



La dimension culturelle et l'intention entrepreneuriale chez les jeunes :

cas des diplômés de l'Ecole Supérieure de Management années 2021-2022

**The cultural dimension and entrepreneurial intention among young: case of
graduates of Higher school of Management Tlemcen 2021-2022**

Rahali amina Souad*, ESM Tlemcen (Algérie), souad-rahali@hotmail.fr

Ferouani Belkacem, Abou bekr Belkaid Tlemcen (Algérie), ferouani_bel@yahoo.fr

Réception : 20/11/2022

Acceptation: 30/12/2022

Édition: 31/12/2022

Résumé:

Cet article a pour objectif d'analyser l'influence des déterminants de la dimension culturelle sur l'intention entrepreneuriale. L'échantillon de 105 diplômés indique une culture plus favorable à l'entrepreneuriat en ce qui concerne les traits entrepreneuriaux, la motivation, la recherche d'opportunités. Nos résultats montrent des relations significatives entre des dimensions de la culture et l'intention d'entreprendre ; les capacités d'entreprendre sont corrélées positivement avec l'intention d'entreprendre des étudiants.

Mots-clés: Entrepreneuriat ; culture ; intention, étudiant.

Abstract:

This article aims to analyze the influence of the determinants of the cultural dimension on entrepreneurial intention. The sample consisting of 105 graduates indicates a culture more favorable to entrepreneurship with regard to entrepreneurial traits, entrepreneurial motivation, opportunity seeking. Our results show significant relationships between dimensions of entrepreneurial culture and entrepreneurial intention; entrepreneurial skills are positively correlated with students' entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurship; culture; intention ; student.

*Auteur correspondant : Rahali souad

1. INTRODUCTION

Devant l'échec de l'Etat à résoudre les problèmes économiques et la création des emplois aux jeunes, l'Algérie a connu un changement politique et économique, s'ouvrant sur le multipartisme et l'économie du marché. Ce qui a ouvert les portes au secteur privé en Algérie, et a encouragé les hommes d'affaires à investir afin de participer à la création d'emplois. Tout en essayant de s'adapter aux changements et aux défis de la mondialisation, l'Algérie a œuvré à partir de 2010 pour la création d'un environnement nécessaire à l'encouragement des jeunes à s'intégrer dans l'entrepreneuriat à travers deux actions: - La création de structures assurant le support, l'accompagnement, et le financement des jeunes entrepreneurs. - La réforme de l'université algérienne pour répondre aux besoins des étudiants en compétences entrepreneuriales.

Comprendre l'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale ne repose pas uniquement sur les environnements économique et social. D'autres facteurs de dimensions culturelles pourraient expliquer ce phénomène. Nombreux sont les chercheurs qui soulignent l'importance de l'influence culturelle sur les comportements économiques (Kombou et Saporta, 2000, P 32; Landes, 1998, P 51).

1.1. Problématique principale de l'étude : notre problématique tourne autour de la question suivante : Quel est l'impact des différentes dimensions de la culture sur l'intention entrepreneuriale des étudiants nouvellement diplômés en Algérie ?

1.2. Questions de recherche : cette problématique renferme les questions secondaires suivantes :

- quelles sont les caractéristiques socio-culturelles qui influent sur l'intention entrepreneuriale des jeunes algériens ?
- l'environnement micro-économique influe-t-il sur les comportements entrepreneuriaux ?

1.3. Hypothèse:

Toutes les dimensions de la culture qui sont favorables à l'entrepreneuriat influencent positivement l'intention d'entreprendre tandis que les dimensions défavorables à l'entrepreneuriat (dans notre modèle, la peur d'entreprendre) influencent négativement l'intention d'entreprendre.

1.4. Importance de l'étude :

- L'importance de cette étude réside dans les considérations suivantes :
- soulever les principaux facteurs influençant l'intention entrepreneuriale.
 - ouvrir un champ de recherche pour comprendre les obstacles liés à une telle démarche

1.5. Objectifs de l'étude : approfondir le portrait de l'entrepreneuriat Algérien en testant le modèle des intentions entrepreneuriales de Stephan(2007) auprès d'étudiants de l'école Supérieure de management années 2021-2022.

1.6. Méthodologie de l'étude :

Une étude exploratoire qualitative auprès de 105 jeunes diplômés .Nous avons entrepris une analyse des données de nos questionnaires à travers le logiciel SPSS version 21 afin de définir les liens de causalité entre culture entrepreneuriale et intention d'entreprendre.

1.7. Recherches antérieures :

L'un des rares travaux sur l'importance de l'impact de la culture nationale sur les comportements managériaux des entrepreneurs (Tounés et Assala, 2007), démontre les valeurs culturelles en Algérie fortes comme le collectivisme, la féminité et l'absence de vision entrepreneuriale qui marquent les comportements managériaux des entrepreneurs. L'intention est vue comme une variable prédictive de tout comportement planifié (Ajzen, 2002,P 50).(Gasse et Tremblay ,2010, P90) ont fait ressortir des différences importantes quant à la perception et les intentions des étudiants universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat.

1.8. Organisation de l'étude

Dans cet article, la première section est dédiée à une revue de la littérature. La deuxième décrit le modèle de Stephan qu'on a pris comme modèle de référence et enfin une troisième partie qui présente notre échantillon de recherche ainsi que les résultats de l'analyse des données.

2. Revue de la littérature :

2.1. Travaux antérieurs sur la relation entre la dimension culturelle et l'intention entrepreneuriale :

L'intention entrepreneuriale est considérée comme une variable clé pour comprendre l'émergence organisationnelle et le comportement de l'entrepreneur (Bird, 1988, P 38 ; Katz et Gartner, 1988, P 52 ; Krueger, 1993 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000, P 86). De plus, l'intention est vue comme une variable prédictive de tout comportement planifié (Ajzen, 2002,P50).

Le modèle de l'intention d'entreprendre, basé principalement sur la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), a déjà fait l'objet de recherches comparatives internationales (Boissin, Émin et Herbert, 2009,P70 ; Liñán et Chen, 2009, P32).

L'intention entrepreneuriale nécessite des connaissances, des compétences, une culture et des attitudes, qui sont développées à travers le parcours éducatif. L'université joue un rôle primordial en permettant aux étudiants de développer leur créativité, leur capacité

La dimension culturelle et l'intention entrepreneuriale chez les jeunes

Rahali amina Souad, Ferouani Belkacem

d'autonomie et d'enthousiasme et d'acquérir de l'assurance par la prise d'initiatives et le travail en équipe pour confronter les avis.

L'action de création des entreprises dans un pays détermine le niveau de vitalité de ses citoyens, l'efficacité de son système de formation et d'éducation, ainsi que sa susceptibilité à combattre le chômage et la pauvreté.

Cependant, nous considérons que la croyance de l'existence d'une relation causale entre culture nationale et intention d'entreprendre est issue de:

-D'une part, une culture favorable à l'entrepreneuriat peut façonner l'environnement social et institutionnel de manière à légitimer la création d'entreprise (Etzioni, 1987, P 89), augmentant la désirabilité et même la faisabilité du comportement entrepreneurial ;

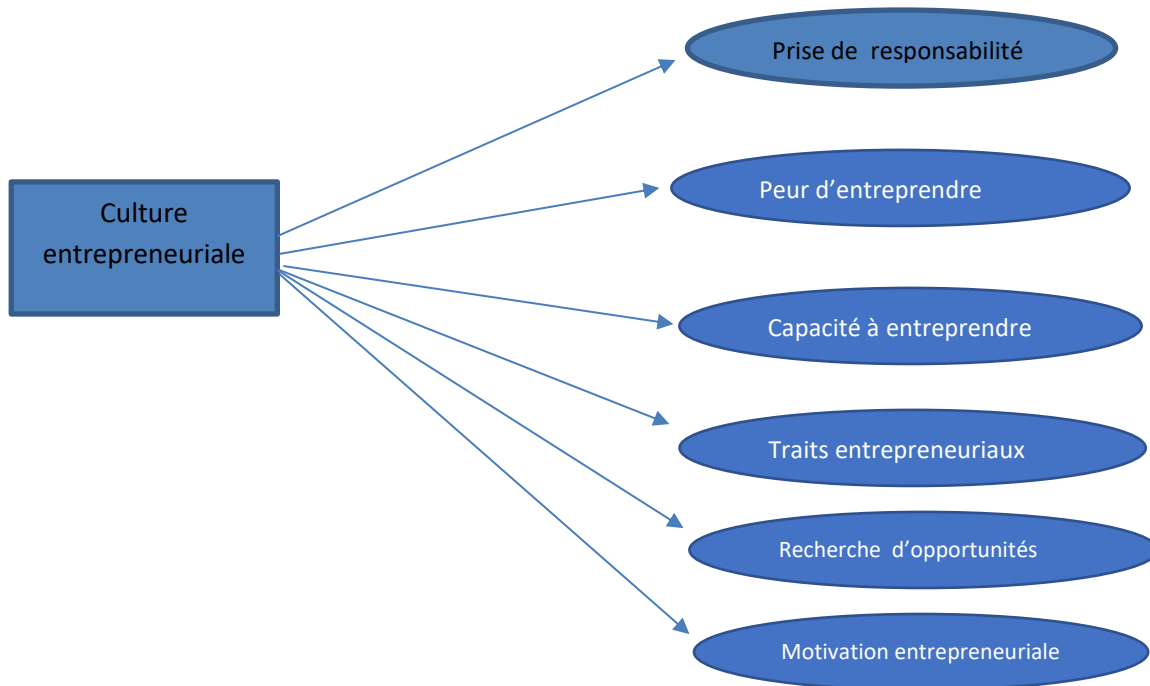
-D'autre part, une culture favorable à l'entrepreneuriat peut influencer les caractéristiques psychologiques des individus, notamment leurs valeurs et attitudes vis-à-vis du comportement entrepreneurial, augmentant l'intention d'entreprendre et le nombre d'entrepreneurs potentiels dans la société (Davidsson et Wiklund, 1997, P44).

Au lieu de nous intéresser à des dimensions plutôt générales de la culture nationale, nous examinons les dimensions qui sont censées caractériser une culture nationale favorable à l'entrepreneuriat (Stephan, 2007) ; les voici :

- La capacité à entreprendre dans le pays : le degré avec lequel un individu perçoit les autres individus de son environnement comme étant capables de gérer activement des problèmes en faisant confiance à leurs capacités ;
- La prise de responsabilités : le degré avec lequel un individu perçoit son environnement comme étant actifs dans la prise de responsabilités au travail ;
- La peur d'entreprendre : le degré avec lequel un individu perçoit les autres individus de son environnement comme ayant des craintes et des doutes relatifs à une possible carrière entrepreneuriale ;
- Les traits entrepreneuriaux : le degré avec lequel un individu perçoit certains traits entrepreneuriaux (la prise de risque et d'initiative, l'autonomie, etc.) comme étant valorisés par la société et partagés par d'autres individus ;
- La recherche d'opportunités : le degré avec lequel un individu perçoit les autres individus de son environnement comme étant ouverts et enclins à rechercher activement des opportunités d'affaires ;
- La motivation entrepreneuriale : le degré avec lequel un individu perçoit les autres individus de son environnement comme ayant vis-à-vis de l'entrepreneuriat une relation positive, pouvant conduire à l'envisager en tant qu'option de carrière désirable et source de réalisation personnelle et financière.

La figure N°1 expose le modèle de la culture entrepreneuriale proposé par Stephan (2007). L'auteur affirme que toutes les dimensions présentées constituent des facettes de la culture entrepreneuriale, positivement reliées à l'intention d'entreprendre, sauf en ce qui concerne la peur d'entreprendre, qui serait naturellement reliée de façon négative à la culture et à l'intention d'entreprendre.

Figure N°01: modèle de la culture entrepreneuriale de Stephan (2007)



Source :STEPHAN, U., *Culture of Entrepreneurship (C-Ent)*, Dresden University of Technology, 2007.

2.2. Etat des lieux sur la culture entrepreneuriale des jeunes en Algérie :

L'impact de la culture nationale sur les comportements des jeunes en général, est d'une importance non négligeable. Le travail de recherche mené par Khalil Assala portant sur l'impact de la culture nationale sur les comportements managériaux de jeunes entrepreneurs en Algérie, fait apparaître que les différences observées entre les générations concernent principalement deux indices culturels qui semblent à priori moins élevés chez la jeune génération dans le secteur des services, à savoir, la distance hiérarchique et le niveau de collectivisme, avec une nuance pour ce dernier. Ce niveau de collectivisme peut ainsi s'analyser au niveau social (dans laquelle les mécanismes et logiques communautaires et hiérarchie ont l'air de perdurer) et à l'échelle organisationnelle (entreprise) qui montre des signes de mutation (Assala 2007). Dans le même ordre d'idée, le rapport régional du GEM-MOAN(2009) sur le niveau d'encastrement social place l'Algérie au niveau des pays où les conditions propices à l'entrepreneuriat sont les moins favorables. Seuls 57 % des adultes algériens perçoivent l'entrepreneuriat comme un bon choix de carrière (contre plus de 80 % des adultes dans les autres pays du GEM-MOAN) ; seuls 58 % pensent que les entrepreneurs ont un statut et un niveau de considération élevés (plus de 75 % dans les autres pays du GEM-MOAN) ; et seuls 39 % déclarent découvrir régulièrement des histoires d'entrepreneurs brillants dans les médias publics (le troisième niveau le plus bas parmi les 55 pays du GEM).

Néanmoins, l'enquête GEM ne met pas en relief les différences culturelles et les spécificités environnementales des différents pays, d'où la nécessité d'une critique constructive des résultats. Par ailleurs, Benredjem démontre dans ces résultats que la différence des niveaux de vie n'est pas facilement acceptée dans son échantillon : « Les algériens, encore marqués par la culture socialiste où la notion de classe n'existait pas, n'apprécient pas les gens qui gagnent beaucoup d'argent en entreprenant. Souvent la notion de richesse est liée au phénomène de corruption, de blanchiment d'argent et d'argent facile » (Benredjem 2010, P 39).

Les établissements de l'enseignement supérieur en Algérie s'intéressent davantage à l'entrepreneuriat dans le but de promouvoir la culture entrepreneuriale chez l'étudiant universitaire.

L'enseignement de l'entrepreneuriat a été défini par Léger- Jarniou comme un ensemble d'enseignement qui vise à développer l'esprit entrepreneurial des étudiants. Il est d'une part, un concept large d'éducation visant le développement des attitudes entrepreneuriales et d'autre part, une notion très spécifique de formation dédiée à la création et au développement des entreprises. Selon, Alain Fayol l'« enseignement de l'entrepreneuriat » comprend l'ensemble des actions de sensibilisation, formation et d'accompagnement des étudiants (ou apprenants) qui concourent tout aussi bien à les faire évoluer sur des registres culturel et comportemental qu'à leur transmettre des connaissances et savoirs « actionnables ». Dans cette perspective, l'entrepreneuriat porte sur trois registres (l'état d'esprit, les comportements, les situations) et deux dimensions (une dimension individuelle, une dimension collective) . D'après ces définitions nous observons une dichotomie dans la définition de l'enseignement d'entrepreneuriat: d'une part, il est vu comme un moyen de développement des pratiques entrepreneuriales, et d'autre part, comme une méthode universitaire pour développer les attitudes, les perceptions et les mentalités entrepreneuriales.

Les finalités de l'enseignement de l'entrepreneuriat peuvent s'articuler autour de trois dimensions : - La première consiste à sensibiliser à l'entrepreneuriat. - La seconde concerne les programmes et les formations de spécialisation en vue de spécialiser les étudiants dans les domaines d'activités de l'entrepreneuriat et de les inciter à la création d'entreprise. - La dernière est l'accompagnement et le suivi d'étudiants qui ont des projets de création d'entreprise.

- Les enseignements d'éveil et de sensibilisation : Les enseignements d'éveil et de sensibilisation permettent de stimuler et éveiller des facultés de créativité, de prise d'initiative, d'innovation, et informer les étudiants sur la possibilité de l'existence d'autres voies professionnelles exploitables au cours de leur carrière. La sensibilisation vise à présenter l'entrepreneuriat comme un élargissement des choix possibles et comme une étape dans la carrière. Elle revêt un caractère essentiel puisque l'enjeu est de changer les mentalités afin de voir dans l'entrepreneuriat une option de carrière et de dépasser le système binaire fonctionnaire/salarié.

- Les programmes et les formations de spécialisation : Le but essentiel d'un enseignement de spécialisation est de permettre aux étudiants souhaitant travailler dans les domaines de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise, d'approfondir leurs connaissances et leurs apprentissages, d'appréhender la diversité de l'entrepreneuriat et de leur donner un esprit entrepreneur. Il n'est donc pas seulement question de préparer des créateurs ou des repreneurs d'entreprise, mais aussi des individus qui à défaut de vouloir entreprendre, auront une bonne connaissance des formes et des problématiques entrepreneuriales. Ces derniers seront capables de travailler dans des activités annexes et connexes à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise (intraprise, salarié dans une TPE/PME, dirigeant, consultant ou conseiller en création ou reprise d'entreprise, ...)

- Accompagnement et appui de porteurs de projets : La finalité de ce type d'intervention est d'accompagner par le soutien et le conseil des étudiants qui ont des projets de création ou de reprise d'entreprise, ou qui participent à la mise en œuvre de tels projets. Dans un contexte d'éducation entrepreneuriale, il ne s'agit pas seulement de "faire acquérir" des connaissances intellectuelles et cognitives, mais surtout des compétences et des activités d'apprentissage qui guideront l'individu dans sa propre démarche entrepreneuriale.

2.3. La nécessité de réformer le système universitaire en Algérie

Malgré l'importance de la stratégie adoptée par l'Etat pour l'encouragement des jeunes universitaires à créer leurs propres entreprises, ces derniers ne se sont pas intéressés à l'entrepreneuriat, et un nombre important des jeunes entrepreneurs a échoué dès les premières années d'activités. Une autre cause de leurs échecs, c'est que l'université algérienne a échoué à répondre aux besoins du marché du travail et à la nécessité de préparer les étudiants à devenir de futurs entrepreneurs, créateurs d'emplois et de richesses, car la réussite nécessite le développement des attitudes et des compétences entrepreneuriales, ce qui est primordial pour la création et la gestion des entreprises. L'université algérienne a connu une importante réforme en adoptant le système européen LMD en 2004, mais les environnements matériels, socioculturel, et organisationnel dans lesquels elle évolue ont rendu difficile l'application de cette réforme telle qu'elle est appliquée en Europe. Cela est dû au manque d'un tissu industriel qui permet aux étudiants de bénéficier des formations adéquates. Les programmes de formation appliqués actuellement donnent peu d'intérêt à la formation à l'entrepreneuriat. Des modules sont programmés pour l'enseignement de l'entrepreneuriat au niveau du master 2, mais seulement en tant qu'introduction, qui permet de procurer aux étudiants les concepts de base en entrepreneuriat, mais cela n'est pas suffisant pour leur donner les compétences nécessaires pour pouvoir planifier et gérer leurs entreprises. En plus des structures d'encouragement et de financement, des maisons de l'entrepreneuriat ont été créées dans chaque université, mais la majorité d'entre elles demeure inefficace, et son rôle se limite à l'organisation de quelques journées d'études ou d'ateliers au bénéfice des étudiants intéressés.

L'université algérienne souffre des pratiques négatives au sein des corps enseignants, administratifs, et étudiantins. Ces aspects peuvent être identifiés dans le non respect du temps, les fréquences des absences, les retards, les grèves, ainsi que la politique du populisme et l'application du social dans le passage des étudiants. Cela explique le fait que l'étudiant algérien a perdu les sens de rigueur, de discipline, de sérieux, et de diligence, alors qu'ils représentent les signes distinctifs de la réussite de l'entrepreneur. Ces manifestations négatives affectent la personnalité des étudiants et entravent leurs volontés de devenir des entrepreneurs compétents et réussis, devant évoluer dans un environnement plein de contraintes, auxquelles ils n'ont pas été bien formés pour les affronter.

3. Etude empirique :

3.1. Présentation de l'école supérieure de Management :

A l'ESM Tlemcen (Ecole supérieure de Management), les encouragements à l'entrepreneuriat se sont traduits par l'introduction du module de l'entrepreneuriat dans les programmes de d'enseignement de masters, ainsi que par la signature d'une convention entre le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique et le Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale.

La « Maison de l'Entrepreneuriat » a vu le jour à l'issue de cette convention, qu'on trouve installée dans tous les établissements de l'enseignement supérieur en Algérie, et ce dans le cadre d'une convention de coopération avec l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ANSEJ, devenue Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat ANADE en Novembre 2020.

Afin de promouvoir la culture entrepreneuriale, la Maison de l'Entrepreneuriat s'est focalisée sur la simplification des méthodes de création des entreprises et de valorisation des comportements entrepreneurials, à travers son enseignement et l'ouverture des établissements de l'enseignement supérieur sur la création des entreprises.

La Maison de l'Entrepreneuriat est le meilleur moyen pour cultiver les valeurs entrepreneuriales chez les étudiants et les initier à l'entrepreneuriat qui leur permettra de mettre en pratique leurs idées et sortir des projets de valeur, qui vont contribuer au développement de l'économie nationale. C'est aussi le moyen de les motiver et de les accompagner à créer des projets qui les aideront plus tard à devenir indépendants.

3.2. Méthodologie de la recherche :

Pour mener notre étude nous avons choisi un échantillon de 105 étudiants sortants de L'Ecole supérieure de Management de Tlemcen, notre étude a été élaborée entre 2021 et 2022. L'utilisation d'échantillons d'étudiants est courante dans les recherches sur l'intention d'entreprendre, dans lesquelles ces étudiants sont souvent présentés comme des entrepreneurs potentiels. L'analyse des données sera menée par l'approche de causalité entre l'intention entrepreneuriale et les différents items constituant la culture nationale (ici nous nous sommes référés au modèle de Stephan2007).

La dimension culturelle et l'intention entrepreneuriale chez les jeunes

Rahali amina Souad, Ferouani Belkacem

Nous avons établi notre questionnaire à partir du modèle de la recherche. La technique d'échantillonnage utilisée dans cette étude est l'échantillonnage à l'aveuglette.

3.2. Résultats et discussion :

La moyenne d'âge des étudiants de notre échantillon était de 20,38 ans (l'écart type était de 0,91 ans, l'âge le plus fréquent étant de 20 ans) ; 65 % de ces étudiants étaient des hommes, 50 % avaient au moins un des deux parents travailleur autonome, 20 % avaient déjà travaillé en tant qu'indépendant et 4 % ont déclaré qu'ils étaient en train de participer à la création d'une entreprise. La majorité des étudiants (75% de notre échantillon n'avaient pas d'expérience concrète de travail dans un contexte professionnel : 5 % d'entre eux travaillaient en effet soit à temps partiel, soit à temps complet.

Dans notre cas, l'analyse des liens de causalité entre la culture entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre se fera par le biais du logiciel SPSS 21.

Les principaux résultats de notre étude sont les suivants :

Tableau N°01 : tableau d'ANOVA

Modèle	somme des carrés	Ddl	F	Sig
Régression	124,902	4	12,625	,000
de Student	166,987	75		
Total	312,855	79		

Source : élaboré par l'auteur

D'après le tableau d'ANOVA, on a la valeur de Ficher $F = 12.62$ avec une signification $sig = 0.00$ qui est inférieure à 0.05 donc il existe une relation significative entre la culture entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre un projet.

Tableau N°02: Statistiques descriptives

Variable	Moyenne	Ecart-type	Test de significativité
intention	4.91	1.45	0.000
<i>Dimensions de la culture</i>			
Capacités à entreprendre	3.61	1.22	0.611
Prise de responsabilités	3.96	1.33	0.900
Peur d'entreprendre	4.91	1.00	0.006
Traits entrepreneuriaux	4.62	1.22	0.001
Recherche d'opportunités	4.81	1.34	0.028
Motivation entrepreneuriale	5.12	1.38	0.001

Source: élaboré par l'auteur

Le tableau N° 2 indique une culture plus favorable à l'entrepreneuriat en ce qui concerne les traits entrepreneuriaux, la motivation entrepreneuriale, la recherche d'opportunités, ainsi que la peur d'entreprendre (relativement moins élevée); $p < 0,05$). Néanmoins, les perceptions culturelles tangent vers la capacité à entreprendre et la prise de responsabilité.

Tableau N°03 : corrélations entre les dimensions de la culture Entrepreneuriale

	recherche opportunités	traits	capacités	prise de responsabilités	peur	motivation
recherches d'opportunités	1					
traits	0,38	1				
capacités	0,43	0,34	1			
prise de responsabilités	0,34	0,52	0,57	1		
peur	-0,33	-0,27	-0,33	-0,21	1	
motivation	-0,02	-0,09	-0,06	0,01	0,21	1

Source : élaboré par l'auteur

La dimension culturelle et l'intention entrepreneuriale chez les jeunes

Rahali amina Souad, Ferouani Belkacem

Le tableau N° 3 montre une corrélation significative entre les dimensions de la culture entrepreneuriale et cela appuie notre orientation et le choix du modèle de Stephan.

Nos résultats mettent en évidence un effet significatif des perceptions relatives à la capacité d'entreprendre et à la peur d'entreprendre, ainsi qu'un effet relativement significatif de la prise de responsabilités et de la motivation entrepreneuriale chez nos jeunes diplômés.

4. CONCLUSION :

Pour développer l'esprit d'entrepreneuriat, les formations à l'entrepreneuriat jouent un rôle primordial dans la mesure où elles visent la promotion de la créativité, l'innovation et l'emploi indépendant.

A l'issue de notre étude exploratoire menée auprès d'un échantillon de 105 diplômés de l'ESM Tlemcen, les résultats indiquent une culture plus favorable à l'entrepreneuriat en ce qui concerne les traits entrepreneuriaux, la motivation, la recherche d'opportunités. Les résultats montrent des relations plus ou moins significatives entre des dimensions de la culture (prise de responsabilité principalement) et l'intention d'entreprendre ; les capacités d'entreprendre sont corrélées positivement avec l'intention d'entreprendre des étudiants.

Afin d'améliorer la formation des étudiants à l'entrepreneuriat, l'introduction de plus de programmes de formation y afférents, et la formation des enseignants sur des pratiques de formation qui tendent à développer les compétences scientifiques, managériales, et les qualités psychologiques, sont nécessaires pour assurer le succès dans les activités entrepreneuriales.

Notre étude présente quand même des limites, il serait aussi intéressant d'étudier d'une manière plus approfondie le rôle joué par les contextes économiques et sociaux singuliers qui amènent les étudiants à percevoir l'entrepreneuriat comme une opportunité ou comme une nécessité.

Aussi, il serait nécessaire de soulever les mécanismes clés permettant de rapprocher l'université et tous les établissements de l'enseignement supérieur au monde industriel, cela implique de repenser l'environnement socio-économique afin de renforcer les compétences entrepreneuriales de nos jeunes étudiants.

Il ne suffit pas, pour réussir dans l'entrepreneuriat, d'appliquer une série de décisions bien identifiée. Entre la stratégie, sa définition, et l'exécution il peut y avoir un monde de différences et souvent une mauvaise exécution entraîne l'échec de l'aventure entrepreneuriale.

Un incubateur est aussi à envisager dans chaque établissement. Il sert à donner des exemples d'équipes d'entrepreneurs ayant affiché de formidables réussites.

5. Liste des Références:

- AJZEN I. (1991) THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR, ORGANIZATIONAL AND HUMAN DECISION PROCESSES, n°, 179-211.
- AJZEN, I. (2002), « PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL, SELF-EFFICACY, LOCUS OF CONTROL, AND THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR », *JOURNAL OF APPLIED SOCIAL PSYCHOLOGY*, VOL. 32, NO 4, pp. 665-683.
- Arenius P., & Minniti M., (2005), « Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship », *Small Business Economics*, Vol. 24, No. 3, pp. 233-247
- Benredjem R., (2009). L'influence entrepreneuriale: l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu, Cahiers de recherche du CERAG, CERAG.
- BIRD, B. (1988), « Implementing entrepreneurial ideas : the case for intention », *Academy of Management Review*, vol. 13, no 3, pp. 442-453.
- BOISSIN, J.P., B. CHOLLET et S. ÉMIN (2008), « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise », *Revue française de gestion*, vol. 180, pp. 25-43.
- Gasse Y., & Tremblay M., (2010), Comparaison internationale sur les perceptions et intentions entrepreneuriales : une enquête menée auprès d'étudiants universitaires. XXème Colloque Fédérateur du CEDIMES, Québec (Canada), 8-10 novembre.
- Homida M. et Kacem Ouadie (2017) L'intention entrepreneuriale chez les étudiants universitaires diplômés. *El-Bahith Review*. Nr 17. Pp. 147-159.
- Kombou, L., & Saporta B., (2000), L'entrepreneuriat africain : mythe ou réalité ?, Édition Histoire d'Entreprendre, EMS, Paris.
- Koubaa S. et Sahibeddine A. (2012) L'intention entrepreneuriale au Maroc, 2ème journée de recherche sur l'entrepreneuriat, Bordeaux-Montpellier. Léger-Jarniou C. (2008), Développer la culture entrepreneuriale des jeunes. *Revue française de gestion*, 5/ n° 185, pp. 161-171
- KRUEGER, N.F., M.D. REILLY et A.L. CARSRUD (2000), « Entrepreneurial intentions : a competing models approach », *Journal of Business Venturing*, vol. 15, nos 5-6, pp. 411-432.
- Landes D. S., (1998), *The Wealth and Poverty of Nations*, W.W. Norton & Company, New-York, USA.
- LIÑÁN, F. et Y.-W. CHEN (2009), « Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, no 3, pp. 593-617.

La dimension culturelle et l'intention entrepreneuriale chez les jeunes
Rahali amina Souad, Ferouani Belkacem

- Morianio,J. I., and Linàn F. (2010) Personal values and entrepreneurial intention: an empirical study. ESU conference. University of Tartu, Estonia. 22-28 August
- STEPHAN, U. (2007), *Culture of Entrepreneurship (C-Ent)*, Dresden University of Technology.
- Tounés, A. & K., Assala (2007), «L'Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens». 5 ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sherbrooke (Canada), 4-5 octobre.
- Tounés A. (2006) L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français, *Revue des sciences de gestion*. Vol. 3, n° 219, pp. 57-65