

# L'influence du milieu dans la création d'entreprises

Yvon Gasse<sup>1</sup>  
Université Laval

## Contexte des nouvelles entreprises

Les *nouvelles entreprises* peuvent contribuer de diverses façons à la croissance et à la vitalité de l'économie, dont entre autres les suivantes :

1. Elles peuvent générer un nombre considérable d'emplois. Ainsi, au Québec, entre 1979 et 1989, les petites entreprises de moins de 50 employés ont créé 496,500 emplois nets, alors que les entreprises de 500 employés et plus en perdaient 106,400<sup>2</sup>. Encore plus récemment, le nombre d'emplois créés par les petites entreprises représentait près de la totalité du nombre net d'emplois créés au sein de l'économie canadienne dans son ensemble entre le premier trimestre de 2001 et le trimestre correspondant de 2002<sup>3</sup>.
2. Elles contribuent à la vitalité de l'industrie non seulement en ravivant la concurrence mais également en complétant et stimulant les efforts des entreprises déjà établies. En ce qui concerne le développement économique régional, elles apportent une diversification de l'industrie de base par l'établissement de pôles de croissance et l'émergence de pouvoirs d'attraction et d'effets d'imitation.
3. Elles représentent d'importantes sources d'innovation; elles sont particulièrement habiles à harmoniser les développements technologiques aux besoins du marché. De plus, selon une étude menée par la National Science Foundation<sup>4</sup> aux États-Unis, un dollar investi dans la recherche et développement dans une PME rapporte jusqu'à 24 fois plus que le dollar investi dans la grande entreprise.

Donc, les PME dynamisent le milieu par la création d'emplois, l'exploitation des ressources, l'utilisation des talents et de la créativité des personnes, l'émulation

auprès de la population, surtout auprès des jeunes, et aussi par la diversification et la complémentarité des entreprises, petites et grandes, assurant ainsi une certaine stabilité et une meilleure pérennité des économies locales et régionales.

## Influences majeures

L'objectif de cet article est de faire le point sur les principaux déterminants de l'entrepreneurship à partir d'un certain nombre d'études sur le sujet. Même si la discipline est relativement jeune, il commence à émerger maintenant une certaine convergence dans la recherche sur l'entrepreneurship quant aux influences majeures sur le processus de création d'entreprises, surtout en ce qui concerne les facteurs de l'environnement.

On le sait, les nouvelles entreprises ne connaissent pas toutes le succès; par ailleurs, un certain nombre sont devenues très florissantes. Quelles sont alors les principales influences sur l'entrepreneurship ?

**Les nouvelles entreprises ne connaissent pas toutes le succès; par ailleurs, un certain nombre sont devenues très florissantes. Quelles sont alors les principales influences sur l'entrepreneurship ?**

Or, la création et le développement des nouvelles entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus. Les entrepreneurs initient une démarche de mobilisation et d'organisation des ressources dans le but de lancer, puis de développer des entreprises qui viendront combler des besoins.

Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières<sup>5</sup>; cependant, à l'examen de ces attributs, il nous faut reconnaître que ceux-ci peuvent varier selon les types d'entrepreneurs. De plus, force est de reconnaître que les prédispositions entrepreneuriales sont le fruit de l'évolution des personnes dans des milieux donnés.

Notre intérêt ici porte surtout sur certaines caractéristiques observées chez les créateurs d'entreprise à fort potentiel de croissance et évoluant dans des milieux facilitateurs.

Fondamentalement, la création d'une nouvelle entreprise représente une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Les influences qui s'exercent sur cette décision peuvent se retrouver à trois niveaux ou moments cruciaux :

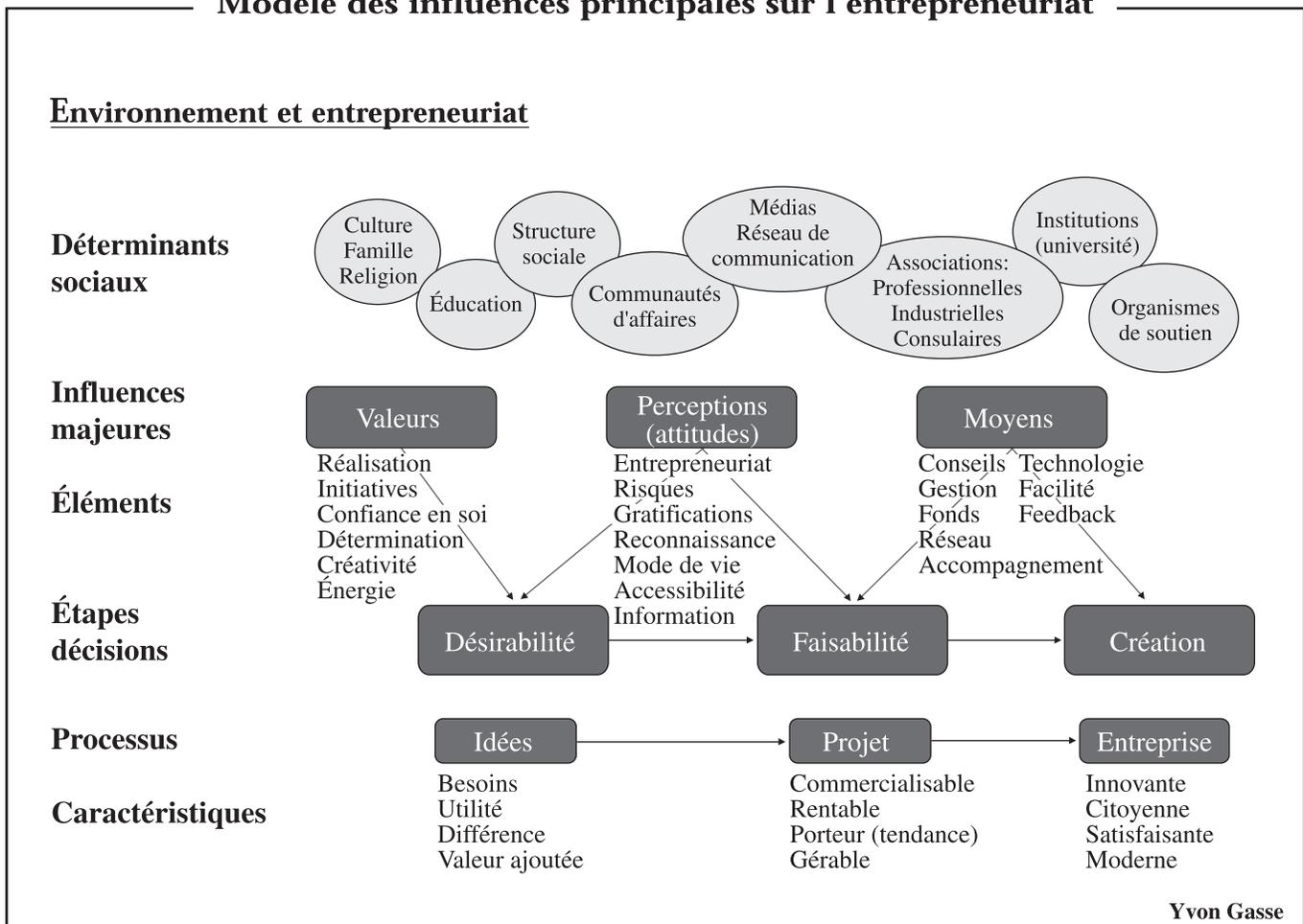
- Niveau de la désirabilité

- Niveau de la faisabilité

- Niveau de la création

La figure 1 tente de représenter l'ensemble de ces influences sur le processus entrepreneurial. L'intérêt de la figure réside dans la mise en évidence d'une réalité fort complexe et dynamique. Les différents niveaux d'analyse font apparaître non seulement la multiplicité des liens et des causalités mais aussi l'interpénétration constante des problématiques individuelles et sociales. Un modèle, même descriptif, n'est qu'une représentation partielle et simplifiée de la réalité, son seul but étant d'aider à mieux comprendre et à mieux appréhender les phénomènes. La vraie vie nous enseigne que chaque personne, chaque situation et chaque milieu possède sa dynamique propre et ses particularités, celles-ci ne pouvant pas être totalement généralisées; à la rigueur, cependant, elles peuvent servir d'illustrations.

## Modèle des influences principales sur l'entrepreneuriat



---

## Désirabilité (Valeurs)

L'entrepreneuriat étant avant tout une façon d'être, un style de vie, il importe de mieux cerner les facteurs du milieu immédiat qui peuvent en influencer l'attraction ou encore mieux, la désirabilité. Les facteurs sociaux et culturels affectent directement la désirabilité perçue d'un comportement donné ou d'une action. Ainsi, lorsque le milieu valorise fortement la création d'entreprises, il en résultera une perception positive de cette activité chez les personnes qui composent ce milieu. La désirabilité englobe deux dimensions : d'abord la perception que les retombées du comportement entrepreneurial seront personnellement désirables et la perception qu'ils seront aussi socialement désirables. Les éléments les plus couramment observés dans le milieu pouvant jouer un rôle sur la désirabilité seront exposés brièvement.

**L'entrepreneuriat étant avant tout une façon d'être, un style de vie, il importe de mieux cerner les facteurs du milieu immédiat qui peuvent en influencer l'attraction ou encore mieux, la désirabilité.**

### La famille et les proches

Il semble que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires, ou encore, à leur compte; ainsi, plusieurs recherches indiquent que c'est le cas de 50 % d'entre eux<sup>5</sup>. On peut penser que le jeune, grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considère ses parents ou ses proches comme des modèles à imiter. La même constatation a été faite récemment par Diochon et ses collègues<sup>6</sup> dans une étude canadienne sur les entrepreneurs activement impliqués dans une création d'entreprise (entrepreneurs naissants), alors que 46% de ceux-ci avaient des parents entrepreneurs ou propriétaires d'entreprise.

### Le milieu immédiat

L'émergence d'une économie entrepreneuriale est autant un événement culturel et psychologique qu'un événement économique ou technologique. Ainsi, certaines sociétés, communautés ou groupes véhiculent plus facilement les valeurs entrepreneuriales que d'autres. Au Québec par exemple, sur une trame incluant un réseau social, une absence de possibilités d'emplois extérieurs

ou dans des grandes organisations ainsi qu'un climat favorable aux investissements locaux, la Beauce a démontré que les forces culturelles latentes pouvaient être mobilisées et qu'elles pouvaient fournir les valeurs sous-jacentes à l'économie entrepreneuriale. Ainsi, la présence de plusieurs PME dans une communauté et la localisation urbaine ont une incidence sur la création de nouvelles entreprises. Ces influences se retrouvent aussi dans plusieurs pays (États-Unis, France, Grande-Bretagne, Suède, Allemagne, Italie).

### Le niveau d'instruction et de compétence

Presque toutes les études récentes<sup>5</sup> au Canada et ailleurs indiquent que le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que celui de l'ensemble de la population. Cela est particulièrement vrai des créateurs d'entreprises en technologie de pointe ou à fort potentiel de croissance. Étant donné que ces entreprises font reposer leurs avantages concurrentiels sur les connaissances de leurs fondateurs, une solide formation est donc nécessaire. Dans une étude sur les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME<sup>7</sup>, on observe que le niveau moyen de scolarité des dirigeants de PME est de 13 ans et que près de 75 % avaient fait des études universitaires. Le niveau de compétence peut conditionner l'efficacité personnelle perçue dans l'accomplissement des tâches requises. De façon générale, les perceptions de compétence peuvent fortement influencer la vision de la personne quant à savoir si une situation donnée est maîtrisable. Si cette personne se perçoit comme compétente, elle aura tendance à mieux considérer une action comme la création d'une entreprise comme faisable.

### Le profil psychologique

Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. Ils sont capables de maintenir un rythme accéléré de travail pendant des périodes relativement longues. L'oisiveté les rend tendus et impatient. Les entrepreneurs qui mettent sur pied des entreprises à fort potentiel de croissance s'engagent dans un processus qui exige leur créativité et leur participation entière et totale. L'entrepreneur qui réussit à lancer une entreprise démontre un haut niveau de détermination et de constance dans la solution des divers problèmes et des difficultés rencontrés. Il ne se laisse pas intimider par la

complexité des situations. L'entrepreneur est fortement convaincu et engagé dans ses actions. Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants<sup>8</sup> viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. Ils recherchent l'autonomie et l'indépendance, veulent devenir leur propre patron et prennent des initiatives dans ce sens.

En résumé, l'entrepreneur type a un fort besoin de réalisation personnelle; il a confiance en lui, il aime les risques modérés et il est plein d'énergie et de motivation. Il est certes évident que ces caractéristiques ne se retrouvent pas toutes à un degré élevé chez un entrepreneur en particulier. Même si ces dimensions se conjuguent pour produire un effet commun et qu'elles semblent se compléter, c'est un fait que chaque être humain demeure un être complexe dont la personnalité est unique. Il n'est pas impératif à la réussite de posséder toutes ces caractéristiques, cependant, il est souhaitable d'en favoriser l'émergence et le développement chez les entrepreneurs potentiels (si on considère qu'elles ont été identifiées chez les entrepreneurs qui ont connu le succès). L'effet combiné de ces caractéristiques pourra influencer non seulement la désirabilité d'entreprendre mais aussi la rapidité et l'intensité des actions entrepreneuriales.

### **L'expérience et l'âge**

L'expérience et l'âge du fondateur au moment où il est intéressé à lancer une affaire entrent également en jeu. Des gens de tous âges se lancent en affaires, mais au Canada et aux États-Unis, environ les deux tiers de ces personnes ont entre 25 et 40 ans au moment du démarrage. Les plus jeunes manquent souvent d'expérience, de contacts et de financement; les plus âgés, eux, ont des contraintes familiales et professionnelles. Dans une étude récente sur les entrepreneurs naissants au Canada<sup>9</sup>, on observe que 57% de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise.

Ces constatations indiquent donc que certaines personnes ont plus de probabilités de créer des entreprises que d'autres. Encore une fois, cela ne veut pas dire que ceux jouissant d'une formation et d'un profil différents ne peuvent pas créer une entreprise ou ne le font pas. Toutefois, certains antécédents et certaines caractéristiques semblent mieux préparer l'individu à prendre une décision orientée vers l'entrepreneurship lorsque

l'occasion se présente; la décision peut dépendre aussi d'autres facteurs que nous allons voir.

### **Faisabilité (Perceptions)**

Plusieurs facteurs externes, souvent indépendants de l'individu, influencent l'entrepreneurship. Il est clair qu'il existe entre ces facteurs une interaction qui crée des climats plus ou moins favorables à la création d'entreprise. Il est clair également que ces climats peuvent se modifier avec le temps et que, jusqu'à un certain point, l'entrepreneurship du passé conditionne l'entrepreneurship de l'avenir. Non seulement l'entrepreneur doit-il percevoir la désirabilité de l'acte entrepreneurial mais encore faut-il que ce dernier soit raisonnablement faisable. La faisabilité devient fonction d'une série de perceptions positives par rapport à la présence et à l'accessibilité de moyens et de ressources pertinents à la création d'entreprise. Certains de ces moyens peuvent relever de la capacité même de l'entrepreneur mais plusieurs sont plutôt de l'ordre de l'environnement immédiat.

### **Les perceptions de l'entrepreneur**

Ainsi, la décision de créer une entreprise est fonction de la perception qu'a l'entrepreneur des risques et des gratifications qu'elle comporte, ainsi que de la connaissance qu'il a des sources de financement, des individus et des organismes qui pourraient lui venir en aide et le conseiller. L'entrepreneurship du passé crée ce qu'on pourrait appeler un environnement entrepreneurial où l'entrepreneur potentiel se trouve entouré d'exemples et de gens pour qui le processus d'entrepreneurship est familier; en fait, souvent dans ces milieux, l'entrepreneurship est vu comme un mode de vie reconnu et valorisé. L'importance des perceptions de faisabilité d'un projet d'entreprise chez les entrepreneurs naissants a été démontrée par Diochon et ses collègues<sup>10</sup>, en faisant la comparaison avec un groupe contrôle de personnes n'ayant pas l'intention de créer une entreprise. Les résultats confirment de façon significative que les entrepreneurs naissants perçoivent plus positivement la faisabilité de démarrer une entreprise que les autres.

### **Les attitudes du milieu**

Comme nous l'avons déjà souligné, l'attitude du milieu vis-à-vis des gens d'affaires et de l'entrepreneurship influence de façon importante cette décision. Malheureusement, cette dimension socioculturelle du processus

---

entrepreneurial apparaît moins tangible et plus mystérieuse que les constituants économique-psychologiques. C'est peut-être moins évident, mais c'est tout aussi fondamental.

Ainsi, l'attitude vis-à-vis de l'investissement dans les nouvelles entreprises technologiques peut grandement évoluer avec le temps. Dans les régions où l'entrepreneuriat est actif, il se peut que des réseaux soient déjà créés, si bien qu'il est relativement facile pour l'entrepreneur potentiel de prendre contact avec des prêteurs ou des investisseurs prometteurs. Des entrepreneurs qui ont réussi peuvent apporter la prospérité dans leur région et changer également la perception des risques et des gratifications associés au prêt et à l'investissement dans de nouvelles entreprises, surtout dans les cas où le milieu reconnaît de façon formelle et visible les succès de ces entrepreneurs. L'importance des réseaux formels et informels a été largement soulignée dans l'étude des entrepreneurs naissants.

### **Les groupements d'entreprises**

L'emplacement est aussi un facteur important pour la faisabilité d'une nouvelle entreprise. Il influence non seulement les coûts de transport mais surtout la création de groupes (ou de grappes) d'entreprises connexes qui s'achètent et se vendent leurs produits. Il semble en effet que le développement d'une grappe fournit de nombreux avantages aux nouvelles entreprises, dont entre autres, un réservoir de main-d'œuvre qualifiée et de fournisseurs spécialisés. Dans le domaine de la haute technologie par exemple, la possibilité de travailler en relation étroite avec les clients est parfois essentielle. Un autre avantage est la création, parmi les comptables, les banquiers, les avocats et les ingénieurs de la région, d'une expertise spécifique, axée sur les besoins particuliers des petites entreprises à potentiel de croissance.

Dans son étude sur l'entrepreneuriat, l'OCDE <sup>11</sup> souligne que les regroupements ou « pôles » d'entreprises offrent des attraits particuliers aux yeux des entrepreneurs. Par exemple, grâce à la forte spécialisation que permettent ces regroupements, l'entrepreneur individuel peut lancer une entreprise consacrée à un aspect bien délimité d'un secteur d'activité donnée, abaissant ainsi les obstacles à l'entrée d'une nouvelle entreprise. De plus, comme les regroupements comptent souvent des acheteurs et des vendeurs à différents points de la chaîne de production, la pression vers l'innovation est forte et

les conditions nécessaires pour innover sont souvent réunies. Enfin, on constate dans de nombreux regroupements une grande mobilité verticale sur le marché du travail; les travailleurs manuels peuvent lancer leur propre entreprise, en partie grâce à l'absence de contraintes d'intégration verticale.

### **Création (Moyens)**

La désirabilité et la faisabilité sont des conditions nécessaires mais non suffisantes pour la création des entreprises. Pour passer à l'action, les entrepreneurs potentiels doivent réunir les moyens et les ressources pertinents au bon moment et au bon endroit. Les ressources peuvent être humaines, financières, matérielles et informationnelles. Les milieux qui offrent une disponibilité raisonnable de ces ressources et un accès intéressant à celles-ci sont nettement avantagés en termes du niveau de création de nouvelles entreprises.

### **La localisation**

Quand un entrepreneur crée une nouvelle entreprise, il quitte en général une organisation. Les caractéristiques de cette organisation, que l'on pourrait appeler « incubatrice », influencent l'entrepreneuriat de différentes façons.

Tout d'abord, l'organisation incubatrice a une influence sur l'emplacement de la nouvelle entreprise. Même si le fondateur a déjà fait preuve d'une certaine mobilité sur le plan géographique, il s'éloigne rarement quand il crée une nouvelle entreprise. En lançant une affaire dans la région où il travaille, l'entrepreneur peut utiliser une information de première main sur les marchés et les fournisseurs et obtenir de l'aide de ses proches, comme l'a rapporté une étude sur les entrepreneurs naissants<sup>6</sup>. Il lui est aussi possible de démarrer à temps partiel tout en gardant son emploi ou tout en poursuivant ses études, si c'est le cas. Dans notre étude sur ces entrepreneurs naissants<sup>9</sup>, nous avons observé que 80 % avaient localisé leur entreprise dans leur résidence personnelle ou encore dans un bâtiment à proximité.

### **La nature des entreprises**

Les organisations établies influencent également le type et la nature des entreprises nouvellement créées. C'est le cas en particulier des entreprises de haute technologie où les dernières connaissances dans les domaines technique et commercial sont essentielles à la réussite. La

nouvelle entreprise-type s'appuie sur les connaissances et les compétences de son fondateur. Or, celles-ci dépendent le plus souvent des expériences acquises par ce dernier au sein de l'organisation incubatrice. Nous avons d'ailleurs confirmé ces observations dans notre étude sur les chercheurs-entrepreneurs au Canada<sup>12</sup>: ceux-ci indiquent que le soutien le plus utile pour le démarrage de leur entreprise était, entre autre, la politique d'essaimage de leur employeur, dont la possibilité de réintégrer éventuellement leur ancien emploi. Cela signifie donc que la nature des nouvelles entreprises créées dans une région a de grandes chances d'avoir un lien avec la nature des organisations déjà en place.

### **Les facteurs déclencheurs**

L'organisation d'origine semble aussi influencer les motivations de l'entrepreneur. Certaines personnes, insatisfaites à cause de relations difficiles avec leur supérieur, ou parce que leurs idées ne sont jamais retenues ou encore parce qu'elles ont perdu leur emploi, sont prêtes à envisager un changement majeur. Ainsi, il semble que plusieurs entrepreneurs aient fondé leur entreprise à la suite de difficultés internes ou de changements dans l'organisation d'origine.

Les périodes difficiles que les organisations, petites et grandes, vivent de temps à autre peuvent être propices à l'éclosion d'entrepreneurs. Dans plusieurs cas, les entreprises établies décident de se départir de certaines opérations ou de confier certaines activités en sous-traitance, créant ainsi autant d'opportunités pour les entrepreneurs potentiels. Plusieurs études de l'OCDE ont fait allusion à l'ensemble de ces facteurs déclencheurs dans la stimulation de l'entrepreneurship<sup>11</sup>.

### **L'essaimage**

Dans son livre récent, Paul-Arthur Fortin<sup>13</sup> fait une large place à l'importance de l'essaimage dans la création d'entreprises; il passe en revue les conditions de l'essaimage ainsi que ses avantages et ses retombées. Défini comme le choix délibéré d'un employeur d'appuyer par des mesures variables la création d'entreprises par ses employés, le taux d'essaimage semble varier grandement, même parmi les entreprises d'une même industrie. L'un des facteurs qui semble avoir une influence, d'après Fortin, est la taille de l'organisation incubatrice. L'essaimage formel et organisé est, toujours selon lui, surtout l'affaire des grandes organisations.

Cependant, plusieurs études différentes indiquent que les petites entreprises ont tendance à avoir un taux plus élevé d'essaimage que les grandes entreprises, jusqu'à six fois plus élevé dans plusieurs cas<sup>14</sup>. Dans une petite entreprise, il est plus facile d'acquérir des connaissances dans les principaux domaines comme les technologies, les marchés, les finances et même la gestion. Il y a aussi une part d'auto-sélection, les individus choisissant de travailler dans une petite entreprise ont souvent l'esprit d'entreprise plus développé que les autres. Selon nous, les pratiques d'essaimage des universités et des organismes de recherche peuvent aussi avoir une influence déterminante dans la création d'entreprises chez les chercheurs-entrepreneurs.

### **La formation d'équipes**

Enfin, les organisations incubatrices fournissent aussi le cadre qui permet à des équipes d'entrepreneurs de se former. De plus en plus de nouvelles entreprises, en particulier les entreprises axées sur la croissance, sont créées par des équipes de deux personnes ou même plus. En fait, des études américaines indiquent que 40% des nouvelles entreprises sont créées par des équipes et que c'est 60% dans le cas de la haute technologie<sup>15</sup>; on indique aussi que les entreprises créées par des équipes réussissent mieux dans l'ensemble. La complexité actuelle des technologies, des marchés et de la gestion requiert une variété de compétences. L'étude des chercheurs-entrepreneurs<sup>12</sup> montre que l'équipe de gestion et l'équipe de chercheurs sont considérées comme des composantes fort importantes dans un projet de création d'entreprises technologiques. Louis-Jacques Filion, dans son dernier livre «Savoir entreprendre»<sup>16</sup>, présente des cas d'entreprises dont plusieurs doivent leur succès aux équipes d'entrepreneurs.

En somme, quelles seraient les caractéristiques des milieux porteurs d'entrepreneurship et des organisations incubatrices? Ces organisations exploiteraient des secteurs en pleine croissance, caractérisés par des possibilités de segmentation du marché. Les besoins en fonds de démarrage et les effets d'économies d'échelle seraient relativement peu élevés. Ce serait surtout des petites entreprises ou des organisations comprenant des petites unités qui recruteraient des gens compétents et ambitieux; de plus, elles seraient périodiquement confrontées à des crises ou des chambardements internes, amenant ses meilleurs employés à croire qu'ils pourraient faire mieux à leur compte. En ce qui concerne

les milieux, ils seraient pourvus d'infrastructures et de conditions accueillantes aux entrepreneurs en démarrage ou en développement.

### La présence d'universités

Certains, mais pas tous, parmi les groupes importants de nouvelles entreprises à fort potentiel de croissance se sont formés autour des universités. Certaines universités et particulièrement leurs laboratoires de recherche (certains laboratoires gouvernementaux peuvent aussi avoir le même effet) ont servi d'incubateurs pour les étudiants et le personnel qui ont créé leur entreprise. L'expérience de l'Université Laval est particulièrement intéressante à cet égard<sup>12</sup>. Les universités ont certainement contribué à attirer des jeunes gens compétents, embauchés par la suite par les nouvelles entreprises et celles déjà établies. Elles fournissent également des services de consultation, d'expertise et de formation continue. Leur importance relative en tant qu'incubateurs semble varier non seulement selon les universités ou les régions, mais aussi selon les technologies et les secteurs<sup>17</sup>.

## Le processus entrepreneurial

Il n'existe pas de modèle universel du processus entrepreneurial. On peut cependant observer au moins trois étapes reconnues : l'idée, le projet et l'entreprise, qui sont autant de phases de développement que des moments stratégiques dans la vie de l'entrepreneur. Pour stimuler l'entrepreneuriat dans un milieu, encore faut-il connaître la dynamique de la trame entrepreneuriale afin de mieux cibler les interventions.

**Il n'existe pas de modèle universel du processus entrepreneurial. On peut cependant observer au moins trois étapes reconnues : l'idée, le projet et l'entreprise, qui sont autant de phases de développement que des moments stratégiques dans la vie de l'entrepreneur.**

### L'idée

Les origines et les sources d'idée sont multiples et pas toujours évidentes. Cependant, on sait que 95 % des entrepreneurs oeuvrent dans des domaines dans lesquels

ils ont une expérience ou encore une bonne connaissance soit des marchés, des technologies ou de l'industrie. Il semble aussi que 45 % des entrepreneurs ont trouvé leur idée d'entreprise dans un emploi antécédent<sup>5</sup>. Plus de 15 % des entrepreneurs ont lancé leur entreprise dans des domaines reliés à leurs hobbies et loisirs, et aussi aux sports. Les domaines d'étude et de formation sont aussi des sources importantes d'idées d'affaires. Ainsi, ce sont surtout les talents et les connaissances particulières des individus qui sont à la base des idées d'affaires.

Cependant, toutes les bonnes idées ne sont pas toutes de bonnes occasions d'affaires; les idées sont inutiles à moins d'être utilisées. L'idée est une condition nécessaire mais non suffisante pour la création d'entreprise. En fait, l'occasion d'affaires doit être une idée ou un concept faisable qui correspond à un besoin, ajoute de la valeur, se démarque et implique une commercialisation propice et appropriée. Ce sont surtout les compétences entrepreneuriales et managériales qui sont cruciales pour transformer une idée en occasion d'affaires et en entreprise; c'est pourquoi l'idée doit être désirable personnellement et socialement.

### Le projet

Si une grande majorité de personnes peuvent avoir des idées d'entreprise, à peine 2 % de la population canadienne s'implique activement dans un projet d'entreprise. Encore une fois, les raisons pour donner naissance à un projet d'entreprise relèvent à la fois de facteurs personnels et des influences du milieu. Encore là, les projets doivent rencontrer certains critères afin de tenir la route. La faisabilité du projet d'entreprise tourne surtout autour de son potentiel de commercialisation, sa rentabilité prévue, son adéquation avec les grandes tendances et sa possibilité de gestion. En d'autres termes, ce n'est qu'après certaines vérifications et des essais répétés qu'on peut raisonnablement prétendre à la mise en place de l'entreprise.

### L'entreprise

Habituellement, une entreprise est opérationnelle à partir du moment où elle génère des revenus; dans la nouvelle économie, cependant, certaines entreprises sont considérées en affaires sans produire de ventes pendant de longues périodes. Dans notre étude sur les entrepreneurs naissants<sup>9</sup>, nous avons observé qu'après un an, seulement 34 % de ceux qui travaillaient activement sur un projet d'entreprise avaient en fait une entreprise

opérationnelle; les autres étaient soit, toujours impliqués dans leur projet (37%), l'avaient mis temporairement de côté (14%) ou encore avaient totalement abandonné (15%). Les principales raisons pour ne pas créer l'entreprise sont parfois personnelles, comme le manque de temps ou d'intérêt, ou encore d'affaires, comme les difficultés financières ou de clientèle. La plupart des entreprises créées se retrouvent principalement dans les services de proximité, le commerce de détail et les services aux entreprises.

Les milieux sont surtout à la recherche d'entreprises innovantes, citoyennes, modernes et satisfaisantes pour les besoins de création d'emplois et de richesse collective. Pour y arriver, des stratégies d'intervention particulières qui favorisent l'innovation et le développement des personnes doivent être mises de l'avant. Compte tenu cependant de la disparition des frontières et de la grande mobilité de la matière grise, la majorité des localités et des régions se retrouvent souvent en concurrence pour susciter les vocations d'entrepreneurs, les attirer et les garder dans leur patelin.

### Développement d'un milieu entrepreneurial

Deux questions viennent immédiatement à l'esprit : est-ce possible de stimuler l'entrepreneuriat dans un milieu et quelles sont les influences majeures ?

Oui, l'entrepreneuriat peut être développé et stimulé. Les facteurs que nous avons déjà mentionnés peuvent être maîtrisés et mis en place; certains prendront plus de temps que d'autres, comme les éléments culturels, mais prétendre qu'on ne peut rien changer dans ce domaine serait un prétexte pour ne rien faire.

Le potentiel entrepreneurial d'un milieu n'est pas fixé dans le temps. Il peut s'accroître grâce à une variété d'interventions et de changements environnementaux qui favorisent l'émergence du talent entrepreneurial ou rendent son exploitation plus efficace lorsqu'il est déjà existant.

Une attitude positive face à l'entrepreneuriat, une manifestation d'approbation dans les écoles et les médias, la présentation de l'entrepreneuriat comme un style de vie, la valorisation du succès entrepreneurial à travers la reconnaissance sociale et les honneurs, des aptitudes renforcées ainsi qu'une vigilance accrue à la perception des opportunités, des contenus pédagogiques axés sur la découverte, les inventions, le risque... tous ces facteurs serviront à promouvoir l'entrepreneuriat et à accroître l'utilisation de capacités créatrices déjà implantées dans le milieu. En fait, l'évolution de l'entrepreneuriat est fonction de l'interaction dynamique de caractéristiques individuelles et de facteurs socio-environnementaux.

### Notes et références

- 1 Yvon Gasse est professeur d'entrepreneuriat à la Faculté des sciences de l'administration de l'Université Laval et directeur du Centre d'entrepreneuriat et de PME. Ses recherches portent surtout sur le profil des entrepreneurs, le processus de création d'entreprise et les entrepreneurs-chercheurs.
- 2 Julien, P.A. (2000). *L'entrepreneuriat au Québec*. Québec, Les Éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship.
- 3 Industrie Canada (2002). *Bulletin trimestriel sur la Petite Entreprise*. Vol. 4, No. 2, octobre.
- 4 Dennis, W.J. (1995). *A Small Business Primer*. Washington, NFIB Foundation.
- 5 Gasse, Y. et A. D'Amours (2000). *Profession : Entrepreneur*. Montréal, Les Éditions Transcontinentales.
- 6 Diochon, M., Y. Gasse, T.V. Menzies & D. Garand (2001). «From Conception to Inception: Initial Findings from the Canadian Study on Entrepreneurial Emergence». Dans les Actes du colloque de l'Administrative Sciences Association of Canada, London, Ontario, May 27-29, pp. 41-51.
- 7 Gasse, Y. (1998). *Les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME*. Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, Université Laval. 137 pages.
- 8 Menzies, T.V., Y. Gasse, M. Diochon & D. Garand D. (2002). «Nascent Entrepreneurs in Canada: An Empirical Study». Article présenté à la ICSB 47<sup>th</sup> World Conference, San Juan, Puerto Rico, juin.
- 9 Gasse, Y., M. Diochon & T.V. Menzies (2002). «Entrepreneurs naissants au Canada : la trame des deux premières années». Dans les Actes du 19<sup>e</sup> Colloque du Conseil Canadien de la PME et de l'Entrepreneuriat. Halifax.
- 10 Diochon, M., Y. Gasse & T. Menzies (2002). «Attitudes and Entrepreneurial Action: Exploring the Link». Article présenté à la ASAC Conference. Winnipeg, Manitoba, mai.
- 11 OCDE (1998). *Stimuler l'Esprit d'Entreprise*. Paris, France.
- 12 Gasse, Y. (2000). *Les chercheurs-entrepreneurs canadiens : profil et entreprises*. Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, Université Laval, 15 pages.
- 13 Fortin, P.A. (2002). *La culture entrepreneuriale : un antidote à la pauvreté*. Québec, Les Éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship.
- 14 Gasse, Y. et J.L. Malouin (1992). *L'innovation technologique dans les PME manufacturières*. Québec, Institut de Recherches Politiques.
- 15 Cooper, A.C., W.C. Dunkelberg, C.Y. Woo, et W.J. Dennis (1990). *New Business in America: The Firms and their Owners*. Washington, NFIB Foundation.
- 16 Filion, L.J. (2002). *Savoir entreprendre : douze modèles de réussite*. Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal.
- 17 Doutriaux, J. (1992). «Interaction entre l'environnement universitaire et les premières années des entreprises essaimantes canadiennes», *Revue Internationale PME*, Vol. 5, No. 2, p. 7-35.