à concrétiser leurs entreprises. Nous tenterons à travers cette communication de montrer comment l'enseignement supérieur pourrait inciter les jeunes diplômés à l'entrepreneuriat comme moyen d'épanouissement social et contribuer ainsi au développement économique des territoires où ils seront implantés.

2. Méthodologie

Pour aboutir à notre objectif annoncé plus haut, nous devons, au départ, clarifier et mettre en évidence les concepts de créativité, d'entrepreneuriat puis nous nous intéresserons aux méthodes universitaires qui favorisent la créativité des étudiants et assurent la promotion de la culture d'entrepreneuriat dans les milieux universitaires. Chemin faisant, nous attesterons l'importance de l'interaction entre le milieu universitaire et le monde des affaires. Pour étayer ces aspects théoriques, nous nous sommes intéressées au cas de l'université de Ferhat Abbas Sétif 1 qui s'est lancée dans des réformes sérieuses à l'instar de beaucoup d'autres universités algériennes orientées vers la création de liens forts entre les acteurs économiques et universitaires.

2.1. La créativité

Aussitôt le mot lancé, qu'une sensation à la fois de plaisir et de curiosité nous guette. C'est souvent une notion associée dans notre esprit à la nouveauté et à la liberté. Serait-ce parce que c'est une façon de contourner les contraintes et le conformisme social, un processus cognitif favorisant le dynamisme au détriment de la standardisation et l'aliénation spirituelles et sociales ? Rien que ces

simples suppositions aiguissent l'intérêt porté à n'importe quelle approche sur la créativité. En effet, J.J. Servan-Schreiber voit que « la force moderne, c'est la capacité d'inventer ». Le développement de cette capacité d'invention est donc devenu la nouvelle préoccupation des chercheurs notamment les Américains, qui depuis peu se consacrent à étudier les potentialités à exploiter de chacun d'entre nous car il faut savoir que la créativité est d'abord innée puis enseignée.

Dans le dictionnaire on peut lire : « *La créativité est définie comme la capacité à réaliser une production (une idée, un objet, une composition, etc.) à la fois nouvelle, originale (c'est-à-dire différente de ce qui existe) et adaptée au contexte et aux contraintes de l'environnement dans lequel la production s'exprime. La capacité à générer des idées créatives est reconnue comme une compétence du XXIe siècle, aidant à répondre aux défis de la vie personnelle et professionnelle, et favorisant le développement sociétal* » (<https://www.universalis.fr>).

C'est donc en termes d'invention de nouvelles structures que se réalise le processus de création. La pensée divergente à un problème qui « *recherche toutes les solutions possibles, moins attachée au conformisme de la réponse qu'à son originalité, à son aise dans les questions vastes et mal définies, capable d'apercevoir ces relations entre des faits jamais rapprochés jusque-là, de produire des formes nouvelles par essais et erreurs, par tâtonnement expérimental. C'est la pensée de l'artiste, du savant, du pionnier, du novateur.* » (RAYNAL F. et RIEUNIER A, 2005).

Cette pensée divergente offre la possibilité de conclusions novatrices, une multitude d'idées, dotées d'originalité, exige une fluidité et une flexibilité mentales et mène à une issue inhabituelle et féconde. C'est justement dans ce sens que l'imagination est comparée poétiquement à « une moisson avant les semailles » par Saint-Pol-Roux, tant son importance qualitative et quantitative dans la production d'où tout l'intérêt de reconsidérer la créativité dans le domaine universitaire en corrélation au domaine économique. En plus de son rôle d'enseigner les connaissances scientifiques, l'université doit montrer le chemin aux apprenants pour utiliser les connaissances acquises à bon escient en provoquant leur intelligence émotionnelle et intuitive pour booster l'esprit artistique. D'ailleurs, les grecs connaissaient l'intérêt des arts puisque, pour eux, *techné* signifiait à la fois l'art et la technologie, l'avant et l'envers de la même médaille. (Haddad, 2012). Comme on peut voir invoquer un sentiment esthétique par un mathématicien qui fait allusion à l'harmonie des nombres et des formes, de l'élégance géométrique. (Elster, 1994).

2.2. La créativité en milieu universitaire

La créativité apparaît comme un outil de développement économique et de relance de l'emploi et des personnes. Le défi de l'enseignement est de mettre en valeur l'acte créatif afin d'inciter à la génération des idées nouvelles. Cet acte peut être le résultat de puiser des connaissances (logique et irrationnelle), les trier et les réorganiser à l'aide des facteurs conatifs comme l'imagination, l'instinct ou l'inspiration. Le croisement des cultures et la multitude des connaissances peuvent faire naître quelques choses de totalement nouveau. (Lazzeri, 2015).

L'enseignement créatif vise à développer chez les jeunes des capacités à générer des idées et actions originales. Ce sont ces formes d'éducation qui leur permettent de participer de manière positive à la complexité croissante et la diversité des valeurs sociales et des modes de vie. Il existe

une forte corrélation entre l'éducation culturelle et l'éducation à la créativité, ainsi que des implications importantes pour les méthodes d'éducation et d'évaluation. (Benali, 2016, p134).

Parmi les méthodes utilisées pour un meilleur apprentissage, l'enseignement magistral demeure la méthode la plus répandue dans la plupart des disciplines même chez ces professeurs exemplaires et innovateurs. Lier la théorie à la pratique, et susciter l'intérêt des étudiants sont les objectifs d'enseignement les plus cités. (Benali, 2016, p133). Et l'étudiant par son travail individuel, assimile le contenu du cours. Quant aux critères d'évaluation, elles doivent porter plus sur le travail de recherche fourni par l'étudiant que celui de répéter ce qui a été présenté dans le cours.

Encourager le travail de groupe est sans doute une autre bonne méthode pour la motivation et le développement de l'autonomie des apprenants et d'échange d'informations. Les études ont démontré que la créativité d'un groupe homogène était supérieure à la créativité de chacun des membres du groupe. Pour cela, l'enseignement supérieur doit favoriser le travail en équipe, l'autonomie, se familiariser à la pratique. Pour être créatifs, les étudiants ont intérêt à développer, en plus des connaissances qu'ils acquièrent, des compétences supplémentaires comme l'apprentissage des langues étrangères, pratiquer des activités artistiques ou sportives. Aussi, l'université doit prôner la multidisciplinarité, car se spécialiser dans un domaine de réflexion se trouve être une entrave à la créativité.

L'éducation à la créativité vise à développer chez les jeunes des capacités à générer des idées et actions originales. Afin de participer de manière positive à la complexité des valeurs sociales. (Benali, 2016, p 134). L'enseignement moderne consiste à apprendre à utiliser le cerveau, balayer le terrain des réponses toutes faites et des solutions stéréotypées, dénicher les idées vraiment neuves et originales, pour sortir de la boîte et emprunter d'autres chemins, provoquer l'imagination et inviter les apprenants à penser plus. Eveiller le sens critique chez les apprenants. Mettre en valeur des capacités latentes, car on sait aussi qu'être créatif n'est pas un don mystérieux et foudroyant réservé à une élite, mais une capacité qu'on doit stimuler.

Autre objectif des établissements d'enseignement supérieur, la R&D à travers laquelle les universitaires irriguent l'économie par leurs découvertes, elle doit être en concordance avec les besoins du développement. Les gouvernements qui financent généralement les projets de recherches universitaires, les orientent vers les domaines économiques et sociaux de façon à ce qu'elles soient au service du développement des territoires, et les managent de façon à encourager les projets innovants du marché local.

2.3. Entrepreneuriat :

Le terme 'entrepreneuriat' est entré dans le Petit Larousse en 2002 et dans le Petit Robert en 2012, ses usages sont multiples mais tendent à se stabiliser. L'entrepreneuriat désigne l'activité de l'entrepreneur, et aussi une attitude professionnelle faite de créativité, d'initiative, de prise de risque ou encore de capacité à rebondir après un échec. (Chambard, 2013).

Les préoccupations des décideurs publics, dans les pays développés comme dans ceux en voie de développement, se rapportent de plus en plus au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social, elle est désormais considérée comme facteur névralgique dans la société.

L'on a aujourd'hui la certitude que l'université est au cœur de l'économie de la connaissance, son rôle est de plus en plus important dans le développement industriel et technologique, et on constate que la création de liens forts entre les acteurs les pouvoirs publics, les universités et les entreprises représente un moteur de développement économique. Par ailleurs, l'innovation, si chère à l'entrepreneuriat, nécessite d'avoir des qualités personnelles telles que l'esprit créatif et d'avoir des capacités de management. D'ailleurs, l'innovation est vue selon Christophe Lerch et al, comme la matérialisation tangible de la créativité.

L'entrepreneuriat requiert des compétences nécessaires pour la réussite des affaires, et l'université pourrait jouer le rôle d'un promoteur de la culture entrepreneuriale auprès des jeunes diplômés. Elle cherche à mobiliser leur enthousiasme et leurs ambitions afin de trouver des opportunités de créer leurs entreprises et contribuer ainsi à la création d'emplois. (Arnoux, 2017). Cette démarche est basée sur l'idée que les PME ont souvent une durée de vie limitée en raison de d'absence d'une culture de management. D'ailleurs, plusieurs études ont montré que la formation en gestion peut assurer le bon démarrage des entreprises et même au-delà.

2.4. L'entrepreneuriat universitaire

Des mutations dans la vie économique et sociale ont conduit au développement du rôle de l'université comme l'introduction des TIC et des exigences sociales d'emplois qualifiés. L'université a désormais un rôle axé sur le développement social et économique à travers la création d'emplois durables. Elle est l'acteur principal dans la formation du capital humain nécessaire pour faire face aux nouvelles exigences des entreprises et dans l'essor social, elle a aussi une mission de recherche et création de connaissances nouvelles susceptibles de faire face aux besoins des entreprises et les attentes des gouvernements.

L'université entrepreneuriale est un concept présenté par l'écrivain Burton Clark en 1998. Suite à une étude faite sur cinq (5) universités européennes et il a conclu que « pour être entrepreneuriale, une université doit avoir une culture d'organisation propice à l'esprit d'entreprise. Et en particulier accepte volontiers la prise de risque ». (Zerrouki et Grari, 2017, P22).

L'université tient également un rôle fondamental dans l'économie du savoir par le lien qu'elle entretient avec l'économie du pays où elle opère et la coopération avec les industries. Le développement de l'entrepreneuriat au sein de l'université est un phénomène relativement nouveau qui est apparu suite à la baisse de l'importance de la grande entreprise comme modèle pertinent de création de valeur ajoutée et l'intérêt porté à la PME. Selon Shilling (2005), les entreprises se trouvent contraintes à innover pour être compétitives, ainsi leurs collaborations avec les universités sont, désormais, des passerelles pour augmenter leurs capacités d'innovation et accélérer le développement de nouveaux produits. (Bekioua, Hafiz et Lamaraag, 2017, p 43).

L'université entrepreneuriale cherche à inculquer cette culture, et l'avantage pour l'étudiant serait donc de trouver ses besoins en matière d'information, de formation, d'accompagnement et/ou de conseil à l'université. Aussi, de se frotter à des professionnels par les liens qui les lient avec l'université. (Berreziga. 2013, p 113). L'enseignement en entrepreneuriat à l'université cherche à inculquer aux étudiants un état d'esprit porté sur la gestion d'entreprise, il requiert l'introduction de méthodes pédagogiques qui stipulent aux enseignants de s'éloigner du modèle de transmission

verticale des connaissances et privilégier des méthodes qui induisent au raisonnement inductif. (Chambard, 2013).

3. Les incubateurs et pépinières universitaires :

Les incubateurs sont des structures d'appui à la création d'entreprises. Ils comprennent des ressources spécialisées dédiées à l'accompagnement et à l'assistance des entreprises avant leur création. Ils cherchent à mettre en relation ces entreprises avec les réseaux d'affaires notamment financiers. (Berreziga. 2013, p 117).

Les incubateurs situés au sein ou près des campus universitaires constitue un outil pour la création d'entreprises à haute valeur ajoutée. Le premier incubateur universitaire a été créé au Royaume Uni, mais le phénomène a fleuri aux Etats Unis avec un plus grand impact. (Abetti et al, 2011, p18).

Les incubateurs universitaires ont plusieurs missions, notamment :

- Conseil sur la viabilité du projet.
- Aide à l'élaboration du plan de l'entreprise et organiser le démarrage.
- Suivi de la démarche de financement.
- Offre de siège avec des locaux équipés.

Les pépinières, quant à elles, sont des structures d'hébergement des entreprises déjà créées, elles fournissent des prestations en termes de formations, de logistique et d'appui, d'assistance technique et commerciale. Les pépinières offrent aussi des possibilités de développer des interactions avec les différentes structures avec lesquelles elles opèrent (Mhamed Hichri et al, 2017, p 64).

Plusieurs entreprises préfèrent maintenir la relation avec l'université après le décollage afin de profiter du climat créatif généré par les chercheurs ainsi que la proximité de la main d'œuvre qualifiée formée par l'université, elles choisissent alors de s'implanter dans des parcs technologiques qui contiennent une université.

4. Expérience de l'université Ferhat Abbas Sétif 1 :

La dépréciation des indicateurs économique et sociale en Algérie depuis la chute du prix du pétrole qui est survenue depuis 2009, a interpellé le gouvernement sur la nécessité de forcer la création des entreprises privées à caractère innovateur, surtout que l'insertion dans l'économie mondiale de la connaissance est désormais une obligation fondamentale pour le pays. A cet effet, des politiques déjà mise en œuvre depuis les années 90 du siècle dernier se sont vues consolidées par les pouvoirs publics dans l'objectif d'inciter à l'entrepreneuriat, notamment la création des dispositifs (ANDI, ANSEJ, CNAC...) et La création d'un ministère de la PME.

Dans l'objectif d'encourager la création de micro-entreprises par la ressource humaine qualifiée, une tendance vers la promotion de l'esprit entrepreneurial au sein du milieu universitaire a été observée, et cela dans la plupart des universités algériennes. Parmi les objectifs assignés à cette

convention, on note la création d'une banque d'idées comportant les mémoires de fin d'étude et les résultats des travaux des différents laboratoires de recherche universitaire dans le but de donner lieu à des projets d'investissement, et faire participer les étudiants porteurs de projets innovants et créatifs dans les événements organisés par l'université et l'ANSEJ.

Une convention cadre de partenariat a été signée entre le ministère du travail, de l'emploi et de la sécurité sociale et le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique, en mars 2017, qui stipule le renforcement de la communication et de la coordination entre l'université et l'environnement économique et social afin de consacrer le savoir et la connaissance pour répondre aux exigences de l'économie nationale.

Dans la même perspective, l'université Ferhat Abbas Sétif 1 s'est engagée dans plusieurs réformes notamment la création de plusieurs structures et projets notamment :

- Le projet SEMSEM (Services pour l'Employabilité et la Mobilité sous forme de Stages en Entreprises des étudiants du Maghreb/ Machrek).
- Partenariat GIZ pour la partie allemande et ministère algérien de l'industrie ou 10 entreprises sétifiennes de plasturgie avec le département de génie des procédés afin de développer les innovations vertes. (Djenane, 2016).
- Développement d'une coopération avec l'agglomération du grand Lyon dans le domaine de la santé, la gestion et la rénovation urbaine et l'industrie.
- Signature de plus de 80 conventions de coopérations avec les partenaires extérieurs des administrations publiques et des entreprises de production.
- La maison de l'entrepreneuriat qui est une structure ayant pour objectif de sensibiliser les étudiants à la culture d'entrepreneuriat en partenariat avec l'ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes). La maison de l'entrepreneuriat a été créée en 2015 au sein de l'université Ferhat Abbas Sétif 1 et a vu l'organisation de deux universités d'été en 2017 et 2018. Et plusieurs programmes de sensibilisation à l'entrepreneuriat, elle a aussi pour rôle l'accompagnement des étudiants et des chercheurs porteurs d'idées de projets. (Univ-setif.dz)
- Le Bureau de Liaison Entreprise- Université (BLEU), créé en 2015, il a pour objectif l'initiation de partenariat avec les acteurs de la sphère économique à travers le placement des étudiants de licence et de master en stage dans les entreprises.
- Le FabLab est un espace où chaque individu pourra mettre en exergue ses idées. Il englobe les différentes étapes qui composent la réalisation d'un projet de la conception à la fabrication du produit fini, dans un environnement numérique.
- La mise en place, en 2016, du CATI (Centre d'appui à la technologie et à l'Innovation) de l'UFAS1 dans le but de la valorisation des travaux de recherches.

5. Conclusion

L'idée selon laquelle l'enseignement supérieur pourrait contribuer à favoriser l'esprit créatif et entrepreneurial chez les étudiants s'est diffusée dans les pays occidentaux depuis les années 80 du siècle dernier. L'Algérie l'a introduite dans sa politique gouvernementale et des structures d'appui sont apparues dans les établissements d'enseignement supérieur afin d'inciter les étudiants à l'acte

entrepreneurial. L'expérience de l'université de Ferhat Abbas Sétif 1 atteste de l'importance de ces démarches. Les résultats de ces démarches ne sont pas encore commensurables vu que ces initiatives sont assez récentes mais elles démontrent une réelle volonté pour créer un environnement académique stimulant pour les étudiants surtout ceux qui sont dotés d'un esprit créatif.

Références bibliographiques :

Abetti. P et al (2011), entrepreneuriat et innovation dans les pays du Maghreb, publié par le département du commerce des Etats Unis.

Arnoux Patrick (2017), Un tsunami entrepreneurial secoue les campus des grandes écoles. Le nouvel économiste. 23/02/2017.

Bekioua Farouk, Hafiz Wafik et Lamaraag Ilyes (2017), A propos de la relation université- environnement économique – Quelle interface université entreprise. *La revue des sciences commerciales*. Vol 16. N°2.

Benali Abdelkerim, 2016, « Innovation et créativité : stratégie universitaire et industriel pour le développement », *ALINSAN WA ELMADJEL*, N°3, Institut S.H.S-CU-NOUR BACHIR El Bayadh, Algérie.

Berreziga Amina (2013), L'entrepreneuriat en milieu universitaire, *Réformes économiques et intégration en économie mondiale*, ESC, N°4/2013.

Chambard Olivia (2013), la promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur –les enjeux d'une création lexicale, les langues du politique, Université Paul Valéry Montpellier 3. N°102.

Djenane Abdelmadjid (2016), La gouvernance pédagogique multidimensionnelle comme moyen d'interconnexion entre l'ESRS et le secteur socioéconomique, *5th International MENA Tertiary Education Conference*. Du 30 mai au 1^{er} juin 2016.

Elster Jon (1994), Conventions, créativité, originalité, In *Espaces Temps*. Arts, l'exception ordinaire. Esthétique et sciences sociales, sous la direction de Christian Delacroix.

KitagawaFumi (2005), Universités entrepreneuriales et développement régional. Une conception territoriale de l'Europe du savoir, politique et gestion de l'enseignement supérieur, N°17.

RAYNAL F. et RIEUNIER A.,(2005), Pédagogie : Dictionnaire des concepts clés, 5^{ème} édition, Paris, Édition ESF Éditeur, Selma Mhamed Hichri et al (2017), Rôle des pépinières, caractéristiques du projet entrepreneurial et croissance des start-ups TIC : le cas d'un pays en développement, *Revue de l'entrepreneuriat*. N°2. Vol 16.

<https://www.universalis.fr/encyclopedie/psychologie-de-la-creativite/>. Consulté le 10/09/2018.

Zerrouki Wassila et Grari Yamina (2017), L'université entrepreneuriale en Algérie –cas des étudiants de l'université de Tlemcen. Les cahiers du mecas. N°14. Juin 2017.