

Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire

Emna Baccari
Laboratoire ERMES (Toulon)
EDHEC Nice
France

emna_baccari@yahoo.fr

Résumé

Malgré l'évidence du rôle principal joué par l'entrepreneuriat consistant à mener le développement économique et créer l'emploi, peu d'efforts ont été fournis pour le considérer du point de vue des jeunes aux fins d'enrichir de plus en plus les connaissances sur le sujet. Il est important, pour la promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes, de reconnaître les différentes raisons qui amènent les jeunes à lancer une entreprise.

Plusieurs facteurs peuvent inciter les jeunes entrepreneurs à choisir la voie de l'entrepreneuriat, des facteurs positifs tels : la volonté d'accomplissement personnel, l'identification d'une occasion d'affaire intéressante, la quête d'autonomie, et des facteurs négatifs qui relèvent par exemple du licenciement, désir de cesser de chômer, insatisfaction au travail, manque d'opportunités de carrières et de promotion, discrimination, de conflits au travail...

Toutefois, la présente étude a pour objet : la compréhension du mécanisme motivationnel des jeunes entrepreneurs tunisiens et vise à atteindre les objectifs suivants : dévoiler quelles sont les principales motivations qui poussent un jeune tunisien à entreprendre; quelle est la source principale de ses motivations : sont-elles dictées uniquement par un taux de chômage qui est en perpétuelle évolution chaque année surtout pour les jeunes diplômés ou bien c'est due à des caractéristiques personnelles : une volonté pour l'entrepreneuriat qui représente une source importante d'emploi, de moyen de subsistance et de dynamisme économique.

Mots clés

Entrepreneuriat des jeunes, jeunes tunisiens, taux de chômage, motivations entrepreneuriales.

Introduction

L'entrepreneuriat est un champ disciplinaire à part entière. Il a connu un développement important et un intérêt croissant depuis le début des années 80 et 90 avec une multiplication des travaux et la création de revues académiques. L'étude de ce champ est aujourd'hui au cœur des débats dans plusieurs pays au monde. La création d'entreprise s'est avérée un moteur pour le développement des économies de ces pays.

Dès lors, beaucoup d'auteurs la considèrent comme un élément fondamental de la croissance économique et de la création d'emplois d'un pays. Ils avancent que les similitudes et les différences entre les divers pays dépendent essentiellement des écarts de leur taux d'emploi et du développement de nouvelles entreprises, souvent de taille petite ou moyenne.

De nos jours, il n'y a quasiment aucun pays, aucune région qui n'ait pas une politique volontariste de développement et de mobilisation de l'entrepreneuriat sous forme de programmes, d'outils et de structures d'incubation. Aux Etats-Unis chaque état a un programme d'incubation, certains en ont même plusieurs répondant à des objectifs multiples d'amélioration de revenu, d'accélération du processus de création de petites entreprises, de valorisation de l'innovation scientifique et technologique.

Durant les trois dernières décennies, il est vrai qu'en Tunisie, la participation des jeunes à la vie économique, en général, et au niveau de la création d'entreprise a connu un développement remarquable et rapide. Cependant, le concept même de l'entrepreneuriat des jeunes est difficile à cerner. Les jeunes entrepreneurs attirent une attention particulière des instances locales et nationales. Mais cette réalité socio-économique n'a pas fait l'objet d'une attention suffisante de la part des chercheurs.

Selon Gasse (2000), « les moins de 30 ans sont de plus en plus nombreux à vouloir créer leur activité ». Il avance que ces jeunes témoignent d'un intérêt croissant pour la création. Ce sont eux qui dessinent l'avenir économique, mais aussi social, dans un monde où « la carrière à vie n'est plus la norme »¹.

Selon le rapport annuel de l'APCE, les jeunes occupent une place importante parmi les créateurs d'entreprises. En France, parmi les créateurs, les jeunes (de moins de 30 ans) représentent 16% en 1998 et 22% en 2000. D'après ce rapport, il y a un désir fort de création d'entreprise chez les jeunes.

A travers ses constats, nous avons formulé les interrogations suivantes : Qu'est ce qui pousse un jeune tunisien à entreprendre ? Viennent-ils à la création uniquement à cause du chômage ou bien ceci émane d'une motivation personnelle pour l'entrepreneuriat?

Ainsi, la problématique sur laquelle nous voulons nous pencher réside dans un premier temps : l'identification des motivations qui poussent un jeune à entreprendre en Tunisie et dans un deuxième temps de dévoiler s'il existe une relation entre facteurs positifs et facteurs négatifs qui alimente la source motivationnel des jeunes tunisiens.

¹ APCE « Les jeunes et la création d'entreprise », collection Focus 2000

1. L'entrepreneuriat : un champ fertile de recherche

Afin de clarifier le concept d'entrepreneuriat, Verstraete (2002)² se pose une série d'interrogations : l'entrepreneuriat est un objet, une notion, un concept, un champ ou un domaine de recherche? Il avance qu'il est difficile de répondre puisque, selon la position du chercheur, l'entrepreneuriat peut correspondre à une ou plusieurs de ces terminologies.

Le champ de l'entrepreneuriat est éclaté, et ses multiples composantes sont observées et analysées par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, des spécialistes des sciences du comportement ou des sciences de gestion (Filion 1997)³

Ce domaine relativement nouveau en France se relève prolifique⁴, et fait l'objet de nombreuses controverses. Toutefois, il apparaît que si l'on parle beaucoup d'entrepreneuriat et d'entrepreneur, beaucoup reste à faire pour définir précisément ce que ses notions recouvrent et ce qu'en sont leurs principales implications socio-économiques. Dans ce sens là, Marchesnay (1995) énonce que : « la notion d'entrepreneur est l'une des plus controversées, et des plus chargées de sens, de l'analyse stratégique».

Cependant, d'après les rapports de l'entrepreneuriat avec d'autres disciplines et champs scientifiques sont au cœur des préoccupations d'un certain nombre de chercheurs. Dès lors, en dépit des quelques contributions qui ont été apportées, dans le domaine de l'entrepreneuriat, l'étude scientifique reste encore à ses premiers pas (Brazeal, Herbert, 1999). De nombreuses recherches se sont focalisées sur les caractéristiques individuelles et les traits de personnalité des entrepreneurs (Mc Clelland 1961, Brockhaus, 1980).

Les travaux de Shapero ont débouché sur un modèle général de création d'entreprise qui date de 1975 et qui a connu un grand succès parmi les chercheurs qui s'intéressent à ce domaine. Selon cet auteur, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel⁵. En effet, ce modèle se base sur un quadruple approche psychologique, sociologique, économique et situationnelle, et pour l'analyser il faut prendre en considération quatre facteurs principaux à savoir :

- le déplacement de l'individu,
- une disposition à l'action,
- la crédibilité de l'action,
- la disponibilité des ressources.

D'après lui, l'action d'entreprendre est liée à des déplacements. Les déplacements qui déclenchent le processus de formation peuvent présenter des aspects positifs, négatifs, imposés de l'extérieur ou simplement perçus de l'intérieur.

² Verstraete T.2002 « Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche » Les éditions de l'ADREG.

³ Filion 1997, cité par Alain Fayolle, « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial » C.E.R.A.G n°2002-32.

⁴ Danjou I (2002) « l'entrepreneuriat un champ fertile à la recherche de son unité » Revue Française de gestion N°138, pp.109-125.

⁵ Emile-Michel Hernandez : « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » l'Harmattan, édition 1999.

L'entrepreneur a un grand désir de contrôler son environnement. L'émergence de l'idée de création d'une entreprise et l'initiative de création serait directement dépendante du sentiment, qu'à l'individu de sa possibilité d'agir sur son environnement.

Il avance que les individus qui possèdent un haut degré de contrôle interne ont tendance à rechercher l'indépendance et l'autonomie. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même d'être un créateur d'entreprise faisant démarrer et diriger une entreprise. Cette crédibilité trouve sa source dans le contexte familial (les créateurs sont souvent issus de la famille où un parent était un chef d'entreprise) et le contexte local. Toutefois, il faut qu'il puisse disposer ou réunir aussi les ressources nécessaires pour entreprendre.

2. L'entrepreneuriat et les jeunes

La littérature portant sur l'entrepreneuriat, comme le résume Bruyat (1993), a révélé que la création d'entreprise s'articule au tour de quatre axes : l'individu, l'entreprise, l'environnement et son processus. Toutefois, le domaine de recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes est très peu développé alors que le nombre de créations par les jeunes devient de plus en plus important.

On ne saurait trop insister sur l'importance de favoriser une culture entrepreneuriale chez les jeunes et de les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme option de carrière. Les changements socio-économiques majeurs ont certes eu d'importantes répercussions sur la société en général, mais les jeunes ont été particulièrement touchés. Comme le chômage affecte de plus en plus de jeunes aujourd'hui, il faut non seulement les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme choix de carrière, mais aussi leur fournir le soutien voulu pour les aider à mener leur projet à terme.

L'importance de l'entrepreneuriat chez les jeunes a été bien résumée dans un rapport publié par la Fondation canadienne de la jeunesse. Dans les options suggérées pour régler le problème du chômage chez les jeunes, les auteurs indiquent que même si l'entrepreneuriat n'est pas la solution, « c'est une façon de commencer à s'occuper des questions sociales et personnelles touchant la jeunesse et le marché du chômage ».

Selon le rapport annuel sur les tendances de l'emploi, publié le 24 janvier 2006 par le BIT (Bureau International du Travail), la croissance économique ne serait pas suffisante pour satisfaire les besoins additionnels en emplois.

Le rapport indique également que la moyenne mondiale de chômage est de 6,3%, alors que la Tunisie affiche un chiffre de 13,9% pour une croissance annuelle de 4,2% en 2005.

Il faudrait noter que le taux de chômage, relativement élevé, constitue un dilemme pour une économie pourtant saine, dynamique et à croissance positive et dont les fondamentaux demeurent solides.

En Tunisie, la proportion des diplômés du supérieur dans l'ensemble de la population des chômeurs, qui était négligeable dans les années 1980, a connu une irrésistible croissance au cours de la décennie 1990, passant de 0,7% en 1984 à 7,1% en 2000 .

Si la tendance persiste, les chômeurs diplômés du supérieur y seront bientôt plus nombreux que les chômeurs sans instruction.

Tableau1 : Taux de chômage en Tunisie par âge et niveaux de diplôme ou d'instruction.

TUNISIE (ensemble du pays)										
	1989			1994			1997			2000
	15-24 ans	25-34 ans	Tous âges	15-24 ans	25-34 ans	Tous âges	15-24 ans	25-34 ans	Tous âges	Tous âges
Sans diplôme	22,2	15,2	11,2	28,2	21,5	16,8	24,5	16,2	10,2	8,0
Niveau moyen	32,7	14,9	19,3	28,0	15,1	17,2	32,4	17,6	18,2	16,3
Niveau supérieur	19,1	6,8	5,3	12,3	6,0	3,8	30,5	12,3	8,1	11,0
Ensemble	31,0	14,4	16,2	27,9	15,2	16,3	31,9	16,9	15,9	15,6

Sources: INS, Enquête population emploi 1989; Recensement Général de la Population et de l'Habitat 1994; Enquête Nationale sur l' Emploi en 1997 (pour des raisons d'harmonisation, les taux de chômage ont été calculés en incluant la population de 15 à 18 ans), Observatoire de l'Emploi (2001).

De ce fait, les objectifs que se sont fixés les pouvoirs publics sont : la couverture totale de la demande additionnelle d'emplois (75.000 à 80.000 en moyenne par an) à l'horizon du Xème Plan (2002-2006), parallèlement à la continuation de la mise à niveau des ressources humaines et un renforcement de l'employabilité. La politique de l'emploi s'ordonne autour d'un ensemble de trois dispositifs : la formation professionnelle tout d'abord qui cherche à mieux assurer la réactivité du système de formation aux besoins des entreprises ; l'incitation à la création d'entreprises et d'emplois indépendants en second lieu qui vise à dispenser une formation de base, une formation technique complémentaire et une formation à la gestion, tout en assurant un système approprié de financement des entreprises.

2.1. L'entrepreneur : personnage central au cœur de l'entrepreneuriat

L'entrepreneur, placé au cœur des activités économiques, est celui qui crée une entreprise grâce à l'apport de capitaux et à l'innovation, laquelle est considérée par Julien et Marchesnay (1996) comme le moteur de l'entrepreneuriat.

Cette approche s'inspire de Schumpeter (1935), pour qui tous les agents économiques ne sauraient être des entrepreneurs. Il distingue l'entrepreneur de l'apporteur de capitaux, de l'inventeur et du capitaliste supportant les risques, et de tous les autres travailleurs indépendants, agriculteurs, professions libérales, commerçants, fabricants industriels, employés ou actionnaires.

Selon Schumpeter, le qualificatif d'entrepreneur s'applique donc à celui qui exerce une fonction nouvelle en innovant, en combinant autrement des facteurs de production et en permettant ainsi la formation du profit. D'un point de vue historique, Schumpeter distingue quatre types d'entrepreneurs : le fabricant commerçant, le capitaine d'industrie, le directeur et le fondateur promoteur (Fauré, 1994; Ellis et Fauré, 1995).

Pour Toulouse : « l'entrepreneur peut se caractériser par l'adhésion à des valeurs plus individuelles que collectives, un risque recherché ou accepté assez fort et un intérêt pour le développement beaucoup plus que pour le fonctionnement ».

Selon Fauré (1994) : «Un entrepreneur est un agent économique qui mobilise durablement travail et capital afin de produire ou d'échanger des biens ou services et d'obtenir un revenu. Une telle approche lato sensu permet d'intégrer sous le concept entrepreneurial des attitudes, des comportements, des processus et des organisations trop souvent et trop arbitrairement exclus par des définitions strictes et canoniques »

Selon Verstraete (1998)⁶, il est aussi difficile de définir ce qu'est un entrepreneur que de définir qui est un entrepreneur. Le concept est polysémique (Gasse, 1985 ; Bruyat, 1983), changeant selon les caractéristiques de l'époque (Boutillier&Uzunidis, 1995).

Toutefois, concernant les jeunes entrepreneurs, les chercheurs mettent le point sur les handicaps des jeunes entrepreneurs mais peu de travaux donnent des informations en vue de comprendre la situation entrepreneuriale de cette catégorie pour faciliter les actions visant à le promouvoir.

Selon Fayolle (1996), « les jeunes ingénieurs sont peu enclins à créer et à reprendre des entreprises ». Il a aussi montré à travers d'autres enquêtes que chez les jeunes ingénieurs en France il y a qu'un intérêt marginal pour la création d'entreprise du fait des formations souvent inadapté a cet objectif, et aussi de perspectives de rémunérations et de carrières considérées comme tout à fait satisfaisante.

Vickery (1985), suggère d'orienter d'avantage les recherches sur les minorités, les femmes, les immigrés et les jeunes... Quand a lui, Stevenson (1987) a suggéré qu'il faut encourager les jeunes à se lancer dans les affaires. La carrière entrepreneuriale doit être considérée comme un choix professionnel. Il a aussi ajouté qu'il y a pas beaucoup de recherche sur les jeunes entrepreneurs. De ce fait, il manque d'informations et de compréhension sur les prédispositions entrepreneuriales sur les jeunes, sur leur processus d'entreprendre ainsi que sur les problèmes qu'ils rencontrent.

Cowé (1998), a aussi postulé que : « les jeunes ont une forte confiance en eux, ils sont énergétiques enthousiastes ». Ainsi, étudier cette catégorie d'entrepreneur s'avère très pertinent dont la mesure ou ça va nous permettre de dévoiler la perception et la motivation principale que possèdent les jeunes à l'égard de l'entrepreneuriat.

Dès lors, l'émergence de la recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes favorise une mise en place des solutions stratégiques et efficace pour faire face aux problèmes d'insertion, au chômage et à promouvoir l'esprit d'entreprise.

3. Le jeune entrepreneur face à ses motivations

3.1. Définition de la motivation

Les définitions de la motivation s'avèrent des plus variées et souvent très divergentes. Comme le font remarquer Pintrich et Schunk (1996), certains la perçoivent comme une des forces internes (instincts, désir, volonté). Pour d'autres, on évoque plutôt des traits de persistance (tel

⁶Verstraete T 1998 « Esprit entrepreneurial et cartographie cognitive : utilisations académique, pratiques et pédagogique de l'outil », Colloque Euro PME, Rennes.

le désir de réussite), ou encore des réponses comportementales à des stimuli. La perspective cognitive contemporaine, pour sa part, souligne l'influence des pensées, croyances et émotions de l'individu sur la motivation.

Le Dictionnaire de l'éducation de Legendre (1993) la définit comme : « un ensemble de désirs et de volonté qui pousse une personne à accomplir une tâche ou à viser un objectif correspondant à un besoin ». La définition de Vallerand et Thill (1993) spécifie qu'il s'agit : « d'un construit hypothétique utilisé pour décrire les forces internes et, ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité, et la persistance du comportement ». Le Dictionnaire de psychologie de Larousse (1989) la décrit comme : « l'ensemble des facteurs dynamiques qui déterminent la conduite d'un individu », alors que Pintrich et Schunk (1996, p.4) soutiennent que la motivation est : « le processus par lequel une activité visant un objectif est initiée et maintenue ».

Dans ce qui suit on va s'intéresser à deux types de motivations : les motivations intrinsèques et les motivations extrinsèques. Les motivations intrinsèques sont celles qui viennent de notre intérieur; on n'a rien à faire pour les créer puisqu'elles sont innées. Personne ne peut vous faire quoi que ce soit pour créer ces motivations: elles font partie de la nature humaine.

Les motivations extrinsèques sont des facteurs externes qui règlent votre comportement. Personne n'est venu au monde avec le goût de l'argent; l'argent est une pulsion externe ou extrinsèque du comportement ; c'est une motivation acquise ou apprise.

La théorie hiérarchique des besoins fondamentaux de Maslow (1954) porte sur les relations entre personnalité et motivation. Selon Maslow, une théorie de la motivation humaine doit considérer avant tout une hiérarchie de besoins qui compte six niveaux:

- Besoins physiologiques, correspondant tous à des manques de l'organisme (alimentation, sexualité, etc).
- Besoins de sécurité. Recherche d'un environnement sain, stable, ordonné et prédictible, excluant les dangers et les changements.
- Besoins d'appartenance et d'amour concernant le partenaire, les amis, la communauté ethnique ou culturelle, tendance grégaire ou groupale, ou centrée sur la famille.
- Besoins d'estime de soi et par les autres. Recherche de la réussite, du statut. L'attribut "méritée" est nécessaire pour que l'estime soit vraiment satisfaite.
- Réalisation de soi, des ses capacités, de ses idées et idéaux.
- Besoins de savoir et de comprendre. Goût du mystère et de l'inexpliqué, curiosité gratuite. Fuite du coutumier, de la monotonie, du déjà vu.

De manière générale, les individus sont motivés par des besoins qu'ils cherchent à satisfaire.

Dans ses travaux, David C. McClelland (1961) a essayé de faire comprendre le système de valeurs et les motivations de l'entrepreneur. Il a révélé deux dimensions essentielles qui détermineraient un comportement d'entrepreneur : le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance. Pour le besoin d'accomplissement il pousse l'individu à être responsable de la solution de ses problèmes et en conséquence à se fixer lui-même les objectifs aptes à l'épanouir. Le besoin de puissance, moins étudié, passerait par une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système.

Selon Michel Palmer (1987), les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement comparées à celles qui ont une faible motivation sur ce plan, sont caractérisées par la préférence pour des tâches présentant un risque qui les implique, un travail plus dense dans des occupations qui requièrent une certaine force mentale.

Pour Meyer Friedman et Ray H. Roseman (1974), ils reprennent en partie des positions de Mac Clelland en essayant d'isoler le « facteur A » propice à la création d'entreprise : le facteur A est : « un ensemble complexe d'actions et d'émotions qui peut être observé chez toute personne vivant de façon constante et agressive un combat personnel pour réaliser de plus en plus de choses en moins en moins de temps ».

Dans une étude en (1992) qui s'intitule : « Faire le pas, recherche sur les créateurs d'entreprises » Paul Rasse et Denis Parisot font apparaître trois valeurs clés que nous retrouvons souvent à la lumière de l'observation pratique au sein du Centre des Entrepreneurs d'E.M.Lyon :

- -Volonté de s'exprimer et de se réaliser ;
- -Besoin d'indépendance et de liberté ;
- -Le goût d'entreprendre et de diriger.

L'entrepreneur est dans la réalité un réalisateur de projets qui recherche en permanence de nouvelles pistes de développement. Il privilégiera pour ce faire le leadership, le pouvoir de contrôle et la prise de risque.

3.2. Motivations sous-jacentes au lancement d'entreprises par les jeunes : contexte global

Les jeunes possèdent : « les qualités de l'ingéniosité, de l'initiative, de la motivation, de l'imagination, de l'enthousiasme, du zeste, de l'impulsion, de l'ambition, de l'énergie, de la témérité, du courage... » (Schnurr et Newing, 1997).

Ghai (1988) souligne également que : « les jeunes sont connus pour posséder comme qualités l'enthousiasme, la motivation, l'esprit d'entreprise, la goût du risque, la souplesse, l'énergie, l'ingéniosité et la volonté d'essayer de nouvelles approches ».

Pour Filion (1997), la notion de succès tend à prendre en considération chez les jeunes entrepreneurs plus éduqués davantage des critères intrinsèques reliés à la réalisation de soi que des critères extrinsèques reliés aux performances de l'entreprise et au niveau de statut atteint.

Pour Stevenson (1987), les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent.

Selon Guillaume (1998), la motivation première des jeunes entrepreneurs c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses. La création d'entreprise naît moins souvent par une satisfaction au niveau du travail.

Les jeunes entrepreneurs citent plusieurs raisons qui les ont amenés à lancer une entreprise. Gray, et coll., (1995), présentent quelques-unes des principales raisons qui motivent souvent la création d'une entreprise en Amérique du Nord, en Europe et au Japon : être son propre patron et être plus maître de son travail et de sa vie; trouver une autre possibilité d'avancement à partir d'un emploi sans avenir; obtenir des fonds additionnels; fournir des produits qui ne sont pas disponibles ailleurs. Au Royaume-Uni selon le rapport de OCDE, (2001), les jeunes, surtout les diplômés, sont motivés essentiellement par les désirs d'indépendance et de souplesse et non pas nécessairement par l'argent (OCDE, 2001).

Les sondages réalisés par l'IFOP pour l'APCE sur la création d'entreprise ont mis en avant l'intérêt grandissant des jeunes pour le thème de la création d'entreprise.

Dans le cadre du sondage réalisé en 1999, 61% des 18-24 ans déclaraient être désireux de créer leur entreprise.

Les chiffres de 2001, avec 65% des 18-19 ans et 56% des 20-24 ans à avoir envie de créer leur propre entreprise, ont renforcé cette tendance. L'étude présentée a révélé que les principales motivations des jeunes de moins de 30 ans pour créer leur entreprise sont essentiellement liées à une volonté de se réaliser.

Ainsi, 84% des interviewés ont créé pour « faire ce qu'on aime » et « rechercher l'épanouissement personnel ». De plus, cette étude montre que les valeurs entrepreneuriales sont désormais fortement ancrées au sein d'une population qui vient aujourd'hui alimenter le tissu des actifs. En effet, 68% des garçons et 52% des filles affirment leur souhait d'être un jour leur propre patron.

En France, selon une enquête du SINE 2002 portant sur les créateurs de moins de 30 ans issus de l'enseignement secondaire les sans diplôme sont nombreux à avoir connu avant la création soit l'inactivité professionnelle, soit un chômage de longue durée (près de la moitié). C'est l'inverse pour les diplômés du technique qui sont cependant plus souvent des chômeurs de courte durée (28 % contre 19 à 23 % pour les autres) ; le poids du chômage et de l'inactivité est moins important pour l'ensemble des créateurs, montrant la difficulté d'insertion des jeunes dans la vie professionnelle et l'opportunité qu'est la création.

Par contraste, les jeunes dans les pays en voie de développement se lancent habituellement en affaires par nécessité économique ou pour survivre, ou faute d'avenues leur permettant de faire une utilisation productive de leur énergie. Les données provenant de l'enquête en Zambie montrent que la majorité écrasante (92,3 %) des répondants a cité des problèmes socio-économiques comme raison principale du lancement de l'entreprise (Chigunta, 2001). De ce nombre, près de la moitié (46,2 %) ont invoqué le manque d'emploi, le tiers (30,8 %), la nécessité de suppléer au revenu du ménage; 15,4 %, la pauvreté. Seulement 7,7 % des répondants ont indiqué, comme raison principale, le désir d'accumuler des richesses. Au Malawi par exemple, la majorité des jeunes entrepreneurs ont donné le chômage et la pauvreté comme raisons principales motivant le lancement de leur entreprise (Kambewa, et col, 2001).

4. L'entrepreneuriat et Les jeunes entrepreneurs Tunisiens

Le phénomène entrepreneurial est ancien en Tunisie mais on ne s'est rendu compte récemment de son importance de plus en plus accrue. En effet, les recherches et les actions entreprises par l'Etat en faveur des créations d'entreprises sont très récentes.

Toutefois, l'environnement tunisien est assez favorable à la création d'entreprise. Le milieu institutionnel tunisien d'appui à l'entrepreneuriat est diversifié et très riche. Quelques institutions disposent de longues expériences qui méritent une attention et une évaluation, notamment au niveau des actions initiées et de leur adéquation aux besoins et préoccupations des entrepreneurs tunisiens.

De ce fait, l'accélération des mutations survenues au gré des privatisations et, plus largement, des contraintes de la mondialisation, de la révolution due aux nouvelles technologies de l'information ainsi qu'à la faveur d'une dynamique politique récente, tend à inciter certains jeunes tunisiens, résolus à abandonner des logiques de rentier et à devenir de véritables producteurs, à apparaître également comme les initiateurs d'une véritable démocratie libérale en Tunisie.

Généralement, dans la société arabe et dans le contexte tunisien en particulier, l'individu n'est pas considéré en tant qu'une entité autonome. En effet, l'individu s'inscrit dans une logique de rapports sociaux où figure essentiellement et en premier lieu la famille, puis l'état et d'autres institutions à caractère collectif.

Durant ces dernières années, plusieurs marchés sont devenus saturés, à concurrence très rude, donc très difficilement pénétrables par les nouvelles entreprises. De ce fait, on constate qu'il y a une certaine orientation des jeunes entrepreneurs tunisiens vers la création d'entreprise. Celle-ci s'avère donc la meilleure solution étant donné qu'elle permet de s'échapper au chômage comme contrainte majeure pour ses jeunes, l'ouverture de nouveaux horizons et des chances de développement majeur.

Toutefois, grâce à un environnement où la création d'entreprises se développe de plus en plus avec la présence de nouvelles opportunités offertes, les jeunes entrepreneurs tunisiens preneurs de risque, sont tentés de créer leur propre affaires il serait donc pertinent de comprendre les motivations qui les poussent à l'entrepreneuriat dans de tel contexte.

5. Méthodologie de la recherche

Afin de comprendre quelles sont les motivations qui poussent les jeunes entrepreneurs tunisiens à l'entrepreneuriat et étant donné l'aspect exploratoire de notre recherche, nous avons adopté les méthodes qualitatives comme méthode de recherche. En effet, ses méthodes cherchent à explorer des phénomènes sociaux, à les représenter et donc à les comprendre dans le contexte. Ainsi, nous avons recueilli les informations grâce à des entretiens téléphoniques, vu notre éloignement de notre terrain. L'échantillon de notre étude se compose de six jeunes entrepreneurs dont deux d'entre eux sont des jeunes femmes.

Nous avons interrogé les jeunes tunisiens sur l'histoire de leur entreprise et à préciser leur principale motivation pour la création d'entreprise, les facteurs environnementaux influençant la décision d'entreprendre tout en insistant sur l'effet du chômage vis à vis de leurs

motivations entrepreneuriales. Les entretiens durent en moyenne une heure. Il est à noter que les jeunes interrogés ont un âge moyen de 25.8, ils ont un niveau d'instruction supérieur (bac +4, et bac +5) et que leur création d'entreprise date de deux à quatre ans déjà et que les entreprises créées sont essentiellement des entreprises commerciales.

En outre, nous nous sommes appuyés aussi sur une étude documentaire qui nous a permis la compréhension des jeunes tunisiens et de leurs motivations à l'entrepreneuriat.

6. Résultat et analyse de la recherche

6.1. Présentation des résultats

D'après les jeunes qu'on a interrogé (sexe masculin et sexe féminin) on a pu constaté que l'entrepreneuriat offre de multiples avantages et des solutions pour différents problèmes que rencontrent ceux-ci (chômage, insatisfaction au niveau de travail...) et que les motivations prioritaires des jeunes entrepreneurs tunisiens diffèrent d'une personne à l'autre selon leur l'âge et leur sexe.

Toutefois, ses jeunes présentent un fort désir pour l'entrepreneuriat comme un choix de carrière, ceci est dû aux problèmes de chômage que fait face la Tunisie surtout pour les diplômés et qui enregistre une forte croissance d'une année à une autre. Parmi les jeunes interrogés, quatre d'entre eux mentionnent que l'une des principales motivations qui leur avaient poussé à créer c'est que : « la création d'entreprise est une sorte d'échappatoire du chômage et des contraintes qui lui sont associés ». Ils se lancent en affaire parce qu'ils manquent de travail et non parce qu'ils ont des aptitudes et des comportements dénotant un esprit d'entreprise.

Pour les deux autres, ils ont déjà eu une expérience professionnelle et un d'entre eux a été licencié et l'autre il a démissionné due à son insatisfaction : « le travail que j'ai occupé ne répond pas à mes aspirations ».

Tout de même, on pu constaté que les jeunes interviewés ne présentent pas seulement des motivations dues aux circonstances négatives mais au même temps à des circonstances positives (désir de se réaliser personnellement, gain d'argent, participer au développement économique du pays...) c'est un système en interaction.

La plupart d'entre eux mentionnent que la motivation principale qui leur a poussé à créer :

- d'être son propre patron et ainsi assurer son indépendance « être libre et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique » qui est mieux appréhendé que le salariat ou le fonctionariat et d'avoir une estime de soi élevée.
- Avoir des récompenses financières importantes (l'argent) « assurer un certain mode de vie plus aisé », il est à noter que les six jeunes interviewés ont donné des réponses homogènes concernant cette motivation « être riche et rompre avec la pauvreté ».
- Bénéficier de leur âge (la jeunesse), tout en canalisant leur forces physique et intellectuel pour contribuer à la participation au développement économique du pays et de résoudre certains problèmes liés au chômage en créant des emplois. Ainsi nous avons remarqué tout de même qu'il y a un certain désir et une certaine forte volonté pour entreprendre c'est ce qu'on appelle « le goût entrepreneurial ».

- Aboutir à une certaine autonomie qui constitue leur principale motivation.

6.2. Analyse

Ainsi, il est tentant de dévoiler les motivations des jeunes tunisiens qui leur poussent à établir leur propre entreprise en affirmant que ce désir vient d'une absence de solutions viables. Cela pourrait être vrai pour certains jeunes tunisiens. Cependant, les motivations exprimées de lancer une entreprise parmi les jeunes peuvent être attribuées à une combinaison complexe de facteurs (positifs ou négatifs).

Toutefois, pour répondre aux interrogations de notre recherche, on a pu constater que le chômage est un fardeau qui pèse trop lourd pour les jeunes entrepreneurs tunisiens opter pour l'entrepreneuriat comme un antidote à un tel phénomène se propage de plus en plus surtout en Tunisie. Dès lors, une telle perturbation dans la vie du jeune entrepreneur constitue un facteur catalyseur qui alimente la source des motivations entrepreneuriales et l'accroissement de l'intensité de celles-ci. Mais, il est important à signaler, que les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens ne sont pas dictées uniquement par des contraintes négatives, et/ou par une volonté liée à des caractéristiques personnelles (indépendance, autonomie, goût entrepreneurial...), il existe aussi d'autres facteurs qui influencent leur processus motivationnel comme par exemple les facteurs contextuels, environnementaux déjà mentionnés par les jeunes, et qui vont agir de manière contingente pour favoriser ou inhiber celle-ci. Il existe alors, une certaine confrontation entre plusieurs facteurs qui favorise l'émergence de plus en plus intensifiée des motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens.

Par conséquent, on ne peut pas spécifier uniquement le chômage et les caractéristiques personnelles comme les seules sources qui interviennent pour motiver un jeune entrepreneur tunisien et le pousser à créer sa propre affaire. Manifestement, d'après nos entretiens cesser de chômer est un événement déterminant pour déclencher l'acte entrepreneurial. Mais, il existe un feedback entre facteurs positifs et facteurs négatifs qui oriente les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens et régularise leur comportement motivationnel. Plus explicitement, un facteur négatif ou positif peut jouer au même temps un facteur push et/ou pull au même temps, ce retour entre facteurs se traduit par une certaine dynamique qui émane d'un mode d'autorégulation interne établi par les jeunes entrepreneurs tunisiens.

Conclusion

En guise de conclusion, nous retiendrons qu'il est maintenant reconnu que la promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes entrepreneurs tunisiens est motivée par de nombreuses bonnes raisons. L'entrepreneuriat intervient comme une solution étendue qui peut guérir tous les maux de la société, elle présente plusieurs avantages possibles qui permettent d'alimenter les motivations d'un jeune pour devenir entrepreneur. Un avantage évident et probablement important est la création d'un emploi pour le jeune et de rompre avec le chômage comme contrainte dégradante. Les difficultés dans le secteur de l'emploi auxquelles sont confrontées les jeunes en Tunisie ont des conséquences négatives non seulement pour les jeunes en cause, mais pour l'ensemble de la société.

Toutefois, d'après notre étude exploratoire, nous avons pu identifier les motivations des jeunes entrepreneurs tunisiens qui paraissent homogènes pour la plus part des interviewés. Ils sont motivés par de nombreuses raisons liées à divers déterminants.

Mais, les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens régissent d'une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendant. C'est un processus qui ne saurait se réduire à un phénomène constant. Dès lors, pour comprendre qu'est ce qui pousse un jeune entrepreneur tunisien à créer son entreprise il faut essayer de comprendre avant tout les principaux déterminants qui régissent leur processus motivationnel. Ce processus est un système activé par des régimes déterminés par des effets de blocage ou de renforcement.

Ainsi, plusieurs améliorations peuvent être apportées et des extensions sont envisageables. Il serait donc intéressant d'étudier l'influence d'autres variables sur les jeunes entrepreneurs tunisiens tel que l'environnement socioculturel. En outre, il serait donc pertinent d'essayer d'identifier les barrières concrètes ainsi que les contraintes spécifiques qui empêchent les jeunes entrepreneurs tunisiens de démarrer et de mettre en avant les obstacles qu'ils rencontrent et les mesures politiques qui peuvent les soutenir.

Les limites de la recherche

La recherche effectuée est loin d'épuiser les interrogations posées. Dans un premier examen de la littérature sur ce sujet n'a révélé pas assez de recherche dans ce domaine. Or, le nombre des créations d'entreprises par les jeunes se multiplie dans le monde entier et en Tunisie en particulier.

Notre travail présente quelques limites du fait de:

- on note le regret de ne pas faire des interviews en face à face ceci est due à notre éloignement de notre terrain d'étude.
- -Limite méthodologique : l'étude porte uniquement sur six entretiens. On note le regret de ne pas avoir un nombre supérieur d'entretiens aux fins d'avoir une vision plus complète.
- la non disponibilité de base de données actualisée des entreprises nouvellement créées par les jeunes ainsi que l'absence des statistiques et d'études sur les jeunes entrepreneurs tunisiens.
- la non disponibilité d'informations spécifiques sur les jeunes entrepreneurs tunisiens qui auraient pu être utiles et apporter une meilleure compréhension et explication de l'acte entrepreneurial chez les jeunes tunisiens.
- -la possibilité de généralisation des résultats à travers une étude quantitative qui va permettre plus la compréhension du degré d'influence de chaque variable.

Bibliographie

- Abbat F, L'intégration de la Tunisie dans l'économie mondiale /opportunités et défis, Cadre du programme global CNUCED/PNUD en 2002.
- APCE, Les jeunes et la création d'entreprise; Collection Focus, 2000.
- APCE, Pour une stratégie de promotion de l'esprit d'entreprise en France, 2001.
- APCEA, Groupe de discussion des jeunes sur l'entrepreneurship, édition été.
- Audet J. (2002) A longitudinal study of the Entrepreneurial Intentions of University Students, Cahiers de la recherche de LINRPME, Université Québec Trois Rivières, juin.
- Blanchflower, D.G, Meyer, B., 1994. A longitudinal analysis of the young self-employed in Australia and the United States. *Small Business Economics* 6, 1–20.
- Blanchflower, D.G, Oswald, A.J., 1998a. What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics* 16 _1, 26–60, January.
- Blanchflower, D.G, Self-employment in OECD countries *Labour Economics* 7_2000.471–505.
- Brockhaus, R. H., and W. R. Nord, An Exploration of the Factors Affecting the Entrepreneurial Decision: Personal Characteristics vs. Environmental Conditions, *Proceedings, Academy of Management* (1979), 364-368.
- Bruyat C, Création d'entreprise : contributions épistémologique et modélisation Thèse de doctorat en science de gestion, Université de Grenoble II, 1993.
- Bruyat C, Créer ou ne pas créer ? une Modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise, revue de l'entrepreneuriat Vol 1, N°1, 2001.
- Christian R, Les créateurs d'entreprise en 2002 un créateur sur trois était au chômage au moment de la création, Insee première N° 928 -OCTOBRE 2003.
- Columbia British, Stratégie d'entrepreneuriat chez les jeunes de la Colombia British, 2000.
- Cower R, Are you ever too young?; *Management today* London, 12/1998.
- Danjou I (2002), l'entrepreneuriat un champ fertile à la recherche de son unité, *Revue Française de gestion* N°138, pp.109-125.
- Deneuil, P.N, Les entrepreneurs du développement. L'ethno-industrialisation en Tunisie : la dynamique de sfax, L'harmattan, 1992.
- Dream, les jeunes et leur avenir professionnel : entre rêve et réalisme enquête nationale réalisée en Mai 2002.
- Emile-Michel Hernandez : « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » l'Harmattan, édition 1999.
- *Entreprendre en Tunisie*, Juin 1998.
- Ernst & Young International, *Doing Business in Tunisia*, 1998.
- Fayolle A, (2002) « Enseignement de Entrepreneuriat et comportements de création d'entreprise : étude exploratoire sur des étudiants français » *Economie et Sociétés, série sciences de gestion*, n°33, été, p.149-169.
- Fayolle A. (2002) Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche, *Cahier de Recherche du CERAG, Série Recherche*, n° 2002-32, 32 p.
- FCEI (Fédération Canadienne de l'entreprise indépendante) Perspectives d'embauche : les attentes des jeunes et des PME en matière d'emploi, 2000.

- Gartner B.G, (1990), What are we talk about when we talk about entrepreneurship? , Journal business of Venturing.
- Gasse, Y. et D'Amours, (2000), A Profession: Entrepreneur, Les Éditions Transcontinentales.
- Gasse, Y., Diochon, M., & Menzies, T.V., (2002) Étude nationale sur le processus de démarrage d'une entreprise, Document de Travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval, 8 pages.
- Gerry Segal, Dan Borgia and Jerry Schoenfeld, (2005), The motivation to become an entrepreneur, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Vol. 11 No. 1.
- Herron, L. and Sapienza, H.J. (1992), The entrepreneur and the initiation of new venture launch activities, Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 17 No. 1, pp. 49-55.
- INSTITUT ARABE DES CHEFS D'ENTREPRISES (IACE) cellule des jeunes membres, Séminaire sur la création d'entreprise en Tunisie rapport du 16/9/2004.
- Jane W.H. Moy, Vivienne W.M.Luk and Philip C. Wright, (2003), Perceptions of entrepreneurship as a career: views of young people in Hong Kong. Equal opportunities international; 22, 4; ABI/ INFORM Global.
- Juliens P. A et Marchesnay M, L'entrepreneuriat, Economica, Paris 1996.
- LE Quan, (2003); La création d'entreprise par les jeunes : Le cas du Vietnam, Thèse de doctorat en science de gestion, Université de Toulon.
- Marchesnay M. ; Petite entreprise et entrepreneur, Encyclopédie de gestion, Tome 2, 1997, p85-94.
- McClelland, D. C, Need Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 1, No. 4, (1965), 389-92.
- Orhan, M. and Scott, D. (2001), why women enter into entrepreneurship: an explanatory model, Women in Management Review, Vol. 16 No. 5, pp. 232-43.
- Palmer, M., The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential, Californial Management Review, Vol. 13, No. 3, (spring, 1971), 32-38.
- Schumpeter J.A., Essays on entrepreneurs, innovations, business cycles and the evolution of capitalism, 1991.
- Stevenson L.; towards understanding young founders, Frontier of entrepreneurship research, 1987, p256.
- UTICA (Union Tunisienne de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat), Efficience économique et justice sociale, Actes du colloque tenu les 13-14 juin, Tunis, 1991.
- Verstraete T, Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat, Edition Management et Société, 2000.
- Verstraete T, Entrepreneuriat – connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L' Harmattan, collection Economie et Innovation, 1999.
- Verstraete T, L'entrepreneuriat, un phénomène aux multiples formes d'expression, édition Management et Société, 2000.
- Verstraete T., Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ? In Histoire d'Entreprendre- Les réalités de l'entrepreneuriat, Editions EMS (2000).