

MODÈLE DE RECOURS À L'AUTO EMPLOI DANS UN DISPOSITIF PUBLIC D'APPUI À LA CRÉATION D'ENTREPRISE

MODEL OF SELF-EMPLOYMENT IN A PUBLIC SUPPORT SYSTEM FOR BUSINESS CREATION

CHERKAOUI Roquia

Enseignant chercheur

Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales,
Université Cadi ayyad,

LARESSGD (Laboratoire de recherche en économie sociale et solidaire, gouvernance et
développement)

Marrakech, Maroc

cherkaouirokia@yahoo.fr

Date de soumission : 06/04/2022

Date d'acceptation : 28/05/2022

Pour citer cet article :

CHERKAOUI R. (2022) «MODÈLE DE RECOURS À L'AUTO EMPLOI DANS UN DISPOSITIF PUBLIC D'APPUI À LA CRÉATION D'ENTREPRISE», Revue Internationale du Chercheur «Volume 3 : Numéro 2» pp : 568 - 595

Résumé

La présente recherche s'inscrit en amont de l'acte de création d'entreprise et a pour objectif de présenter un modèle de recours à l'auto emploi dans le cadre de l'accompagnement public.

Notre modèle est conçu dans un cadre de conjoncture difficile, caractérisé par une augmentation du chômage. Il présente l'événement entrepreneurial, synthèse d'un engagement individuel dans le processus créatif et d'un engagement vis-à-vis d'une politique d'appui à l'auto emploi. Le modèle interactionniste préconise qu'une politique d'appui à l'auto emploi peut créer une intention entrepreneuriale chez des individus qui n'avaient pas du tout l'intention de créer et peut encourager une intention à se manifester plus précisément chez des individus avec des logiques motivationnelles hybrides.

Le modèle de recherche met l'accent sur le rôle de la décision entrepreneuriale selon l'approche des logiques d'actions et avance qu'en plus des qualités et des compétences de l'acteur-créateur, la décision est lourdement influencée par les services offerts des structures d'incubation et de post incubation (formation et conseil, soutien financier et administratif).

Le comportement organisationnel n'est donc pas seulement lié aux caractéristiques de l'entrepreneur mais il est également déterminé par un accompagnement entrepreneurial performant.

Mots-clés : Politique d'appui à la création d'entreprise ; Modèle interactionniste ; Modèle de recherche ; Logiques d'action ; Intention et décision entrepreneuriales.

Abstract

The present research takes place before the act of creating a business and aims at presenting a model of self-employment within the framework of public support.

Our model is conceived in a difficult economic context, characterized by an increase in unemployment. It presents the entrepreneurial event as a synthesis of an individual commitment to the creative process and a commitment to a policy of support for self-employment.

The interactionist model argues that a self-employment support policy can create entrepreneurial intention in individuals who had no intention to create at all and can encourage intention to manifest itself more specifically in individuals with hybrid motivational logics.

The research model emphasizes the role of the entrepreneurial decision according to the logic of action approach and argues that in addition to the qualities and skills of the actor-creator, the decision is heavily influenced by the services offered by the incubation and post-incubation structures (training and advice, financial and administrative support).

Organizational behavior is therefore not only related to the characteristics of the entrepreneur but is also determined by effective entrepreneurial support.

Keywords: Business creation support policy; Interactionist model; Research model ; Logics of action; Entrepreneurial intention and decision.

INTRODUCTION

Dans le contexte actuel de crise économique, les vertus de l'entrepreneuriat sont de plus en plus plébiscitées à tel point que la majorité des gouvernements ont élaborés diverses politiques d'appui à l'auto emploi.

A travers l'ensemble de ces dispositifs, les pouvoirs publics s'attachent, à favoriser la création d'entreprise et le développement des entreprises nouvellement créées, en réunissant les conditions économiques, réglementaires, financières, sociales nécessaires à leur valorisation.

L'accompagnement entrepreneurial en général vise à répondre au mieux aux besoins des créateurs d'entreprises tant en amont qu'en aval et à réduire le taux d'échec de nouvelles entreprises.

Cette recherche ambitionne jeter un éclairage supplémentaire sur l'accompagnement public en amont des jeunes pour la création de leur propre entreprise. Elle a pour vocation essentielle d'expliquer le passage à l'acte entre l'intention et la décision d'entreprendre en s'intéressant de façon précise aux pratiques de l'accompagnement, facteurs susceptibles d'impacter positivement les porteurs de projets à motivations pull, push ou hybrides.

Le recours à l'auto emploi dans le cadre d'une politique d'appui à la création d'entreprise met en interaction deux éléments primordiaux et inter reliés : le dispositif d'accompagnement (sensibilisation, formation et conseil, soutien financier et administratif), variables contextuelles et le candidat créateur (son statut, son histoire, ses attitudes et ses besoins) : variables d'acteur. L'entrée dans ce dispositif n'est que le commencement d'un long processus social et managérial. Les obstacles au passage d'une phase à une autre, constituent une source de préoccupations majeures aussi bien pour les planificateurs, les conseillers en emploi, les accompagnateurs que les candidats créateurs.

Ainsi, les inscrits au programme d'appui à l'auto emploi vivront par la suite, chacun à sa manière, divers évènements : la création de leur propre affaire ,ou le changement de projet et le commencement du parcours, ou l'abandon du projet pour une autre insertion ou encore le chômage.

Deux questions principales constituant le cœur de notre problématique, se posent et auxquelles nous tenterons d'y répondre:

Comment expliquer le recours à l'auto emploi dans le contexte d'un accompagnement public ?

Et Comment modéliser cet engagement entrepreneurial ?

Le cadre théorique, nous a permis de dresser des fondements à la perspective adoptée pour orienter la recherche (les variables du modèle) et d'identifier les interactions entre les variables du modèle posé.

La modélisation proposée couvre le processus créatif depuis sa phase initial jusqu'à l'engagement total du porteur de projet.

La conception de ce modèle a été progressive. Nous nous sommes référés à l'approche des logiques d'action (Amblard et al. 2005 , Guyot et Vandewattyne, 2008), au modèle du processus entrepreneuriale de Bruyat,(1993) et au nouveau regard sur la motivation entrepreneuriale : la théorie hybride (Cherkaoui, 2022).

Pour les composantes essentielles du processus créatif à savoir l'intention et la décision entrepreneuriale, nous nous sommes basés sur plusieurs travaux essentiellement ceux de Shapero et sokol, (1982), Learned,(1992), Hernandez (2001,2006), Fayolle,(2004) et Touness (2003,2007).

Ce modèle s'inscrit donc dans une vision de continuité et d'enrichissement du champ d'entrepreneuriat, en mettant en lumière l'impact d'un programme de promotion de l'auto emploi sur la décision d'entreprendre d'un acteur principalement en situation précaire.

Dans cet article, nous allons présenter en premier lieu l'équation de la logique d'action et son application au processus de l'auto emploi (le contexte d'action et l'acteur) (1), ensuite nous allons décrire les différentes phases du processus créatif dans le cadre de l'accompagnement (2).La schématisation du modèle de recherche fera l'objet du dernier axe (3).

1. L'équation de la logique d'action et son application au processus entrepreneurial

L'analyse de la création d'entreprise en termes de logiques d'action se réfère à l'articulation entre l'acteur créateur et la situation d'action création. La logique d'action est symbolisée par « *une équation élémentaire : acteur + situation d'action = logique d'action* » (Amblard et al.,1996 : 204).

D'après Amblard et al., (1996 : 200), l'acteur « *n'existe pas en soi mais il est construit et défini comme tel par son action.* », en d'autres termes, l'acteur n'existe pas sans la situation d'action, et inversement.

Le résultat de l'équation peut être soit une logique ou plusieurs logiques, en d'autres termes, il s'agit d'un ensemble de choix effectués par l'acteur. D'après Fayolle,(2003), ces logiques : « *constituent de puissants moteurs qui vont diriger l'acteur et son projet vers le passage à l'acte d'entreprendre* » (Fayolle, 2003 : 113).

L'analyse de l'auto emploi selon les logiques d'action s'avère intéressante car elle « *peut apporter un éclairage sur les rapports complexes entre les actions stratégiques, la trajectoire et la situation de celui-ci. Elle présente, en outre, l'avantage de pouvoir articuler les éléments avancés par d'autres modèles, qui se limitent souvent à un inventaire descriptif des facteurs influençant le comportement entrepreneurial, en un schéma intégré capable de prendre en considération les dimensions objectives et subjectives présentes dans le processus créatif.* » (Guyot, Vandewattyne, 2008 : 58) .

En effet, l'application de cette approche au processus entrepreneurial a le mérite de combler au réductionnisme de certains modèles qui consistaient à limiter la création ou la réussite d'une jeune entreprise aux traits de personnalité de son créateur.

Selon cette approche, l'acte de création dépend bien évidemment du contexte de création : il ne se réduit pas à une simple réaction aux opportunités ou aux contraintes de l'environnement et il n'est ni indépendants d'effets contextuels ni structurels.

D'après Hernandez, (1999 :95), l'action création est « *un événement contextuel, le résultat de nombreuses influences et l'entrepreneur intervient dans ce processus complexe. Ses actions ont pour résultat la création d'une organisation* ».

En plus, l'approche rejette en matière de création « one best way » et plaide pour l'existence d'une grande diversité de situation, de cheminement et partant de logiques d'action impliquant la création. Ceci est contingent des spécificités de chaque créateur et de son projet.

Selon le modèle classique, la stratégie de création d'entreprise est qualifiée de processus linéaire et simple : l'acteur suit un ensemble d'étapes de prise de décision en fonction d'objectif préétablis .

La simplicité supposée est dû à la rationalité absolue de l'acteur-créateur. Ses choix sont constamment tributaires d'objectifs identifiables associés à une allocation optimale de ses moyens « l'homo economicus ».

Alors que pour l'approche des logiques d'action, la rationalité est limitée (incertitude et information imparfaite) et la stratégie de création d'entreprise dépend de l'acteur et du contexte de l'action : « *Appréhender la stratégie d'un créateur d'entreprise implique donc de prendre en considération le caractère limité et contingent de sa rationalité et de sa stratégie* » (Cincera et al., 2005:2).

L'analyse de la stratégie doit tenir compte du grand nombre d'étapes étalées dans le temps du processus entrepreneurial. Ce qui implique l'absence d'unicité de stratégie et confirme sa pluralité. Comme l'expriment Amblard et al. (1996 :208), « *l'acteur peut.. jouer tel ou tel coup*

en fonction de la représentation qu'il se fait de la situation et des chances qu'il estime être les siennes ».

Cette pluralité est d'autant plus grande que les interférences entre l'acteur créateur et le contexte de l'action. Ces interactions conditionnent bon nombre de choix du futur créateur.

Dans la réalité, le candidat créateur est obligé, « ... *le plus souvent se contenter d'une solution satisfaisante voire même de la solution la moins insatisfaisante* » (Guyot, Vandewattyne, 2008 : 58)

Nous considérons que l'analyse de l'acte d'auto emploi dans le cadre d'un accompagnement public par la conception des logiques d'actions, permet une meilleure connaissance et compréhension à la fois des entrepreneurs en devenir et du processus créatif.

Les variables de notre modèle sont, ainsi structurées en fonction des différentes composantes du modèle théorique des logiques d'action. Néanmoins, nous préférons l'équation :

«**Situation d'action + acteur = logique d'action** ». Même si pour Amblard et al.,(1996), il n'y a aucune prééminence de l'un de ces objets sur l'autre, il serait souhaitable pour notre cas, de mettre en relief la situation d'action.

1.1 Le contexte de l'action de création

Notre modèle est conçu dans un cadre de conjoncture difficile caractérisé par une augmentation du chômage, et la mise en place des politiques de soutien en vue d'encourager le recours à l'auto emploi.

Notons que les dispositifs sont multiples et multiformes et visent des objectifs différents mais souvent complémentaires. Plusieurs travaux (Bares, 2004, Masmoudi, 2007, Messeghem et al.,2013, Messeghem et Sammut, 2017), ont mis en évidence l'hétérogénéité et la complexité de l'appui à la création d'entreprise. Cet appui est caractérisé par ses diverses logiques d'action rendant ainsi ses limites floues dans l'espace et dans le temps.

Généralement l'accompagnement à l'auto emploi se fait en trois phases : pré-incubation, incubation et post-incubation (voir la figure n°1).

La phase pré-incubation a pour finalité la sensibilisation à l'entrepreneuriat. Il s'agit des services d'information, d'orientation, de test de validation et d'enregistrement administratif.

La sensibilisation vise d'abord via l'action d'information d'approcher le maximum de personnes (Vickery, 1985) et de développer ensuite une image positive de l'entrepreneur (Benoun et Senicourt,1982). Ces auteurs proposent une campagne de communication

témoignant des créations réussies et des entrepreneurs dynamiques tout en se référant aux médias (télévision, radio et presse).

La sensibilisation se fait, également à travers une large diffusion d'information sur des idées de projets (constitution d'une banque d'idées).

Quant à la phase d'incubation, elle offre aux entrepreneurs en devenir des actions de formation, du conseil et du parrainage .

Concernant la formation entrepreneuriale, les incubateurs proposent des enseignements théoriques et des mises en pratique. Leur objectif principal est de permettre aux entrepreneurs potentiels de faire une évaluation personnelle réaliste et de monter des projets plus réalistes.

Cette formation permet au porteur de projet une bonne connaissance des déterminants du succès de l'entreprise et l'aide à rédiger son business plan.

Pour le conseil, l'accompagnateur procède tout au long du processus créatif à rectifier les erreurs commises par le futur créateur, à lui éviter celles les plus fréquemment rencontrées et à l'informer sur les possibilités qui lui sont offertes.

De plus, le soutien reçu pendant cette période peut contenir des éléments de persuasion verbale de la part des accompagnateurs, voire d'expérience indirecte lorsque le dispositif permet au candidat créateur d'être mis en relation avec des entrepreneurs auxquels il peut s'identifier (parrainage).

Durant la phase post incubation, les incubateurs constatent que la majorité des candidats créateurs ont un besoin de capital pour l'acquisition d'immobilisations et pour le fonds de roulement de départ et ont également besoin d'être accompagné au niveau administratif, juridique et logistique.

Cette insuffisance de l'apport personnel, incite le porteur de projet, le plus souvent à utiliser son épargne personnelle ; ou/et à collecter des fonds auprès de son entourage (famille, amis), ou/et à faire appel aux aides et subventions de l'État; ou /et à emprunter auprès des banques.

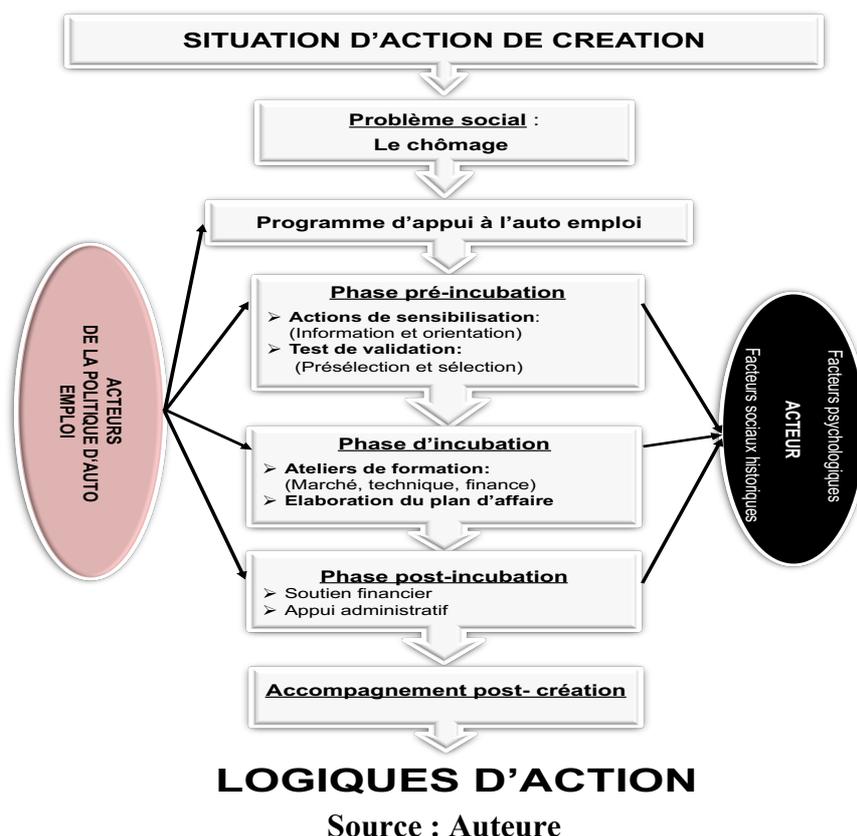
La politique d'appui à l'auto emploi intervient dans ce sens pour lui offrir des facilités d'accès au financement en cherchant à impliquer le secteur bancaire à travers des formules de garanties et des lignes de crédit à long terme à faible taux d'intérêt.

Ces politiques interviennent également pour alléger les formalités administratives ou juridiques (guichet unique) et offrir des encouragements fiscaux, ainsi que des moyens logistiques pour les entreprises nouvellement créés durant une période déterminée.

Le rôle des structures d'appui à la création s'élargit pour certaines d'entre elles, à assurer un accompagnement post création, justifié par le constat de la disparition rapide des jeunes

entreprises. Cet accompagnement permettrait sûrement la pérennisation et la croissance des projets créés (C.Bruyat, 1993, Fayolle, 2003, Masmoudi et Paturol 2005).

Figure n°1 : Représentation générale du processus entrepreneurial dans le cadre de l’accompagnement public selon les logiques d’action



1.2 Identification de l’acteur-créateur

Guyot et Vandewattyne, (2008), estiment que la compréhension de l’acteur- créateur se fait à travers sa stratégie, sa psychologique, sa composante sociale-historique et groupale.

La stratégie de l’acteur- créateur dépend de sa perception de la situation passée, actuelle et future et aussi fonction du niveau et de la structure de ses ressources et de ses atouts. Les deux auteurs l’ont définie comme « *une suite de décisions ou de choix faits, en contexte, suivant un certain nombre d’éléments tels que les intérêts perçus, la réalité appréhendée, les chances qu’il estime être les siennes, les ressources mobilisables et les contraintes imposées par la situation d’action* » (Guyot, Vandewattyne, 2008 :46).

En plus des facteurs sociaux historiques (identité et trajectoire de l’acteur) et psychologiques (personnalité et pulsions de l’acteur) qui pèsent sur la stratégie de création, Guyot et Vandewattyne, (2008), ajoutent le concept des insertions groupales ou encore les relations

sociales. Ces relations peuvent prendre « *la forme de groupes, plus ou moins stables et structurés, tels que les participants à un programme de formation pour créateurs d'entreprise, le binôme mentor-candidat créateur, les membres fondateurs dans le cas d'une création collective...* » (Guyot, Vandewattyne, 2008 :50).

En effet, plusieurs travaux ont confirmé que le sexe (Reynolds 1997, Blanchflower et Oswald,1998, Van Gelderen et al 2001,wagner, 2002), l'âge (Reynolds 1997, wagner,2002) , l'état civil (Evans et Leighon ,1989, Dunn et Holtz-Eakin, 2000, Papadaki et al, 2000) et l'entourage familial (Le,1999, Gasse, 2003, de Bragard et al 1987, Bruyat, 1993), pourraient être des éléments stimulants le comportement organisationnel.

D'autres travaux ont également prouvé que les antécédents familiaux à savoir la taille de ménage (Ritsila et Tervo, 2002) et le rang dans la fratrie (Hennig et Jardim ,1977, Hisrich et Peters, 1991, Hisrich et Brush, 1983), influent significativement la probabilité de créer une entreprise.

Pour le niveau d'études et la formation, plusieurs auteurs ont confirmé leur impact sur le processus créatif (Shapero et Sokol ,1982, Evans et Leighon, 1989, 1990, Robinson et Sexton, 1994, Crant 1998, Davidsson et Honig, 2003 , Fayolle, 2003).

Cependant, certaines recherches (Evans et Jovanovi,1989, Orser et Hogarth-Scott,1998, Blanchflower et al, 2001) basées sur des données longitudinales, ont infirmé l'existence significative de lien entre la formation et la décision entrepreneuriale.

D'autres recherches, (Blanchflower, 2000, Uhlaner and Thurik, 2007), ont constaté que les individus ayant un niveau de formation plus élevé ou même ceux en ayant moins, auront de forte chance à créer leurs entreprises.

En outre, d'après plusieurs chercheurs (Shapero et Sokol,1982,Wtterwulghe,1998, Gasse, 2003, Beaucage et al , 2004), le passé professionnel affecte grandement le passage à la création.

Ces constats présentent, ainsi des profils sociaux historiques qui auront plus de chance d'entreprendre. Mais, cela ne veut pas dire qu'un profil socio-historique différent ne se lancera jamais dans l'entrepreneuriat.

Pour ce qui des facteurs psychologiques (qualités, compétences, motivations), un nombre considérable d'auteurs ont confirmé, leurs corrélations positives avec la probabilité d'être un entrepreneur.

En effet, les travaux de MacMillan, 1985, Timmons, Barrick et Mount, 1991, Shane et al, 2003, Baum et Locke, 2004, Zhao et Seibert, 2006, ont mis en évidence des associations entre les qualités personnelles du porteur de projet et l'acte d'entreprendre selon l'approche Big five

inventory (BFI) ou OCEAN. Selon la plupart de ces recherches, le profil type de l'entrepreneur sera un judicieux dosage au milieu de l'OCEAN.

Cependant la personnalité du futur créateur ne peut être réduite à cinq traits du modèle Big five. Pour le volet compétence, nombreux sont les chercheurs (Herron,1990, Chandler et Jansen ,1992, Baum,1995, Bayad et al., 2006) qui ont dressé différentes typologies de compétences nécessaires à l'entrepreneur. A titre d'exemple, on cite les compétences entrepreneuriales, managériales et techniques de gestion et du secteur.

Certainement, aucun futur créateur ou créateur d'entreprise ne peut prétendre maîtriser tous ces savoir-faire, cependant leur réussite ne peut être appréhendée sans rien connaître à chacune de ces capacités.

Dans ce cadre, la plupart des recherches (Kirner, 1976, Hambrick et Crozier, 1985, Aldrich et al, 1987, Milton, 1989, Vesper, 1989), s'intéressant aux compétences que doit avoir un bon entrepreneur, se sont limitées à l'identification des compétences entrepreneuriales.

Notons que le succès du créateur dépend moins de ses traits de personnalité (ce qu'il est), que de ses compétences (ce qu'il sait faire). Ces traits n'étant, au mieux, que des facteurs « facilitants ».

Pour le volet « motivation », nous proposons un nouveau regard sur les logiques motivationnelles entrepreneuriales, la « théorie hybride » (Cherkaoui R.,2022). Il s'agit d'un prolongement de la nouvelle approche de Gabarret et Vedel, (2015), qui dépasse la catégorisation de logiques de motivation (pression-attraction).

Partant de ce postulat, nous nous sommes limités à des variables dont la classification push-pull pouvait bénéficier du support de travaux antérieurs à savoir chômage et précarité, insatisfaction dans son travail, opportunité et désir d'indépendance.

Selon cette théorie, le choix d'entreprendre sera expliqué par trois grandes logiques entrepreneuriales : opportunistes, par nécessité ou autres logiques hybrides (dosage entre les deux dimensions pull ou push) .

Notre objectif ici est de mettre en exergue l'intérêt du profilage des candidats pour l'accompagnement public. Ce dernier sera dans l'obligation d'en tenir compte pour s'adapter aux différents types d'éventuels entrepreneurs .

2. Le processus entrepreneurial dans le cadre de l'accompagnement public

A l'instar du modèle du processus entrepreneuriale de Bruyat, (1993), nous avons identifié trois temps forts dont nous allons se limiter aux deux premiers : le déclenchement du processus,

l'engagement total et la survie de l'entreprise créée. La notion de temps est une dimension essentielle dans notre modèle: « *dimension incontournable dans le champs de l'entrepreneurship* » (Bruyat,1993).

D'après Fayolle, (2004), « *les temps forts ou les phases de déclenchement, d'engagement et de résultats (échec ou réussite) nous apparaissent suffisamment généraux et signifiants pour traduire des moments clés, dans n'importe quel autre processus entrepreneurial* ». C'est ce qu'il a nommé la vision macroscopique du processus entrepreneuriale.

2.1 L'intention de créer et la phase de déclenchement du processus entrepreneurial

Pour Arocena, (1981), l'apparition des facteurs contextuels ou appartenant à l'environnement immédiat de futur créateur, constitue un mode de déclenchement dit traumatique.

Dans le même sens, selon Flesia (1998), les incitations du milieu et les occasions accrues de rencontrer des partenaires seraient deux des déclencheurs principaux à l'auto emploi .

Ces facteurs, combinés avec des éléments personnelle ou/et professionnelle du futur créateur, provoquent une rupture psychologique perturbant sa trajectoire de vie. On rejoint ici le concept de « *déplacement* » de Shapero (1975) ou de « *discontinuité* » de Shapero et sokol (1982) ou « *d'événement déclencheur* » de Learned (1992) ou encore une « *rupture instauratrice* » d'Aumont et Mesnier,(1995).

Les auteurs Aumont et Mesnier,(1995), évoquent également des éléments négatives comme le licenciement, la frustration, le divorce ... A l'opposé, dans d'autres cas, elle peut s'agir d'une maturation plus ou moins longue.

Ces tensions doivent être suffisamment fortes pour que l'action de créer soit perçue positivement par le futur créateur et qu'il aura une réelle envie de créer voir l'émergence de l'intention d'entreprendre.

L'intention entrepreneuriale est définie comme une volonté (Bruyat, 1993), associé à « *dessein délibéré* » (Fayolle, 2000 : 405). Il s'agit d'une « *manifestation mentale qui implique une volonté, une conviction d'atteindre un certain but tel que créer une entreprise* ». (Benredjem et Sahut, 2016 :113). Elle reflète « *un moment historique en amont du processus entrepreneurial. Elle l'influence et se voit influencée par lui.* » (Tounés, 2003 :14).

Pour d'autres chercheurs, (Boissin, Favre-Bonté, et Fine-Falcy, 2017 : 179), l'intention de créer fait référence « *au choix entre poursuivre une carrière entrepreneuriale et une carrière salariale* ».

Ce concept de l'intention d'entreprendre revêt un caractère multidimensionnel et dynamique.

En effet selon Tounès (2003 : 2), l'intention « ...se manifeste dans un environnement spécifique à travers lequel il est possible de canaliser des perceptions et des attitudes en vue d'atteindre des comportements souhaités... Elle émane de l'individu mais pour devenir réalité, elle dépend de l'environnement culturel, social et économique... Elle est certes, avant tout, une volonté personnelle, mais elle dépend également de l'influence des variables contextuelles ».

Dans le modèle de formation organisationnelle, Learned (1992), souligne que la rencontre de situations interagissant avec des caractéristiques psychologiques et des expériences professionnelles (proportion entrepreneuriale) stimulent l'intention de créer.

L'intention d'entreprendre se traduit ainsi par un système d'imbrication de variables individuelles et environnementales (Shapiro et Sokol, 1982 ; Lacasse, 1990 ; Learned, 1992; Tounès, 2003,2007).

Néanmoins, dans notre cadre, nous supposons que le comportement entrepreneurial n'est pas souvent intentionnel. Certaines personnes n'ont pas l'envie d'entreprendre, ni les ressources, au sens large, pour réussir dans cette voie, et quand ils trouvent sur leur route des éléments déclencheurs et/ou facilitateurs s'engage dans le processus entrepreneurial. (Autio et Kauranen ,1994)

L'individu développe plus des croyances selon l'environnement et plus particulièrement par la présence des politiques de promotion de création d'entreprise. Le facteur économique n'est pas retenu ici dans la mesure où ces politiques répondent dans la plupart des cas à la problématique économique du projet entrepreneurial.

Dans notre modèle, le déclenchement du processus créatif jaillit suite à un changement externe : « la mise en place d'une politique d'appui », suivi d'un autre interne lié au futur créateur (chômage, insatisfaction professionnelle, désir d'indépendance et présence d'opportunité). c'est ce que nomme Bruyat, (1993), les dynamiques de changement.

En effet, notre attention s'est tournée spécifiquement vers les motivations au choix de l'auto emploi de ces candidats éligibles au dit programme et sur leurs aptitudes.

Nous posons ainsi les deux premières hypothèses liées au contexte d'action de création et à l'acteur :

HC 1 : La mise en place d'une politique d'appui à la création d'entreprise (information et orientation) agirait sur l'intention entrepreneuriale chez les candidats éligibles au programme et déclenche le processus créatif.

HA1: L'intention d'entreprendre serait influencée plus par les logiques motivationnelles (pull, push, hybrides) que les autres composantes psychologiques (qualités et compétences) et sociaux historiques du porteur de projet.

Le processus entrepreneurial sera déclenché par la démarche de sensibilisation du programme d'appui à l'auto emploi, accompagnée d'un corollaire de valorisation.

Les acteurs du dispositif d'appui à l'auto emploi procèdent à une évaluation du projet (son potentiel de rentabilité) et du porteur de projet (ses motivations, ses besoins de formation).

La présélection et la sélection sont deux étapes importantes qui peuvent soit valider des projets et conforter les candidats dans leur mise en œuvre lorsque leurs projets répondent à leurs attentes, soit éveiller les doutes et permettre aux candidats de s'orienter, le cas échéant, vers d'autres carrières professionnelles.

Généralement, cette phase de déclenchement du processus entrepreneurial peut durer plus ou moins longtemps et se terminer soit par la renonciation au projet ou par une forte implication dans les autres phases.

Cependant dans le cadre d'un dispositif d'auto emploi, cette phase peut s'arrêter automatiquement si le candidat n'a pas pu validé les tests d'entrée au programme, comme elle peut pousser ce candidat à relever le défi et à continuer ce processus en dehors du dit dispositif. Si de nombreux processus de création d'entreprise sont déclenchés, force est de constater que tous, ne se concluent pas par la naissance d'entreprise. La logique intentionnelle peut ne pas aboutir à la réalisation de l'acte créatif: *« de nombreux individus expriment souvent leur souhait de fonder leur propre entreprise, mais force est de constater qu'ils ne se lanceront pas tous dans l'aventure »* (Hentic-Giliberto et Paturel, 2017:14).

Le passage de l'intention au comportement entrepreneurial peut être expliqué par « la force de l'intention » (Bird, 1988) ou « l'intensité de l'intention » (Ajzen, 1991 ; Moreau et Raveleau, 2006), ou « la force de conviction des attitudes tenues » (Ajzen, 1991 ; Davidsson, 1995) ou encore « la force de caractère et de la motivation » (Emin, 2003).

2.2 La décision d'entreprendre et la phase de l'engagement du processus créatif

D'après Hentic-Giliberto et Paturel, (2017), Bruyat est considéré comme le premier chercheur francophone à avoir exploré le concept d'engagement entrepreneurial qu'il nomme la « *dynamique du passage à l'acte* » (Bruyat, 2001: 26).

L'engagement entrepreneurial est défini comme un processus progressif qui se met en place au moment où le candidat exprime une intention claire et explicite et décide concrètement d'entreprendre.

Pour s'opérationnaliser, le comportement entrepreneurial doit d'abord être décidé et planifié (la théorie du comportement planifié).

L'engagement dans le cadre d'un dispositif d'appui à la création, est tributaire de l'intention entrepreneuriale et de la réussite du candidat dans la phase de présélection et de sélection.

Cet engagement permet à l'entrepreneur révélé de bénéficier des services offerts par celui-ci et passera de l'approche intention à l'approche décision .

2.2.1 De l'intention à la décision de créer

Pour Hernandez, (1999:64), l'intention se traduit « *en général, ... par la recherche de l'information utile pour agir* ». De même pour Tounes, (2007:9) , elle se manifeste par l'existence d'une idée ou d'un projet plus ou moins formalisé et exige « *l'action qui prend la forme de recherche de partenaires potentiels et d'informations sur le marché et le produit, de recours à des d'organismes spécialisés...* ».

A l'instar de Davidsson, (2006), nous pensons que le fait d'exprimer son intention de se lancer en affaire, un porteur de projet est entré dans le processus décisionnel entrepreneurial (processus de découverte et d'exploitation).

Learned, (1992), a montré que le futur créateur est censé chercher et collecter dans l'environnement les informations révélatrices et utiles pour la concrétisation de son acte créatif. En fonction de ces informations, une personne intentionnée peut décider de créer ou non.

Nous formulons ainsi la seconde hypothèse liée à l'acteur-créateur :

HA2 : La manifestation de l'intention de créer impacterait la décision de se lancer dans l'entrepreneuriat.

La plupart des recherches sur les modèles d'entrepreneuriat n'ont pas accordé à la décision entrepreneuriale sa véritable place (Hernandez et Marco, 2006).

Hernandez, (2006 :338) a cité trente-deux modèles d'entrepreneuriat¹ où le concept de la décision entrepreneurial est le plus souvent absent.

¹ Il a cité les auteurs suivants : « Belley (1989), Boutillier et Uzunidis (1999), Boyd et Vozikis (1994), Bruyat (1993), Bygrave (1989), Campbell (1992), Cooper (1971), Covin et Slevin (1991), Fayolle (1996), Gartner (1985), Greenberger et Sexton (1988), Guth, Kumaraswamy et McErlean (1991), Hernandez (2001), Herron et Robinson jr (1993), Herron et Sapienza (1992), Hornsby, Naffziger, Kuratko et Montagno (1993), Keats et Bracker (1988), Krueger (1989), Larson et Starr (1993), Learned (1992), Le Marois (1985), Liles (1974), Long et McMullan (1984), Martin (1984), Pleitner (1985), Shapero (1975), Solymossy et Hisrich (2000), Starr et Fondas (1992), Vanderwerf (1993), Verstraete (1999), Watkins (1976), Youaleu et Filion (1996) ».

Ces recherches estiment le plus souvent que la création d'entreprise est dû à un contexte qui a poussé l'entrepreneur à le faire. Ce dernier est considéré ici comme un agent et non comme un acteur qui a pris cette décision (Hernandez, 2006).

Pour M.Hernandez et L.Marco,(2006), il serait insuffisant de tenir en compte exclusivement de l'intention dans le processus créatif et d'écarter la décision d'entreprendre, dimension fondatrice et originelle située entre l'intention et l'acte de création (Hernandez, 2001,2006).

D'après Hernandez, (2006), même si la décision de créer est prise en considération dans certaines études, elle est abordée d'une façon indépendante selon trois dimensions : la rationalité², la logique d'action³ et la construction de sens⁴. Mais, elle devrait tenir compte conjointement de ces trois approches.

2.2.2 La décision entrepreneuriale, *une phase forte du processus créatif*

La majorité des travaux en entrepreneuriat se sont focalisés sur l'intention à créer et la considère comme une phase centrale du processus entrepreneurial. D'après Tounès, (2007), l'intention entrepreneuriale demeure le meilleur prédicateur des comportements futurs. Pour Linan et Chen, (2009), elle occupe une place extrêmement importante dans la décision de créer une entreprise.

Notons que les modèles d'intentions considèrent l'intention à créer comme étant constante et inchangée dans le temps. En effet, ces modèles ne prennent en considération que les réponses des interviewées sur leurs intentions entrepreneuriales, au moment de l'enquête. Ces derniers peuvent changer d'avis à n'importe quel moment.

Pour Audet, (2003, 2004), la stabilité de l'intention d'entreprendre n'est pas encore prouvée. On reproche également à ces modèles de mesurer l'intention entrepreneuriale en se basant uniquement sur des réponses purement subjectives et donc de se limiter dans une approche purement psychologique. Ce qui laisse comprendre que seulement la volonté qui explique l'intention d'entreprendre.

En ce sens, l'intention peut connaître des limites dans la prédiction des logiques d'actions complexes dans le cadre d'une politique de promotion à l'auto emploi.

² Selon l'approche économique, la décision de créer est un processus rationnel, elle est une fonction de maximisation d'utilité : le futur créateur compare le revenu tiré de l'acte de création à celui d'un travail et aussi à celui d'avoir un plein temps en loisir.

³ Pour l'approche sociologique, elle est une logique d'action, qui dépend de l'interaction de trois pôles Personnel, relationnel et professionnel

⁴ Selon l'approche philosophique et humaniste, la décision entrepreneuriale peut être une construction de sens. Le futur créateur trouve de valeur dans un cadre entrepreneurial plus que dans d'autres cadres d'engagement.

Pour palier à ce constat, nous pensons que les études doivent se pencher plus sur la décision entrepreneuriale qui peut amener réellement à l'acte de création.

Selon le modèle de création d'une nouvelle organisation de Greenberger et Sexton (1988), la décision entrepreneuriale est basée sur l'interaction d'un certain nombre de facteurs parmi lesquels peuvent être inclus, des variables de situation, le soutien social, certains traits de personnalité, la connaissance de soi et l'esprit d'entreprise.

Dans ce même sens, pour e.J.G. Eisenhauer ,(1995), la décision d'entreprendre dépend à la fois des caractéristiques personnelles (aversion au risque ou perception des bénéfices procurés par l'entrepreneuriat) et des facteurs contextuels (taux d'intérêt, richesse accumulée, conditions de travail et salaires, risque de chômage, générosité du système social).

M.Hernandez et L. Marco, (2006), abordent la décision sous l'angle de la prise de risque : « *Il est bien évident que la décision de créer ou non une entreprise est fortement affectée par le sentiment du risque pris* ».

Le passage à l'approche décision sera donc fait en diminuant de la manière la plus fine l'incertitude .

D'après Cuzin et Fayolle, (2004), l'accès à un dispositif de soutien à la création d'entreprise devrait faciliter le processus pour les futurs entrepreneurs en les aidant à surmonter certains obstacles, et à développer de nouvelles compétences ou encore à accéder à certaines ressources.

Lemoine et al., (2007), confirment également l'importance de cet appui et des aptitudes du porteur de projet dans le processus décisionnel entrepreneurial.

En outre, nous considérons que les structures d'incubation à travers les services offerts (formation et conseil) ont un effet sur les aptitudes des porteurs de projet et voir sa décision entrepreneuriale. Ceci justifie la formulation de la troisième hypothèse relative à l'acteur-créateur :

HA3 : Les aptitudes du futur créateur (qualités et compétences) faciliteraient la décision d'entreprendre

La décision de se lancer dans l'entrepreneuriat dans la cadre d'un accompagnement public apparaît comme un processus progressif, fait d'essais, d'erreurs, d'ajustements, d'orientation et d'appui.

La première concrétisation de l'engagement de l'entrepreneur en devenir dans le cadre d'une politique de promotion d'auto emploi, réside dans le suivi d'une formation entrepreneuriale et l'élaboration d'un plan d'affaires (BP).

D'après Touness, (2007 : 4) « *La décision implique que l'intention est confortée. Elle se distingue de cette dernière par deux dimensions essentielles. Premièrement, la formalisation du projet est achevée dans ses dimensions stratégiques, mercatiques et financières. Il est transformé en opportunité validée par les études financière et marketing du plan d'affaire. Deuxièmement, les ressources humaines, financières et logistiques sont globalement mobilisées* ».

Néanmoins, d'après Vestraete et Saporta, (2006 :279), l'élaboration du Business plan « *ne doit pas être envisagée comme une contrainte, mais comme une occasion de préciser sa vision stratégique. Celle-ci est par nature transversale. Elle combine des dimensions relevant du marketing, de la finance, du Droit, etc. à articuler, à coordonner, à manager. A ce titre, l'élaboration du plan d'affaires possède un caractère formateur, d'abord en plaçant le créateur face à des compétences de gestionnaire qu'il lui faudra posséder, ensuite en l'obligeant à anticiper l'évolution qu'il lui faudra gérer* ».

Ces auteurs ajoutent que « *le porteur du projet doit être le rédacteur du document, même s'il se fait assister par un expert (expert-comptable ou le conseiller d'une institution spécialisée dans l'accompagnement des créateurs)*». (Vestraete et Saporta, 2006 :279).

Plusieurs chercheurs ont mis en valeur l'intérêt de la formation entrepreneuriale et l'élaboration du plan pour la concrétisation de l'acte de création.

Selon Krueger et Carsrud, (1993), ces deux variables jouent un rôle important dans le processus créatif et affectent l'intention du futur entrepreneur.

L'étude de Noël, (2001), a confirmé cet impact sur le développement de l'intention entrepreneuriale et sur la perception de l'efficacité personnelle (self-efficacy).

Alors que pour Bruyat, (1993), un porteur de projet peut faire évoluer ses aspirations ou encore ses compétences suite à une formation entrepreneuriale. Ce qui peut l'amener à considérer généralement, l'action de création possible.

Dans le même sens, Verstraete, (1999), confirme que les prévisions du (BP) permettent de faire face aux difficultés de l'entrepreneuriat. Ces anticipations servent également d'argumentaire auprès des partenaires financiers et non financiers et en plus peuvent réduire le risque d'échec d'une entreprise nouvellement créée.

Liao et Gartner,(2006), ont ainsi découvert que les candidats-créateurs qui établissent un (BP) ont 2,6 fois plus de chance d'entreprendre que les autres (échantillon ce 64 622 entreprises américaines).

D'autres travaux se sont focalisé sur le lien entre le (BP) et la performance de l'accompagnement (Voelpel et al, 2005 ; Teece, 2010, Zott, Amit, 2008 ; Demil, Lecocq, 2008 ; 2009).

Ces études recommandent que l'intervention des accompagnateurs doit être ciblée et adaptée aux besoins spécifiques des projets et en même temps elle devrait, être conjugué avec le développement d'une propension à l'apprentissage, provenant du futur créateur.

On pense ainsi que la formation entrepreneuriale en amont de la création est une dimension fondamentale qui peut pousser un porteur de projet à se désengager du processus créatif à cause de son contenu ou de ses modalités ou encore à cause des formateurs.

D'où la formulation de la première hypothèse interactive entre le contexte d'action et l'acteur créateur:

HCA1 : La décision de création serait conditionnée par la qualité de la formation entrepreneuriale

Selon Mac Millan , (1981), les études de faisabilité technique et commerciale sont nécessaires mais ne sont pas suffisantes. Le futur créateur est dans l'obligation de développer toute aide émanant des systèmes d'accompagnement capable de consolider son projet, afin de réduire l'aversion au risque de certains intervenants importants (fournisseurs, banquiers, clients ...).

Dans la plupart des travaux, la contrainte financière apparait comme le premier problème rencontré par l'entrepreneur en devenir et ont souligné le conservatisme des établissements financières (Litvak et Maule, 1974, Richard et Arocena,1983).

Les difficultés d'accéder au fonds sont expliquées, d'une part, par les raisons classiques invoquées par la banque (insolvabilité, manque de garanties, etc..) auxquelles s'ajoutent, celles liées à l'acteur créateur (méfiance et manque d'information). Mais pour une grande part, le blocage provient des banques elles-mêmes (refus d'octroi de crédit et élévation des taux d'intérêt).

Certaines recherches (Blanchflower et Oswald,1998, Fonseca et al, 2001,Cavalluzzo et Wolken 2005) ont prouvé qu'à compétences individuelles égales, les porteurs de projets ayant un accès limité au capital financier ont moins de probabilités de démarrer et/ou croître leur propre affaire. Learned, (1992), a explicité l'approche décision par la formalisation du projet à travers l'élaboration du business plan et la mobilisation des ressources financières et logistiques.

Nous annonçons ainsi la deuxième et la troisième hypothèses interactives :

HCA2 : Le soutien financier dans le cadre du dispositif d'appui à l'auto emploi influencerait positivement la prise de décision d'entreprendre .

HCA3 : L'appui administratif dans une politique de promotion de création d'entreprise aurait un effet sur la prise de décision entrepreneuriale .

A ce stade d'engagement entrepreneurial, l'entrepreneur en devenir devient progressivement de plus en plus impliqué et entre dans une phase de décision irrévocable ou du moins difficilement réversible psychologiquement (Bruyat, 1993).

L'approche décision peut ainsi se traduire par le passage à l'acte entrepreneurial. Néanmoins, le porteur de projet peut renoncer au dernier moment à la création d'entreprise et prendre la décision de non création.

Signalons ici que l'entrepreneuriat n'est pas seulement une question de plan d'affaires, de financement ou de facilités administratives. Mais, Il est avant tout une dynamique personnelle, imposant des qualités spécifiques et des compétences acquises ou à développer selon le contexte (Zarifian, 1999, 2000).

L'engagement total ou l'engagement affirmé correspond à la période au cours de laquelle, les ressources nécessaires sont acquises et rassemblées. Le projet passe donc dans sa phase d'exécution, le démarrage.

3. Modélisation du processus entrepreneurial dans le cadre de l'accompagnement public

Ce modèle présente l'événement entrepreneuriale qui est la synthèse d'un engagement individuel dans le processus créatif et d'un engagement vis-à-vis d'une politique d'appui à l'auto emploi (voir la figure n°2).

Avant de présenter le modèle de recherche, nous préférons schématiser l'engagement total de l'acteur-créateur via un modèle interactionniste.

3.1 Schématisation du modèle interactionniste

Si on se réfère à ce modèle, le projet entrepreneurial dans l'optique d'une politique d'aide à l'auto emploi, débiterait avec un ou plusieurs déclencheurs positifs ou négatifs.

Nous postulons que le premier facteur précipitant l'intention à créer est la mise en place d'un programme d'appui à l'auto emploi (facteur pull lié au contexte de l'action), combiné, avec le statut antérieur du porteur de projet : salarié, inactif, chômeur, travailleur précaire (facteurs pull-push-hybride liés à l'acteur-créateur).

Ayant un statut de chômeur ou de travailleur précaire, le porteur de projet est plutôt contraint de chercher une alternative : le salariat avec de bonnes conditions ou le choix de créer.

Le recours à l'auto emploi ne peut être un choix imposé par les conditions du marché de l'emploi (chômage et emploi précaire) que si le candidat est certain que la création de son entreprise est la seule possibilité d'avoir un emploi (facteurs push). Dans le cas contraire, les facteurs explicatifs du recours à l'auto emploi seront un mélange entre le contraint et le volontaire.

Ayant un statut d'inactif et de salarié régulier, le porteur de projet est plutôt attiré par le statut d'entrepreneur.

Le recours à l'auto emploi dans ce cas, peut être un choix volontaire dépendant des aspirations de l'individu (facteurs pull). Néanmoins, le doute de l'attraction du statut d'entrepreneur (avantages de l'auto emploi) s'impose. Le fait qu'une personne considérée comme inactif, a le sentiment qu'elle n'arrivera pas à avoir un travail, envisagera l'acte entrepreneurial comme solution. Dans le même sens, qu'un salarié régulier qui peut être insatisfait. Dans ce cas de figure, les motivations entrepreneuriales seront une combinaison entre des facteurs choisis et imposés.

Ces motivations qui influencent l'intention entrepreneuriale des candidats sont ainsi pull, push ou hybrides. Nous pensons que la majorité des personnes qui ont fait recours à ce programme, le font principalement à cause de leurs situations difficiles (push).

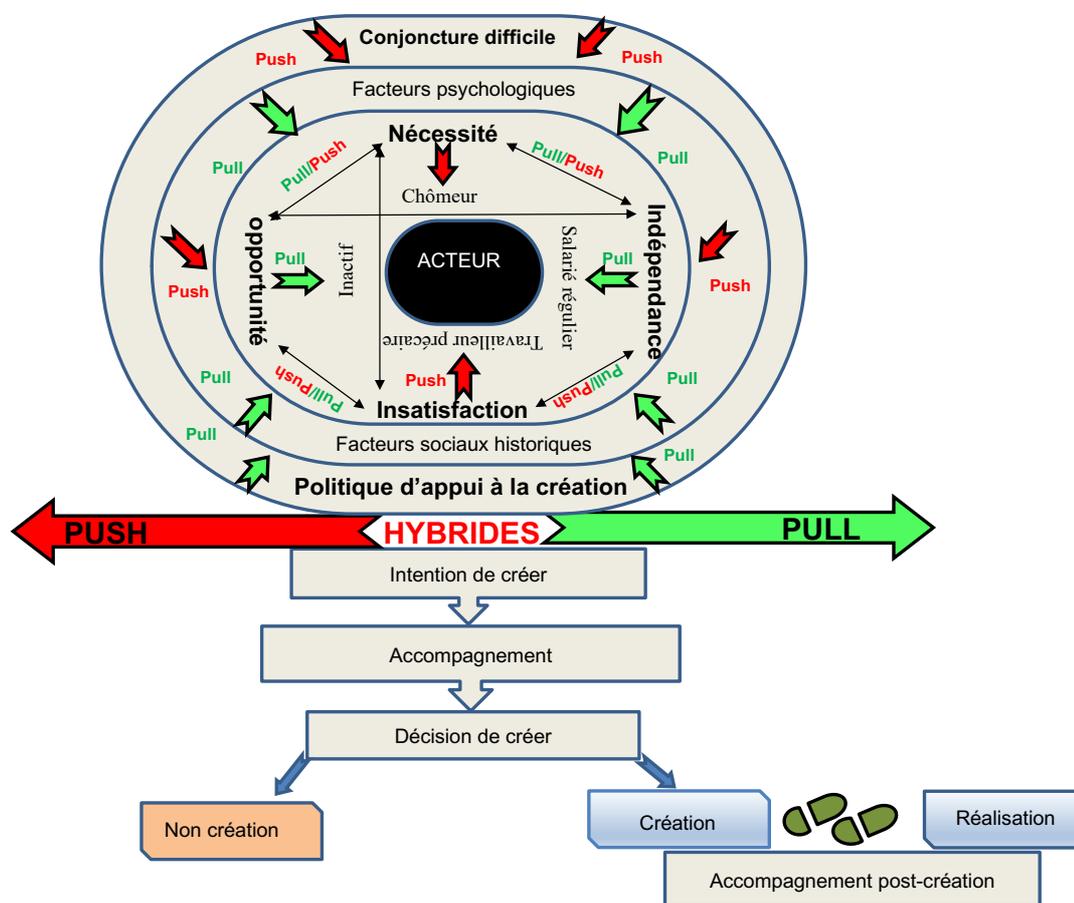
L'intention d'entreprendre guide l'acteur à entrer dans le programme afin de bénéficier du soutien d'un nombre considérable d'acteurs à travers un accompagnement pré-crédation.

Il serait pertinent dans ce cadre, de pouvoir identifier et différencier les déterminants initiateurs de l'intention, jouant sur l'abandon de cette envie ou au contraire renforçant la décision d'entreprendre.

La qualité de l'accompagnement pré création, en plus des facteurs du pôle personnel, professionnel et relationnel, conduiront le porteur de projet à s'engager réellement (premières démarches concrètes effectuées). Notons bien que l'enregistrement administratif ne garantit en rien la continuité du processus entrepreneurial.

Le développement et la pérennité de l'entreprise dépendra en partie du soutien post création.

Figure n° 2 : Le modèle interactionniste de recours à l’auto emploi dans un dispositif d’appui à la création :



Source : L’auteure

3.2 Présentation du modèle de recherche

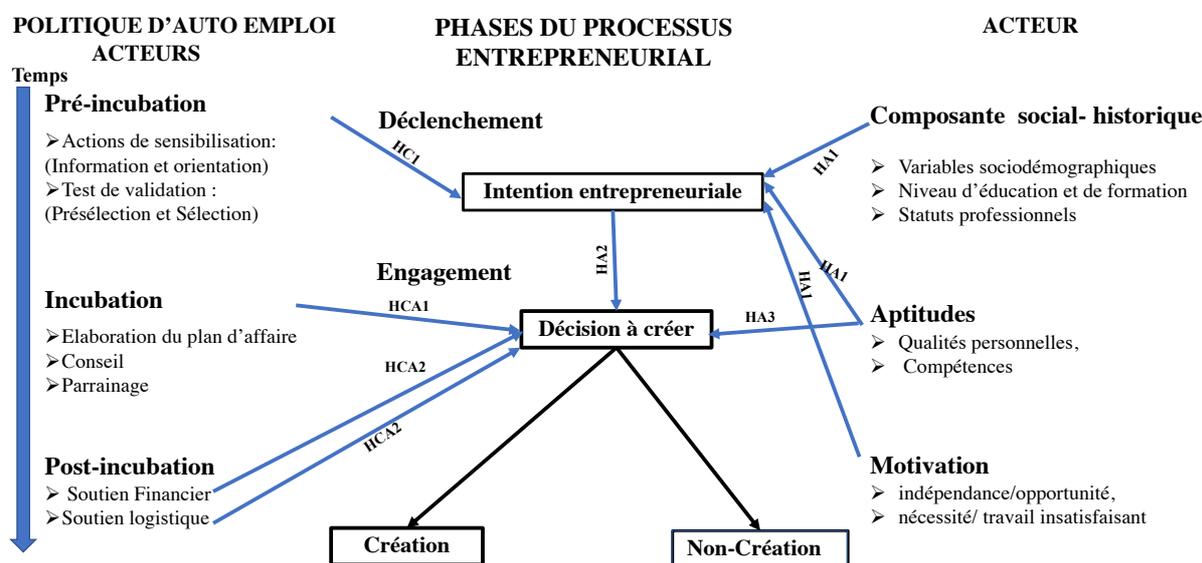
Dans son modèle de formation d’organisation, Learned, (1992), a présenté trois composantes du processus à savoir la propension à créer⁵, l’intention et la décision de créer aboutissent à la création ou non d’une entreprise. Par contre dans cette recherche, nous n’avons pas pris en compte la propension entrepreneuriale car nous partageons l’avis de Fayolle (2002), qui stipule que l’intention entrepreneuriale fait référence à une propension à entreprendre.

Une lecture simple de notre modèle peut se comprendre comme un déroulement d’étapes (Bruyat,1993): le déclenchement du processus avec la manifestation d’une attention entrepreneuriale, celle-ci peut se transformer progressivement en décision à créer ou non dans

⁵ la propension à créer signifie que « certaines personnes ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et d’expériences professionnelles qui les rendent plus susceptibles d’essayer de créer une affaire que d’autres » (Learned, 1992)

la phase de l'engagement, et enfin la concrétisation de l'acte entrepreneurial ou non (voir la figure n°3).

Figure n° 3 : Présentation du modèle de recherche



Source : Auteure

Cet enchaînement intention, décision, création ou abandon, est trop générique pour traduire plus concrètement des processus entrepreneuriaux de nature assez différente. Néanmoins, Il est important de signaler que le processus créatif ne suit pas forcément un cheminement linéaire vu l'hétérogénéité des situations et des processus.

D'après Tounés, (2003 :4) « Certes, l'intention précède souvent la décision et l'acte de création. Mais les cheminements entrepreneuriaux des individus sont très différents, pour ne pas dire singuliers ». En outre qui dit "processus", dit nécessairement changement, dynamisme et temps nécessaire pour que des effets puissent se produire (Tounés, 2007).

Dans ce sens, nous nous sommes inspirée de Fayolle,(2004). L'auteur a ajouté à la vision macroscopique, une autre complémentaire microscopique en gardant les étapes du processus mais d'envisager que « cet enchaînement se situe non pas à un niveau global (macroscopique) mais à un niveau plus fin (microscopique), c'est-à-dire concernant chacune des étapes identifiées...le déclenchement d'une étape, peut venir de la réussite ou de l'échec de l'étape précédente ; l'engagement n'est pas un engagement total dans le processus, mais un engagement partiel, dans une étape » (Fayolle, 2004).

A cette vision tourbillonnaire du processus, nous ajoutons notre vision de retour à l'étape précédente et la double implication entre les étapes car les décisions prises sont rarement optimales.

Cet enchaînement met donc en lumière à la fois la temporalité faite de retour en arrière, de boucles et d'itération et les logiques d'action de l'acteur dans le processus entrepreneurial.

Mais le temps ici peut être à l'encontre de la performance du programme d'appui à la création dont le déroulement est limité en termes de périodes pour chaque action en pré incubation, en incubation et post incubation.

Audet, (2003, 2004), souligne que l'existence d'important décalage entre la manifestation de l'intention et le passage à l'acte d'entreprendre, peut invalider la prédiction préétablie.

Soulignons que la conception de notre problématique est faite dans le cadre du concept de logique d'action où la stratégie d'un acteur doit prendre en considération le caractère limité de sa rationalité. En outre, cette stratégie est contingente à l'acteur lui-même (composante sociale historique, psychologique et groupale) et à la situation d'action (la mise en place d'un programme d'appui à l'auto emploi). Ces interactions impliquent la pluralités des stratégies.

L'acteur se contente en fait de solutions satisfaisantes voire, même des moins insatisfaisantes possible.

Cette phase en amont de la création peut durer plus ou moins longtemps, se terminer plus ou moins progressivement, signalons là très souvent l'abandon du projet et voire l'accompagnement, ou contribuer à intensifier la dynamique de création à travers la concrétisation de l'acte de création.

Le créateur n'envisage plus de retourner en arrière, l'abandon difficile, ce serait un échec pour lui. Mais il peut encore geler cet engagement en stoppant le démarrage de son entreprise. Des fois, la création de son projet peut aboutir à l'échec et l'individu a encore l'envie et l'intention de faire recours à l'auto emploi et de répéter le processus.

CONCLUSION

À la fois complexe et multidimensionnel, le processus entrepreneurial dans le cadre d'une politique d'appui à l'auto emploi traduit un double engagement, un engagement individuel et un autre dans un programme visant à créer un environnement favorable à l'entrepreneuriat.

La politique d'appui à l'auto emploi assure l'interface entre les porteurs de projet et les acteurs susceptibles de les aider à concrétiser la création d'activité .

l'accompagnement public entrepreneurial permet, au futur créateur d'apprendre des connaissances, de développer des compétences (formation entrepreneuriale), mais aussi d'accéder à des ressources nécessaires (soutien financier et administratif) lui facilitant la décision d'entreprendre.

Il convient de retenir que le principal but de cette recherche est d'une part de déterminer les logiques motivationnelles entrepreneuriales dans une optique d'accompagnement public et, par conséquent, d'identifier les principaux facteurs permettant d'influencer la décision entrepreneuriale et de prédire le comportement organisationnel. D'autre part, l'étude vise la modélisation de cet engagement entrepreneurial :

A travers le modèle interactionniste, nous espérons jeter un éclairage supplémentaire sur la compréhension du comportement entrepreneurial, en soulignant les différentes composantes qui construisent la motivation entrepreneuriale et déterminer les variables qui interviennent dans les phases de pré création, de création et de post création.

Quant au modèle de recherche, il met en exergue à la fois les trois temps forts du processus créatif à savoir le déclenchement, l'engagement et la concrétisation de l'action création et les trois phases de l'accompagnement : pré incubation, incubation et post incubation.

Le modèle vise premièrement expliquer la manifestation de l'intention et son évolution en décision d'entreprendre . Deuxièmement, il préconise que la décision, noyau du processus créatif, serait selon l'approche des logiques d'action, lourdement influencée par l'accompagnement public et par les aptitudes de l'acteur-créateur disponibles et/ou acquises par la formation entrepreneuriale. L'estimation de ce modèle fera l'objet d'une prochaine publication.

Toutefois, comprendre le recours à l'auto emploi dans le cadre d'une politique d'appui à la création d'entreprise à travers ce modèle comporte certaines limites.

Certes nous considérons que l'enchaînement intention, décision, création ou abandon, est trop générique pour traduire plus concrètement des processus entrepreneuriaux de nature assez différente. Néanmoins, la schématisation du modèle est présentée comme une suite ordonnée d'étapes pouvant être encouragé, favorisé, ou modifié.

Le modèle présente également, la décision de non création comme un échec à la fois du porteur de projet et des structures d'incubation. Mais, l'impact de l'accompagnement public ne se limite pas au résultat direct mesuré par le nombre d'entreprises créées ou le nombre d'emplois créés, il peut aussi être abordé en termes de changement de statut socio-professionnel.

L'accompagnement reçu peut générer des modifications non seulement au niveau du projet, mais aussi au niveau de l'individu lui-même. Tout retour à l'emploi ou toute évolution de catégorie professionnelle (passage d'agent d'exécution à un agent de maîtrise ou encore à la catégorie cadres), pourrait s'avérer pertinent en terme d'insertion (résultat indirect).

Quant aux perspectives, il serait utile de comparer ce modèle de recours à l'auto emploi dans une optique d'accompagnement entrepreneuriale avec un autre sans accompagnement, afin de mesurer l'impact voire la performance des structures d'incubation .

En parallèle, une analyse approfondie de suivi de l'entreprise nouvellement créée serait vivement recommandable après un engagement affirmé du créateur et un démarrage réussi. L'accompagnement post-crédation permet à l'entrepreneur d'optimiser les chances du succès et de pérennité de son entreprise.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Amblard H., Bernoux P., Herreros G., Livian Y.-F.(1996)**, Les nouvelles approches sociologiques des organisations, Le Seuil, coll. « Sociologie », Paris.
- Arocena J., Bernoux P., Minguet G. Paul-Cavallier M., Richard P.,(1983)** « La création d'entreprise, un enjeu local », notes et études documentaires, La Documentation Française, n°4709-4710.
- Audet J. , (2004)**, A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students Academy of Entrepreneurship Journal
- Aumont B. & Mesnier.P.M(1995)**, L'acte d'apprendre. Paris : PUF.
- Baum J.R.,(1995)**, The relation of traits, competencies, motivation, strategy and structure to venture growth, *Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College*.
- Bayad M., Boughattas Y., & Schmitt C., (2006)** « le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26, 27 octobre, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse
- Beaucage A., Laplante N.& Légaré R. (2004)**, Le passage au travail autonome : choix imposé ou choix qui s'impose ?, *Relations industrielles / Industrial Relations*, vol. 59, n° 2, p. 345-378.
- Benredjem R. & Sahut J.M., (2016)**, Regards croisés sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants, *Gestion 2000* , 2016/5-6 (Volume 33).
- Bernoux P. (1995)**, La sociologie des entreprises, Paris, Editions du Seuil.
- Bhola R., Verheul I., Thurik R. & Grilo I., (2006)**, « Explaining engagement levels of opportunity and necessity entrepreneurs », *EIM Working Paper n° H200610*, Université de Zoetermeer, Pays-Bas.
- BIRD B. (1988)**, « Implementing entrepreneurial ideas : The case for intention », *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Blanchflower D. et Oswald A., (1998)**, « What Makes an Entrepreneur ? » *Journal of Labor Economics*.
- Blanchflower D., David G. & Meyer Bruce D.,(1991)** « A Longitudinal Analysis of Young Entrepreneurs in Australia and the United States », *NBER Working Paper No. 3746*, juin.
- Bosma N. & Levie, J. (2009)**, *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Global Report*. Babson College, USA.
- Bruyat C. (1992)**, « Le système d'appui à la création et la reprise d'entreprises région Rhône-Alpes, Élément de réflexion, constats et propositions. », Réseau de compétence en Rhône-Alpes pour la création d'entreprises (SAFIR), ESA de Grenoble
- Bruyat C. (1993)**, *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation*, thèse de doctorat en sciences de gestion, université Pierre-Mendès-France de Grenoble, 1993.
- Capron H. & Cincera M. (2009)**, *L'identité des primo-créateurs. spécificités et diversités dans entrepreneuriat et création d'entreprise*, de boeck Université
- Capron H., (2009)**, *l'économie de l'entrepreneuriat : les constats empiriques, entrepreneuriat et création d'entreprise*, de boeck Université.
- Chandler G.N & Jansen E.,(1992)**, The founder's self-assessed competence and venture performance, *Journal of Business Venturing*, vol. 7, p. 223-236.
- Cherkaoui R., (2022)**, «The hybrid theory: a new approach to entrepreneurial motivation in the framework of business-creation support policies», *Revue Internationale des Sciences de Gestion* « Numéro 15 / Volume 5 : Numéro 2» pp : 363 – 380, Digital Object Identifier : <https://doi.org/10.5281/zenodo.6515617>
- Davidsson P. (2006)**, "Nascent Entrepreneurship: Empirical Studies and Developments", *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*: Vol. 2: No. 1, pp 1-76
- Duchénaut B. (1997)**, « les femmes entrepreneurs à la tête de PME » in les femmes les femmes entrepreneurs à la tête de PME : une nouvelle force pour l'innovation et la création d'emplois, Conférence de l'OCDE, Groupe ESC Rennes, EUROPME.

Fayolle A. ,(2002), « champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche, 6° Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal.

Fayolle A., (2004), Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre. Dunod, XVI-392 p.,

Fayolle A., Degeorge. J.-M. & Aloulou .W, (2004), « Entre intention et création d'une entreprise nouvelle : le concept d'engagement », 3e congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, IAE de Lyon et EM Lyon, 31 mars et 1er avril 2004.

Flesia E. (1998), « La création d'entreprise par les chercheurs publics : peut-on passer du mythe à la réalité ? », Humanisme & Entreprise, N° 231, octobre, p. 21-30.

Gartner W. B. & Carter N. M.,(2003), « Entrepreneurial Behavior and Firm Organizing Processes », in Zoltan J. Acs and David B. Audretsch (eds.), Handbook of Entrepreneurship Research (International Handbook Series on Entrepreneurship, vol. 1, Boston : Kluwer Academic Publishers.

Gartner, W. B , (1989), Who is an entrepreneur? Is a wrong question", Entrepreneurship Theory and Practice.

Gartner, W. B , (1990), "What we are talking when we are talk about entrepreneurship", Journal of Business Venturing, 5(1).

Gartner, W. B. , (1985), « A Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation », Academy of Management Review, 10;

Gartner, W.B. (1993), « Who lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary », *Journal of business venturing*, Vol. 8, n°3, pp 231-239

Gasse Y. , (2003) L'influence du milieu dans la création d'entreprise, *Organisations & territoires*, vol. 12, no 2, Printemps-Été, pp. 49-56.

Guyot J.L. & Vandewattyne.J, (2008), les logiques d'action entrepreneuriale, de boeok Université libre de Bruxelles

Hentic-Giliberto M. & Paturel R., (2017), nature de l'engagement du créateur et choix du statut de son entreprise, *La revue des sciences de gestion* 2017/3-4 (N°285-286)

Hernandez É.M. & Marco L., (2006) « L'entrepreneur est l'initiateur d'un processus complexe de détection et d'exploitation d'opportunités ». *Entrepreneur et décision. De l'intention à l'acte*, Paris, ESKA, coll. « Gestion économique » 200 p., Paris, ESKA

Hernandez É.M., (1995), *L'entrepreneuriat comme processus , PME et éthique*, Volume 8, numéro 1.

Hernandez É.M., (2001), « L'entrepreneuriat, approche théorique », *éditions L'Harmattan*

Hernandez É.M., (2006), les trois dimensions de la décision d'entreprendre , dans *Revue française de gestion* 2006/9-10 (n° 168-169).

Hernandez, 1999

John O. P., Donahue, E. M., & Kentle, R. L. ,(1991). The Big-Five Inventory-Version 4a and 54. Berkeley, CA: Berkeley Institute of Personality and Social Research, University of California.

Le, A. T. (1999). Empirical Studies of Self-Employment. *Journal of Economic Surveys*, 13, 381-461.

Learned K.E., (1992), What happened before the organization? A model of organization formation", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol17, pp. 39-48.

Linán F. & Chen, Y.W. ,(2009), Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

Masmoudi R., (2007) , « L'étude exploratoire des processus et des modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes ». Thèse de doctorat, Toulon-Var, Université du Sud.

- Messeghem K., Carrier C., Sammut S., Thurik R. et Chabaud D., (2013),** « L'accompagnement entrepreneurial, une industrie en quête de leviers de performance ? », *Management international*, vol. 17, no 3, p. 65-71.
- Messeghem K. et Sammut S. (2017),** "Editorial: Thirty years of research in entrepreneurial support", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business Journal*, vol. 23, no 4, p. 405-418.
- Paturel R., (2005)** ,« Pistes de réflexions en vue de l'élaboration d'une grille de positionnement des pratiques entrepreneuriales », 4e congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, actes.
- Paturel R., Masmoudi R., (2005),** Les structures d'appui à la création d'entreprise: contribution en vue de l'évaluation de leurs performances, IV^{ème} congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Novembre, Paris.
- Rapiau M.T., (2010),**Entrepreneuriat et formes d'emploi...Points de repère, n° 204, 63-69.
- Reynaud J.D., (1997),** Les règles du jeu. L'action collective et la régulation, Paris, Armand Colin 3^e éd
- Reynolds P., Bygrave W., Autio E., Cox L. & Hay M. , (2002),** Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report. Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation, & London Business School.
- Shane S. & Venkataraman S., (2000),**The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, p. 217-226.
- Shapero A., Sokol L.(1982),** "The social dimensions of entrepreneurship", *Encyclopedia of entrepreneurship* Prentice Hall Inc, Englewood Cliffs, 1982, p. 72-90.
- Shapero A.,(1975),** "The displaced, uncomfortable entrepreneur", *Psychology Today*, November, vol. 9, n° 6, p. 83-88.
- Stevenson H.H. & Jarillo J.C (1990),** A paradigm of entrepreneurship : Entrepreneurial management", *Strategic Management Journal*, vol. 11, p. 17-27.
- Stoner C.R. & Fry F.L., (1982),** The entrepreneurial decision: dissatisfaction or opportunity *Journal of Small Business Management*, 20(2), 39-43.
- Toulouse J-M., (1990),** « La culture entrepreneuriale », Rapport de recherche n° 90-03- 02, Montréal : Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, École des HEC de Montréal.
- Tounes A. , (2007),** l'intention entrepreneuriale : théories et modèles In book: L'entrepreneuriat : théories, acteurs et pratiques Edition: Riadh Zghal Publisher: Sanabil
- Tounes A., (2003),** «l'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (Bac+5) et des étudiants en DESS CAAE »,Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion présentée et soutenue publiquement par le 15 décembre 2003, UNIVERSITE DE ROUEN Faculté de Droit, des Sciences Économiques et de Gestion Institut d'Administration des Entreprises.
- Van Geldern M., Bosma N., Thurik R.,(2001),** « Setting up a business in the Netherlands: Who starts, who gives up, who is still trying », Research Report of the EIM business & Policy Research,pp1-39
- Verstraete T. & Saporta B., (2006),** Création d'entreprise et entrepreneuriat, Éditions de l'ADREG .
- Verstraete T., (1999),** Entrepreneuriat. Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L'Harmattan, collection Economie et Innovation.
- Vickery L.,(1985),** Recherche et création d'entreprise, Enseignement et Gestion, numéro spécial, Printemps 1985.
- Wagner J., (2002),** « Personnel and Regional Determinants of Entrepreneurial Activities Empirical Evidence from the REM Germany»,IZA discussion papae n°642.
- Zhao H. & Seibert S. E. , (2006),** The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271.