

LES FACTEURS CLES DE LA REUSSITE ENTREPRENEURIALE DES JEUNES : CAS DE LA REGION SOUSS MASSA DRAA

Abdelhaq LAHFIDI, *École Nationale de Commerce et de Gestion, Université IBN-ZOHR, MAROC*
Lahfidi_abdelhaq@yahoo.fr

M'barek HOUSSAS, *École Nationale de Commerce et de Gestion, Université IBN-ZOHR, MAROC*
Houssas@yahoo.fr

Mots clés: Entrepreneuriat, motivation entrepreneuriale, jeunes promoteurs, comportement d'entrepreneur.

Résumé : Aujourd'hui, la création des PME retient l'attention des décideurs comme étant la principale source d'emploi et de développement des régions. En effet, particulièrement l'entrepreneuriat des jeunes contribue favorablement au développement des régions et est vu comme étant le moteur principal de tout système économique aussi bien au niveau régional qu'au niveau national. Ce papier s'intéresse à la motivation entrepreneuriale des jeunes entrepreneurs dans la Région Souss Massa Daraa. Il a pour objectif d'examiner les facteurs expliquant la motivation de ces jeunes à créer leur propre emploi après leurs études. Une enquête auprès de 100 entrepreneurs(e)s fût réalisée. Les résultats indiquent que l'aversion au risque et l'éducation en entrepreneuriat constituent les facteurs qui affectent la motivation entrepreneuriale.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial motivation, young entrepreneurs, entrepreneur behavior.

Abstract : Nowadays, the creation of SMEs draws the attention of decision makers as the main source of employment and regional development. Indeed, youth entrepreneurship in particular contributes positively in regional development and is perceived to be the driving force of any economic system on both the regional and the national levels. This paper is interested in the entrepreneurial motivation of young entrepreneurs in the Souss-Massa-Daraa region. It seeks to examine their motivation factors for setting up their own employment opportunities after graduation. A survey of 100 entrepreneurs was conducted. The results indicate that risk aversion and entrepreneurship education are the factors that affect entrepreneurial motivation.

Introduction

Depuis longtemps, le concept entrepreneuriat a attiré l'attention des chercheurs comme essence de la création et la promotion d'emploi, de dynamisme socio économique et des valeurs culturelles. On recense plusieurs économistes qui s'intéressent à ce concept d'entrepreneuriat comme, (Smith 1776), (Mill 1848), (Knight 1921), (Boumol 1968), (Kizner 1976), (Broehel 1978). Le développement de l'esprit d'entreprise s'explique largement par le fait que les régions disposent énormément de potentialités et des activités entrepreneuriales nécessaires à la création et la promotion de l'emploi.

Malgré cela, les activités entrepreneuriales rencontrent plusieurs obstacles¹ qui freinent leur développement comme : l'aversion au risque, un manque de formation ou d'éducation entrepreneuriale, motivation individuelle, contraintes familiales qui poussent les chômeurs à chercher un travail rentable à très court terme, comportement plus défavorable à l'entrepreneuriat chez les jeunes qui préfèrent les grandes entreprises et les établissements publics, etc.

¹ Marchesnay M., L'entrepreneur face à ses risques, cahiers d'économie de l'innovation, n°12, 2002

Depuis plusieurs années, le Maroc s'est lancé dans une politique de développement basée sur l'encouragement de l'entrepreneuriat. Différents programmes ont été mis en œuvre dans ce domaine afin d'inciter les jeunes à se lancer en affaires (crédit jeunes promoteurs, moukawalati, etc.).

Notre objectif dans ce papier est d'étudier les facteurs qui influencent la réussite entrepreneuriale des jeunes promoteurs de la région de Souss Massa Daraa (Agadir Maroc) en adoptant une approche à la fois déterministe et comportementale. En d'autres termes, il s'agit de répondre à la question suivante: Quels sont les facteurs qui déterminent la réussite entrepreneuriale des jeunes de la région de souss massa daraa?

Pour analyser cette problématique, notre démarche consiste à présenter, dans un premier temps, quelques aspects théoriques de l'entrepreneuriat (I), puis, dans un deuxième temps, les résultats de notre étude empirique (II) en mettant l'accent sur trois points essentiels: la motivation des jeunes, l'explication de la réussite entrepreneuriale et les facteurs de blocage.

I- Les fondements théoriques l'entrepreneuriat

L'entrepreneur est une personne qui prévoit un besoin, il met en évidence une organisation ainsi que les outils nécessaires pour réaliser ce besoin. Ceci montre qu'il prend le risque que ce besoin ne se réalise pas ou que les outils entrepris semblent inadéquats.

Selon J. Schumpeter, l'entrepreneur incarne le pari de l'innovation, son dynamisme assure la réussite de celle-ci. C'est en ce sens que Schumpeter dit : "L'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes et dont l'énergie est suffisante pour bousculer la proportion à la routine et réaliser des innovations"². Il est un véritable aventurier qui n'hésite pas à sortir des sentiers battus pour innover et entraîner les autres hommes à faire autre chose que ce que la raison, la crainte ou l'habitude leur dictent de faire.

L'esprit d'entreprise de l'individu est donc son aptitude à saisir les opportunités pour la création de nouvelles valeurs avec tout ce que cela comporte comme risque.

² J.Schumpeter, 1999, théorie de l'évolution économique, Dalloz

L'entrepreneuriat est considéré comme un champ large d'activités où se croisent à la fois opportunités, prise de risque, intuition, innovation, invention, organisation et persévérance pour la création de la richesse. La création de l'entreprise est la conséquence des valeurs éducatives, culturelles, professionnelles et scolaires de l'entrepreneur.

En résumé, Schumpeter, qui met l'accent sur le leadership et non sur la propriété (Backman, 1983), considère l'entrepreneur comme l'acteur principal de la sphère économique en se basant sur une approche fonctionnelle dans laquelle le risque devient une variable déterminante parmi d'autres de l'environnement (Laurent, 1989).

Selon Marchesnay (1994), l'entrepreneur idéal remplit trois fonctions majeures :

- 1- "C'est lui qui se charge de mobiliser les capitaux financiers afin d'en tirer profit, dont Knight dira qu'il est le fruit du risque et de l'incertitude" (cf. Cantillon)
- 2- Il se charge de mobiliser les ressources disponibles au sein de son organisation de manière à la rendre performante (cf. Say);
- 3- "Mais cette rentabilité ne peut être obtenue, en économie de marché, que si l'entrepreneur contribue à une rupture, par l'innovation, dans le circuit économique, contribuant ainsi à la dynamique de l'évolution économique" (cf. Schumpeter).

1.1 LES APPROCHES THEORIQUES

Depuis une trentaine d'années, les recherches sur l'entrepreneuriat ont connu un développement extraordinaire. Plusieurs axes ont été abordés comme l'origine, l'organisation et la stratégie de l'entreprise (Barreyre, 1967 ; Gervais, 1978 ; Dandridge, 1979 ; Candau, 1981 ; Hertz, 1982), mais aussi les aspects relatifs à l'entrepreneur : son comportement face au risque, ses motivations, ses attentes, etc. A ce niveau, les recherches se sont basées essentiellement sur deux approches : déterministe (Litzinger, 1965 ; Hornaday et Aboud, 1971 ; Braden, 1977 ; Brockhaus, 1980 ; Welsch et Young, 1982 ; Gill, 1985) et comportementale (Sweeney, 1982 ; Gartner, 1988 ; Déry, 1995 ; Stevenson, Roberts, Grousbeck, 1993).

L'approche déterministe « trait approach » considère l'entrepreneur comme l'acteur principal (unité d'analyse). Plusieurs facteurs sont pris en considération par les chercheurs tels que les caractéristiques personnelles, familiales et socio-économiques pour aboutir à un profil-type d'entrepreneur. Les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur comprennent la recherche du profit, la

motivation, l'estime de soi, l'innovation, la perception du risque.

L'approche comportementale « behavioral approach », quant à elle, et contrairement à l'approche déterministe, considère l'entrepreneur comme un élément déterminant dans un processus très complexe de la création de l'entreprise (Gartner, 1988). Ce processus entrepreneurial comprend toutes les fonctions et activités nécessaires à la perception d'opportunités et à la création d'entreprise. L'attention est par conséquent axée sur « l'agir » c'est-à-dire comment l'entrepreneur se comporte ? (Déry, 1995). Dans ce contexte, l'entrepreneur se définit comme « quelqu'un qui perçoit une opportunité et crée une organisation pour en tirer profit » (Bygrave et Hofer, 1991).

Selon cette approche, l'entrepreneuriat est vu non seulement comme un ensemble de traits individuels mais aussi un ensemble cohérent d'attitudes de gestion.

1.2 LES DETERMINANTS DE LA REUSSITE ENTREPRENEURIALE :

Les recherches sur l'entrepreneuriat ont montré l'existence de plusieurs facteurs expliquant la motivation entrepreneuriale. Ces facteurs peuvent être classés en deux catégories principales : psychologiques et socio-économiques.

1.2.1 LES FACTEURS PSYCHOLOGIQUES

Selon certains chercheurs (Aldrich et Zimmer, 1986 ; Keats et Bracker, 1988 ; Stevenson et Jarillo, 1990), la motivation entrepreneuriale est influencée par des caractéristiques inhérentes à l'entrepreneur comme l'aversion au risque, l'innovation, la créativité (McMullen, 2004 ; Lazear, 2002 ; Robichaud, 2001), également l'indépendance, l'autonomie et le besoin d'accomplissement (McClelland, 1961).

Les études empiriques montrent que le degré de propension au risque est sans doute un des déterminants les plus importants de la motivation entrepreneuriale et de la décision de se lancer dans une nouvelle affaire.

1.2.2 LES FACTEURS SOCIO-ÉCONOMIQUES

A coté des facteurs psychologiques, des caractéristiques environnementales affectent également la motivation et la capacité de se lancer

en affaires. Dans ce sens, Reynolds (1992) a proposé deux catégories de facteurs :

* Les caractéristiques économiques du secteur d'activité et de la région : L'environnement politico-légal joue un rôle important dans le démarrage en entrepreneuriat (Franke 2003). Ainsi, le contexte fiscal, économique et légal peut être considéré soit comme une barrière soit un facteur incitatif à l'entrepreneuriat. Dans le même sens, une étude réalisée par Growplus (2004) a révélé que 2,4% des jeunes européens se sont lancés en affaires contre 8,5% pour les USA. Cette différence s'explique, en général, par les politiques en matière de création d'entreprises.

* Les caractéristiques liées au contexte individuel de l'entrepreneur : A ce niveau, certaines recherches ont montré l'interaction de plusieurs facteurs difficiles à maîtriser comme : l'éducation (Finkle 2006), la culture (Kaufmann(1995) ; Peterson (1988) et Wenckers (2002).

Dans le même sens, d'autres recherches ont mis l'accent sur un autre élément aussi primordial que les deux premiers à savoir le background parental. Ainsi, d'après (Clausen (1991), Clarke-Stewart, (1988) et Bandura (1991)), les parents jouent un rôle essentiel dans l'orientation des jeunes vers le milieu des affaires.

Sur le plan théorique, la littérature a relevé plusieurs traits comme :

- La recherche d'indépendance ;
- Le besoin de pouvoir, de réalisation et de reconnaissance sociale ;
- Le contrôle du destin ;
- Créer son propre emploi ;
- Saisir une opportunité ;
- Constitution une fortune ;
- Aider la famille ;...etc.

L'objectif de notre étude est de relever les facteurs clefs de la réussite de l'entrepreneuriat. A cet effet, dans le cadre de notre enquête, nous avons retenu les facteurs suivants :

1- L'accomplissement personnel : Les recherches menées par Albert et Mougenot en 1988 ont montré que l'entrepreneur manifeste avant tout, un besoin d'épanouissement et de développement personnel. Ce besoin se voit par la volonté de créer quelques choses de nouveau et de mettre en pratique ses connaissances acquises dans le domaine scientifique et professionnel.

De plus, la volonté d'être fier de sa profession et d'être satisfait de son travail peut être introduite dans ce sens d'accomplissement. Cela suppose que la personne concernée préfère de créer sa propre entreprise que de rester un salarié.

2- L'autonomie individuelle : Selon certains chercheurs (Sweeney(1982), Donckels(1984), Albert et Mougenot(1988)), l'indépendance des entrepreneurs est la chose la plus désirable au monde. En effet, le statut de l'entrepreneur permet d'éviter les contraintes de soumission aux supérieures hiérarchiques.

3- Les motivations parentales : Le contexte familial permet de nourrir les motivations d'être des nouveaux entrepreneurs. En effet, ce contexte peut inciter des jeunes soit à imiter un membre de la famille et de créer leur propre affaire soit à agrandir une affaire familiale déjà existante.

4- Création de son propre emploi : en période de crise économique caractérisée par un chômage de longue durée, les jeunes préfèrent se lancer dans les affaires soutenues par le gouvernement (programme mokawalati). Dans ces conditions, on parle plus de création d'emploi que d'entreprise (Bruyat, 1994).

5- Amélioration de la situation financière : Selon des études empiriques, certaines personnes peuvent être motivées par la recherche d'un salaire plus élevé permettant d'améliorer leur situation financière le plus vite possible.

II. Etude empirique sur les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat

L'analyse approfondie des principales approches théoriques de l'entrepreneuriat nous a permis de développer au mieux notre réflexion sur l'apport des aspects psychologiques et socioéconomiques dans l'explication du phénomène entrepreneurial.

L'enquête effectuée auprès des jeunes entrepreneurs qui ont réalisé un projet de création d'entreprise à Souss Massa Daraa, était aussi une occasion pour mesurer l'impact de ces facteurs psycho-socio-économiques dans la réussite et la pérennité de l'entreprise créée.

2.1 APERCU SUR LA METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Pour cette étude, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon représentatif de jeunes entrepreneurs ayant créé leur propre entreprise dans la région de Souss Massa Daraa pendant les cinq dernières années c'est-à-dire depuis 2006. Notre

enquête s'est basée sur un questionnaire composé de 35 questions divisées par axes. Les principaux axes sont les suivants :

- L'identification de l'entreprise.
- L'identification de l'entrepreneur.
- Les caractéristiques psychologiques.
- La motivation, l'évaluation de l'entreprise.
- La perception de l'environnement
- La perception des obstacles.
- La perception des risques.

Le questionnaire a porté sur 100 entrepreneurs choisis aléatoirement à partir d'une base de données qui nous a été délivrée par le CJD (Centre des Jeunes Dirigeant) et une autre délivrée par la chambre de commerce d'industrie et de service d'Agadir, dont 80 nous ont répondu favorablement.

Après la collecte des données, nous avons utilisé le logiciel SPSS pour traiter les informations en se basant sur les méthodes uni variée et bi variée.

2.2 ANALYSE DES RÉSULTATS OBTENUS

Le traitement des données nous a permis de distinguer trois volets principaux: le premier concerne la motivation des jeunes entrepreneurs à exercer leur activité. Le deuxième traite les facteurs principaux qui déterminent la réussite entrepreneuriale des jeunes. Le troisième traite quelques obstacles psycho-socio-économiques qui bloquent les jeunes dans leur processus de création d'entreprise.

2.2.1 LA MOTIVATION DES JEUNES

La motivation, qui est considérée comme une force motrice, constitue une variable à plusieurs dimensions (valeur accordée à l'activité, l'effort déployé, le temps consacré à l'activité et l'intention d'abandonner l'activité) qui nous permettent d'expliquer l'amplitude et la persistance de l'engagement des efforts.

D'après l'étude, nous avons constaté que les jeunes accordent une grande valeur à leur activité. Ainsi, 85% des jeunes accordent une forte valeur à leurs activités entrepreneuriales. Tandis que 15% lui accordent une moyenne valeur, on remarque qu'aucun répondant n'a présenté son indifférence vis-à-vis de son activité.

Ainsi, les jeunes sont très attachés à leur activité, dès le moment de la création effective de

l'entreprise. Ce qui explique les efforts consacrés à l'activité. L'enquête a montré que 90% des jeunes déploient des efforts très importants, alors que seulement 10% annoncent déployer un effort moyen dans leurs activités.

Ces résultats montrent que l'intention d'abandonner l'activité chez les jeunes reste très faible. En effet 95% des jeunes s'attachent totalement à leur activité contre 5% qui déclarent avoir l'intention d'abandonner leur activité.

Tableau 1 : la corrélation entre les dimensions de la motivation.

	Age	Valeur	Effort	Temps	Aband
Age	1.00	0.04	-0.021	-0.03	-0.04
Valeur	0.04	1.00	0.6	0.75	-0.8
Effort	-0.02	0.6	1.00	0.74	-0.17
Temps	-0.04	0.75	0.74	1.00	-0.10
Abandon	-0.04	-0.8	-0.17	-0.10	1.00

L'étude des corrélations entre l'âge et les critères de motivation ne donne aucune relation positive ou négative. Par contre, en ce qui concerne les corrélations entre ces variables, on remarque :

* Une corrélation positive significative ($r = 0.60$) a été obtenue entre la valeur accordée à l'activité et la quantité d'effort déployé.

* Une corrélation positive significative ($r = 0.75$) a été obtenue entre la valeur accordée à l'activité et le temps consacré à l'activité

* Une corrélation significative négative ($r = -0.8$) a été obtenue entre la valeur accordée à l'activité et l'intention d'abandonner l'activité.

* Une corrélation positive significative ($r = 0.74$) a été obtenue entre la quantité d'effort déployée et le temps consacré à l'activité.

2.2.2 LES FACTEURS DE RÉUSSITE

A travers cette enquête, nous avons dégagé les facteurs principaux suivants :

1- le besoin de réalisation de soi :

Le besoin d'atteindre une plus grande satisfaction personnelle vient en premier rang dans la motivation entrepreneuriale avec un pourcentage de 95%. Ce chiffre statistique montre que les jeunes ont une certaine ambition pour exhiber les talents et leurs possibilités de réussite.

2- Désir d'indépendance :

On constate que le désir de pouvoir décider ce qu'il faut faire est l'un des facteurs fondamentaux avec un pourcentage de 75%. Ainsi, la création de l'entreprise est un moment important dans la vie du jeune dans la mesure où sa vie ne dépend que de ses efforts et de ses idées.

3- Le besoin de reconnaissance sociale

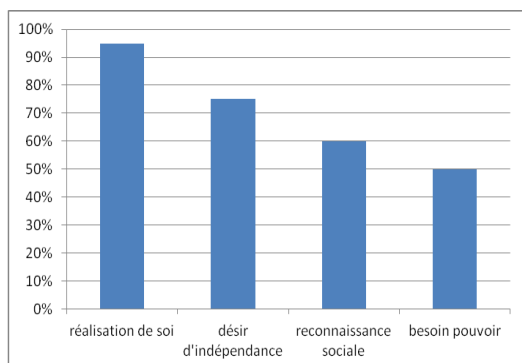
Les ambitions des jeunes promoteurs sont de nature à se réaliser par leur travail, et leurs efforts dans le but d'atteindre un niveau social élevé (60%). Ce qui exprime un grand besoin de reconnaissance sociale. Le jeune affirme ce besoin par ses efforts dont il croit fort et aussi son courage pour sortir de sa situation précaire.

4- Le besoin de pouvoir

Le classement par ordre de priorité des critères de besoins de pouvoir montrent que le désir d'être son propre patron est classé en premier lieu avec 55%, puis en seconde position vient la motivation d'avoir l'opportunité de diriger au lieu d'être dirigé avec 50%. La création est vue comme une alternative permettant aux jeunes promoteurs de travailler pour leur propre compte.

L'histogramme suivant donne une vision plus claire sur l'importance de ces facteurs pour les jeunes de la région.

Figure 1 : classement des facteurs motivationnel de l'entrepreneuriat en (%).



2.2.3 : LES FACTEURS DE BLOCAGE

Cette enquête nous a permis d'identifier des traits psychologiques (gartner, 1988) pour les jeunes entrepreneurs

1- La tolérance de l'ambiguïté :

On constate que la tolérance de l'ambiguïté à des niveaux élevés n'est pas favorable pour une bonne gestion des affaires, d'autant plus que le poids de l'ambiguïté est grand, moins seront les possibilités de contrôle. Les jeunes ont montré une tendance faible à la tolérance de l'ambiguïté avec un pourcentage de 55%.

2- Risque d'échec :

La prise de risque est sans doute un des déterminants les plus importants de la motivation entrepreneuriale et de la décision de se lancer en affaire. Pour cette raison, que nous l'avons retenu comme variable dans notre recherche qui a montrée une forte aversion aux risques concernant notre échantillon de réflexion.

De tout ces résultats obtenus, on peut facilement confirmer que le risque affecte négativement le degré de motivation entrepreneuriale des jeunes promoteurs ; c'est-à-dire plus l'individu est averse au risque plus sa motivation pour se lancer en affaire est faible.

3- Relation avec l'administration :

En ce qui concerne la relation avec l'administration en matière d'entrepreneuriat, il y a un consensus à l'effet que ces facteurs affectent la disponibilité de capitaux de démarrage, le contexte fiscal, économique et légal, ce qui se traduit soit en

barrières soit en incitatifs à l'entrepreneuriat.

Notre étude a montré la quasi insatisfaction des jeunes promoteurs vis-à-vis des prestations administratives. Ce qui se traduit par un blocage en matière des initiatives d'entreprendre.

CONCLUSION

L'étude des aspects motivationnels chez les jeunes ayant créé des entreprises dans la région de « Souss Massa Daraa » montre une tendance à la dépense d'un niveau d'effort prometteur pour la réalisation de résultats positifs dans le futur. Les efforts que le jeune déploie dans le présent sont sous tendus par des facteurs de croyance et de perception positives à l'égard de leur possibilité de réussite, leur vision du futur, leur besoin d'indépendance, de réalisation de soi...etc.

Cependant, malgré cette forte motivation pour l'accomplissement et la réussite, le jeune est très vulnérable surtout du point de vue de ses compétences et connaissances dans le domaine de l'activité créée. Les jeunes ont de grands besoins en matière de formation dans les domaines de la gestion, de la comptabilité...

Ainsi, la compréhension de ses facteurs motivationnels nous permet non seulement de prédire et de circonscrire les chances de réussite et d'échec dans le futur, mais aussi et surtout d'orienter le jeune dans ses choix et stratégies. Le manque d'orientation laisse le libre cours à la prééminence de la subjectivité dans les choix du jeune qui l'expose aux risques d'échec dès les premiers instants de la vie du projet. Malgré la création de différents services d'accompagnement entrepreneurial auprès de la Chambre de Commerce d'Industrie et de Services, et auprès du Centre régional d'Investissement qui informe le jeune sur le parcourt et les étapes pour la concrétisation du projet, Le poids de l'orientation (connaissance approfondies des caractéristiques du jeune) est absent dans la logique actuelle ce qui peut constituer un grand facteur de risque supplémentaire aux autres facteurs.

REFERENCES

- Bauer R. (1960) "Consumer behavior as risk taking", *Dynamic Marketing for a Changing World*, R.S. Hancock ed., American Marketing Association.
- Bechard JP., 1996; comprendre le champ de l'entrepreneurship, cahier de recherches 96-01-01, HEC Montréal.
- Capiez A., 1992; les chances de succès des petites entreprises : vers un diagnostic d'émergence, *revue internationale PME*, 5 :2.
- Casson M., 1992; l'entrepreneur, *Economica*, paris.
- Chelle E., Haworth JM., 1993; profiling entrepreneurs: multiples perspectives and conséquent methodological considerations, in- H. Klandt, *Entrepreneurship and Business development*, Antony row, Ltd, London.
- .Chigunta, F. (2001), " Youth Livelihoods and Enterprise Activities in Zambia". Rapport au CRDI, Canada.
- Courtney H., Kirkland J. & Viguerie P. (1997) "Strategy under uncertainty", *Harvard Business Review*, November-December.
- Davidson P., 1988; Type of man type of campagny revisited: a conformatory cluster analysis approuch, *Frontiers of entrepreneurship research*, Babson college.
- FAYOLLE A., 2003, « Le métier de créateur d'entreprise », Edition d'Organisation, Paris.
- Fortin P.A., 1986; Devenez entrepreneur. Pour un Québec entrepreneurial, Les presses de l'université de Laval/Québec.
- Gasse Y., Brouard J.F., Sy A., 1985; L'entrepreneurship : une stratégie de recherche et d'intervention pour le développement, *Revue PMO*, 1 :5.
- Ghosh D. & Ray M.R. (1992) "Risk attitude, ambiguity intolerance and decision making: an exploratory investigation", *Decision Sciences*.
- Ghosh D. & Ray M.R. (1997) "Risk, Ambiguity, and decision choice: some additional evidence", *Decision Sciences*, vol.28, n°1.
- Heath C. & Tversky A. (1991) "Preference and belief: ambiguity and competence in choice under uncertainty", *Journal of Risk and Uncertainty*; n°4.
- Hernandez E.M., 2001; L'entrepreneuriat – Approche théorique, L'Harmattan, Paris.
- Hirsch RD., Petters M.P., 1991; *Entrepreneurship-Lancer, élaborer et gérer une entreprise*, Economica, Paris.
- Ivanaj V. Gehin S.; 1997; Les valeurs du dirigeant et la croissance de la PME, *Revue internationale PME*.
- Julien , P. ; A. Vers une typologie multicritère des PME, *Revue française de gestion*, 3 :3-4.
- Julien P.A., Marchesnay M., 1996; L'entrepreneuriat, *Economica*, Paris.
- Julien P.A., 2000; Régions dynamique et PME à forte croissance – incertitude, formation potentielle et réseaux à signaux faibles, in- T.Verstraete (dire) *Histoire d'entreprendre – Les réalités de l'entrepreneuriat*, éditions EMS Caen.
- Laurent p., 1989; l'entrepreneur dans la pensée économique, *Revue internationale PME*, n°2.
- Marchesnay M., L'entrepreneur face à ses risques, *Innovations, Cahiers d'économie de l'innovation*, n°12 : Entrepreneurs-jeux de rôles, 200-2.
- Marchesnay M., 1993; PME, stratégie et recherche, *Revue française de gestion*, septembre-octobre.
- Marczak N., Vernel P., 2000; Création d'entreprise : les facteurs de survie, INSEE/Le point économique de l'Auvergne.
- Pendelieu G., 1997; le profil du créateur d'entreprise, L'Harmattan, Paris.
- Pinçon M., Pinçon-charlot M., 1999; Nouveau patrons, nouvelles dynasties, Calman lévy, Paris.
- PIRONIN henry, **Paul** Armand, 2001; « Guide pratique et complet du créateur d'entreprise » Paris : TOP éd.
- Sammur S., 1998; Comment aider les petites entreprises jeunes ? *Revue française de gestion*, 121.
- Smith N.R., 1967; *Entrepreneur and his firme, the relationship between type of man and type compagny*, B B Recherche, East lansing, Michigan State University Presse.
- VERSTRAETE T., 2000, « Histoire d'entreprendre », Edition EMS management, Caen.