

SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
Introduction générale	2
Chapitre 1: Revue de littérature.....	13
Introduction	13
I- L'entrepreneuriat : approches théoriques et modèles de émergence.....	15
II - L'entrepreneuriat rural: spécificités du milieu et de l'activité.....	77
Conclusion	95
Chapitre 2 : L'espace rural, milieu entrepreneurial	98
Introduction	98
I- Approches théoriques	101
II- Cas du Maroc:.....	148
Conclusion	177
Chapitre 3 : Méthodologie de recherche.....	180
Introduction	180
I- Le design de la recherche.....	180
II. Terrain de l'étude, population étudiée.....	185
III. Méthode de collecte des données.....	209
IV. Méthode de traitement et d'analyse des données ou informations:	211
V. La crédibilité de la méthodologie.....	214
Conclusion	218
Chapitre IV: État actuel de l'entrepreneuriat en milieu rural.....	219
Introduction	219
I. Études de cas.....	223
II. Présentation des résultats.....	234
III. Analyse de tous les résultats	255
Conclusions :.....	293
Conclusion générale	294
Bibliographie.....	297
Annexes	335
TABLES DE MATIERES.....	373

Introduction générale

Contexte de la recherche

Dans les régions rurales, de nombreux pays ont subi des changements structurels dans l'agriculture, la foresterie, la pêche et autres industries liées aux ressources naturelles. Ainsi on constate une diminution du nombre d'emplois disponibles aux résidents dans les communautés autour de ces industries. Par conséquent, de nombreuses communautés se vident de leurs populations qui partent ailleurs pour chercher un emploi (Apedaile¹, 2004, Deavers² 1992, Mochrie³ et al., 2004, Nyseth⁴ et al., 2005 ; Patterson⁵ et al., 2003). À la lumière de ces événements, de nombreuses collectivités, les gouvernements, ainsi que les autres parties concernées sont en train d'examiner le potentiel du développement des petites entreprises et l'entrepreneuriat comme un moyen de rétablir l'emploi (Bryden⁶ et al., 2000, Curran⁷ et al., 1993, Lowe⁸ et al., 2000a, Nyseth et al., 2005, Skuras⁹ et al., 2005b).

¹Apedaile, L. P. (2004) The New Rural Economy. In Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) Building for Success: Explorations of Rural Community and Rural Development. Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.

²Deavers, K. (1992) What Is Rural? Policy Studies Journal, 20 (2), 184-189.

³Mochrie, R. & Galloway, L. (2004) Motivations for Business Start-up in Scotland, The Agriculture Economics Society 78th Annual Conference, London, UK.

⁴Nyseth, T. & Aarsaether, N. (2005) Innovations in Ethnic Landscapes: A Study of Innovations in Three Municipalities in Northern Norway. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 18 (2), 171-188.

⁵Patterson, H. & Anderson, D. (2003) What Is Really Different About Rural and Urban Firms? Some Evidence from Northern Ireland. Journal of Rural Studies, 19 (4), 477-490.

⁶Bryden, J. (1994) Some Preliminary Perspectives on Sustainable Rural Communities. In Bryden, J. (Ed.) Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series. Guelph, Ontario: University of Guelph.

⁷Curran, J. & Blackburn, R. (1994) Small Firms and Local Economic Networks: The Death of the Local Economy? London, UK: Paul Chapman Publishing Ltd.

⁸Lowe, P. & Talbot, H. (2000a) Policy for Small Business Support in Rural Areas: A Critical Assessment of the Proposals for the Small Business Service. Regional Studies, 34 (5), 479-499.

Il y a de énormes opportunités économiques pour les petites entreprises dans ces régions rurales. De nombreuses personnes s'installent dans ces zones pour développer des activités touristiques, telles que les visites, les hébergements, les restaurants et autres entreprises similaires (Botterill¹⁰ et al., 2000 ; Cox¹¹ et al., 2004, Lordkipanidze¹² et al., 2005). D'autres s'y installent en s'appuyant sur les produits locaux, tels que la alimentation, l'artisanat et autres objets traditionnels pour créer des marchés de niche pour les clients en milieu urbain (Anderson¹³ et al., 2001, Baldacchino¹⁴, 2002, Lane¹⁵ et al., 1994). Dans d'autres cas, certaines entreprises ont été en mesure de se déplacer à partir de lieux urbains vers des zones rurales avec des progrès réalisés dans la technologie de l'information, ce qui peut faciliter la communication et l'accès aux clients, fournisseurs et autres groupes basés ailleurs dans la région, le pays et même au niveau international (Dabson¹⁶, 2003, Galloway¹⁷ et al., 2005, Jack¹⁸ et al., 1997, McKenzie¹⁹, 1998).

⁹Skuras, D., Meccheri, N., Moreira, M. B., et al. (2005b) Entrepreneurial Human Capital Accumulation and the Growth of Rural Businesses: A Four Country Survey in Mountainous and Lagging Areas of the European Union. *Journal of Rural Studies*, 21 (1), 67-79.

¹⁰ Botterill, D., Owen, R. E., Emanuel, L., et al. (2000) Perceptions from the Periphery: The Experience of Wales. In Brown, F. & Hall, D. (Eds.) *Tourism in Peripheral Areas: Case Studies*. Clevedon, England: Channel View Publications.

¹¹ Cox, M., Murray, I. & Kereluik, M. (2004) *Rural Tourism Development in Southern Ontario*, Administrative Sciences Association of Canada, Quebec City, Quebec.

¹² Lordkipanidze, M., Brezet, H. & Backman, M. (2005) The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development. *Journal of Cleaner Production*, 13 (8), 787-798.

¹³ Anderson, A. R., Jack, S. & McAuley, A. (2001) Periphery? What Periphery? Marketing to a State of Mind. *Irish Marketing Review*, 14 (1), 26-34.

¹⁴ Baldacchino, G. (2002) A Taste of Small-Island Success: A Case from Prince Edward Island. *Journal of Small Business Management*, 40 (3), 254-259.

¹⁵ Lane, B. & Yoshinaga, K. (1994) Niche Markets for the Rural World. *OECD Observer*, (190), 14-18.

¹⁶ Dabson, B. (2003) *Supporting Rural Entrepreneurship, Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Rural Entrepreneurs*, Kansas City, Missouri.

¹⁷ Galloway, L. & Mochrie, R. (2005) The Use of ICT in Rural Firms: A Policy Orientated Literature Review. *Info*, 7 (3), 33-46.

¹⁸ Jack, S. L. & Bower, D. J. (1997) Success and Peripheral Entrepreneurs: A Scottish Perspective, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Park, Massachusetts.

¹⁹ McKenzie, F. H. (1998) Case Studies of Rural Business Women in Western Australia and Their Contribution to the Region. *Rural Society*, 8 (3), 257- 268.

Cependant, la nature même de ces endroits qui crée ces possibilités peut également fournir des défis pour les propriétaires et leurs entreprises. Comme il sera exploré dans les pages qui suivent, ces endroits sont souvent à une certaine distance de leurs marchés et fournisseurs dans les zones urbaines. Certaines communautés peuvent être accessibles uniquement par des routes secondaires et les routes difficiles d'accès, tandis que d'autres ne sont pas accessibles par la route, comptant plutôt sur les fleuves et le transport aérien. Les entrepreneurs dans ces domaines peuvent souvent fonctionner sans banque locale et d'autres infrastructures d'affaires standards, telles que le téléphone, l'eau potable, l'électricité et l'internet haut débit. Ce qui peut se traduire par l'augmentation des coûts d'exploitation et le temps consacré par les propriétaires pour leurs entreprises (Botterill et al., 2000, Kalantaridis²⁰ et coll., 2006a, Lichtenstein²¹ et al., 1996, Raley²² et al., 2000, Stathopoulou²³ et coll., 2004), et une réduction de la capacité de rencontrer les clients, fournisseurs, conseillers, banques et autres organismes connexes sur une base régulière (Beer²⁴, 2004 ; Bryant²⁵, 1989, Robinson²⁶, 2002, Rowley²⁷ et al., 1993, Stathopoulou et coll., 2004).

²⁰Kalantaridis, C. (2004) Entrepreneurial Behaviour in Rural Contexts. In Labrianidis, L. (Ed.) *The Future of Europe's Rural Peripheries*. Aldershot, England: Ashgate Publishing.

²¹ Lichtenstein, G. A. & Lyons, T. S. (1996) *Incubating New Enterprises: A Guide to Successful Practice*, Washington, D.C.: The Aspen Institute.

²²Raley, M. & Moxey, A. (2000) *Rural Microbusinesses in North East England: Final Survey Results*, Newcastle upon Tyne, UK: Centre for Rural Economy.

²³Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. & Skuras, D. (2004) Rural Entrepreneurship in Europe: A Research Framework and Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10 (6), 404-425.

²⁴ Beer, S. (2004) *Peripherality and Information Flow in Remote Island Areas of Scotland, Europe at the Margins: EU Regional Policy, Peripherality and Rurality*, Angers, France.

²⁵Bryant, C. R. (1989) *Entrepreneurs in the Rural Environment*. *Journal of Rural Studies*, 5 (4), 337-348.

²⁶ Robinson, S. (2002) *Good News, Bad News: A Look at Rural Women Business Owners in Pennsylvania, An Entrepreneurial Bonanza: USASBE Annual National Conference*, Reno, Nevada.

²⁷ Rowley, T. D. & Porterfield, S. L. (1993) *Removing Rural Development Barriers through Telecommunications: Illusion or Reality?* In Barkley, D. L. (Ed.) *Economic Adaptation: Alternatives for Nonmetropolitan Areas*. Boulder, Colorado: Westview Press, Inc.

Il y a souvent un marché local limité étant donné la faible densité de population qui existe dans la plupart des zones rurales, ce qui empêche les entreprises à développer des économies d'échelle et rendre pérennes leurs affaires à long terme (Baldacchino²⁸, 2005, Beer, 2004, Briguglio²⁹, 1998, Fischer³⁰ et al., 1998, Polese³¹ et al., 2002).

La compréhension et le traitement de ces questions deviennent nécessaires afin d'encourager et soutenir les propriétaires, les entreprises et les communautés rurales dans leurs efforts pour créer un développement économique (Ateljevic³² et coll., 2004, Bruce³³ et al., 2004, Keeble³⁴ et al., 1992, Marshall³⁵ et al., 2006, Page³⁶ et al., 1999, Tehrani³⁷ et al., 2003, Westhead³⁸ et al., 1999).

²⁸Baldacchino, G. (2005) Successful Small-Scale Manufacturing from Small Islands: Comparing Firms Benefiting from Locally Available Raw Material Input. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 18 (1), 21-38.

²⁹Briguglio, L. (1998) Surviving the Competition: Small Business in Malta. In Baldacchino, G. & Greenwood, R. (Eds.) *Competing Strategies of Socio-Economic Development for Small Islands*. Charlottetown, Prince Edward Island: The Institute of Island Studies.

³⁰ Fischer, G. & Encontre, P. (1998) The Economic Disadvantages of Island Developing Countries: Problems of Smallness, Remoteness and Economies of Scale. In Baldacchino, G. & Greenwood, R. (Eds.) *Competing Strategies of Socio-Economic Development for Small Islands*. Charlottetown, Prince Edward Island: The Institute of Island Studies.

³¹Polese, M. & Shearmur, R. (2002) The Periphery in the Knowledge Economy: The Spatial Dynamics of the Canadian Economy and the Future of Non-Metropolitan Regions in Quebec and the Atlantic Provinces, Montreal, Quebec: The Canadian Institute for Research on Regional Development and Institut national de la recherche scientifique/NRS-Urbanisation Culture et Société.

³²Ateljevic, J. & Doorne, S. (2004) Diseconomies of Scale: A Study of Development Constraints in Small Tourism Firms in Central New Zealand. *Tourism and Hospitality Research*, 5 (1), 5-24.

³³ Bruce, D. & Halseth, G. (2004) The Role of Small Business in Community Economic Development. In Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Building for Success: Explorations of Rural Community and Rural Development*. Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.

³⁴ Keeble, D., Tyler, P., Broom, G., et al. (1992) *Business Success in the Countryside: The Performance of Rural Enterprise*, London, UK: HMSO.

³⁵ Marshall, M. I. & Samal, A. (2006) The Effect of Human and Financial Capital on the Entrepreneurial Process: An Urban-Rural Comparison of Entrepreneurs in Indiana, American Agricultural Economics Association Conference, Long Beach, California.

³⁶ Page, S. J., Forer, P. & Lawton, G. R. (1999) Small Business Development and Tourism: Terra Incognita? *Tourism Management*, 20 (4), 435-459.

³⁷ Tehrani, M. & White, C. S. (2003) Economic Development and MicroEnterprises in Rural Communities: Are There Gender Dif

³⁸ Westhead, P. & Wright, M. (1999) Contributions of Novice, Portfolio and Serial Founders Located in Rural and Urban Areas. *Regional Studies*, 33 (2), 157-173.

Cependant, comme il sera expliqué plus en détail, beaucoup est pris sur les défis auxquels font face ces entreprises en milieu rural, et souvent les défis qui sont extrapolés à partir de l'expérience acquise en milieu urbain avec peu de preuves fournies pour ce point de vue (Bus³⁹ et al., 1990, Stathopoulou et coll., 2004). En outre, il y a souvent une hypothèse que les besoins de soutien des entreprises rurales sont les mêmes que les zones urbaines. Cependant, ce n'est pas toujours le cas (Lowe et al., 2000a). En comprenant clairement les défis auxquels font face les propriétaires ruraux et les méthodes qu'ils utilisent pour traiter ces cas, les politiques de soutien et les programmes peuvent être développés. Puis la réussite de l'entreprise ainsi que le succès de la communauté peuvent être plus susceptibles de se produire, ce qui permet aux différentes parties d'atteindre leurs objectifs de développement économique (Getz⁴⁰ et al., 2000, Page et al., 1999 ; Schroeder⁴¹, 2003).

À ce stade, il y a relativement peu de recherches universitaires sur les questions de l'entreprise en milieu rural au Maroc. La majorité des travaux de recherche ont été au niveau de la communauté et du développement de la capacité communautaire.

Au niveau du Maroc, le rythme de développement des activités non agricoles en milieu rural et de la PME rurale montre que la part de l'emploi non agricole dans l'emploi total en milieu rural évolue à un rythme très lent, puisque cette part est passée de 15% en 1960 à 18% en 1971, à 20% en 1987 et à 25,8% en 2012. De ce fait on a vu grandir le besoin de la promotion des PME rurales pour diverses causes entre autres :

³⁹ Buss, T. F. & Lin, X. (1990) Business Survival in Rural America: A Three-State Study. *Growth and Change*, 21 (3), 1-8.

⁴⁰ Getz, D. & Carlsen, J. (2000) Characteristics and Goals of Family and Owner-Operated Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors. *Tourism Management*, 21 (6), 547-560.

⁴¹ Schroeder, T. (2003) Background and Motivations of Resource-Based Tourism Operators in the Northern Great Plains: A Qualitative Study. Retrieved July 23, 2004, from [Http://www.und.edu/instruct/tschroed/nattour1.pdf](http://www.und.edu/instruct/tschroed/nattour1.pdf)

- L'incapacité des villes à offrir des opportunités réelles, décentes, suffisantes et durables de création d'emplois et de revenus stables en quantité et en qualité en conformité avec le degré de pression exercée sur le marché national du travail.
- La saturation objective des activités agricoles proprement dites, particulièrement dans l'agriculture familiale et communautaire qui représente 80% de la population, et ce malgré la dynamique relative, somme toute à ses débuts, introduite par le plan Maroc Vert.
- Et enfin l'existence de potentialités importantes en matière de création d'activités économiques nouvelles et de PME rurales, soit insuffisamment exploitées, soit tout simplement non encore explorées.

Tous ces facteurs placent la promotion de la PME rurale au rang de composante indispensable de toute stratégie future de croissance, créatrice de richesses, et d'opportunités d'emplois.

Les domaines où la PME rurale peut concrètement connaître un véritable développement sont très divers et très différenciés selon les spécificités des terroirs où elle s'implante. Ils concernent l'artisanat, le tourisme, les industries de transformations des produits agricoles et alimentaires, la pêche, les services aux ménages ruraux et aux exploitations agricoles, les énergies renouvelables, les activités liées à la valorisation du patrimoine culturel et les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Évoluant dans des zones fragiles, la PME rurale fait face à plusieurs défis notamment en matière de soutien financier et non financier en raison des spécificités uniques des espaces ruraux où elles évoluent.

Construction de l'objet de la recherche

La rareté des études concernant les défis auxquels font face les entreprises en milieu rural nous a incités à entamer cette recherche. On essaye de répondre dans cette recherche à la question suivante:

Quels sont les facteurs qui jouent un rôle vital pour l'émergence de l'esprit d'entreprise en zone rurale?

Les questions suivantes sont également abordées :

- Quels sont les types d'entreprises créées par les entrepreneurs ruraux ?
- Quelles sont les motivations pour démarrer des entreprises en zones rurales?
- Comment est-ce que ces entrepreneurs relèvent ces défis ?
- Comment l'entrepreneur interagit-il avec son environnement ?
- Quels sont les défis rencontrés par les entrepreneurs et les entreprises en milieu rural?
- Quels sont les problèmes rencontrés par les entrepreneurs pour assurer la croissance de leurs entreprises en milieu rural ?

Par la compréhension des raisons de démarrage d'entreprises dans ces zones rurales relativement défavorisées et les types d'entreprises créés, la variété des défis que les entrepreneurs affrontent, les différentes facettes de l'entrepreneuriat en milieu rural peuvent être comprises. Comme il sera exploré dans les pages qui suivent, le type d'entreprise, son potentiel de marché et les attentes du propriétaire commencent à influencer les perceptions des défis qui se posent ainsi que les méthodes que le propriétaire utilise pour les surmonter. Les réponses aux questions posées ci-dessus peuvent guider les réponses des gouvernements et organisations de soutien dans leurs efforts pour promouvoir le développement économique dans les zones rurales. Cependant, l'exploration de réponses politiques spécifiques par ces parties est au-delà de la portée de cette recherche.

Cette recherche contribue à ces efforts pour motiver à la fois les entrepreneurs et leurs entreprises. Les zones rurales de la région Meknès-Fès serviront de terrain pour la recherche. Tel qu'il sera examiné dans le chapitre III, cette zone est en transition économique. L'État, les organismes de soutien, les communautés et les individus sont en train d'explorer les défis et les possibilités pour le développement des entreprises.

Les résultats de cette recherche pourraient être étendus au-delà de cette région avec d'autres critères. En explorant les défis rencontrés par les entrepreneurs en milieu rural et les moyens par lesquels ils y répondent, ce travail suggère une série de ressources. L'accent est mis sur les propriétaires d'entreprises, de leurs familles, des entreprises et des collectivités sur lesquelles les entreprises similaires peuvent se servir pour démarrer, survivre et prospérer. Ces ressources sont accessibles dans les zones rurales et peuvent correspondre à l'orientation interne des entrepreneurs.

En premier lieu, cette thèse porte sur la région Fès-Meknès plus précisément sur les petites entreprises dans les zones rurales.

Le chapitre III donne plus de détails sur la région et sa monographie. Dans cette étude, le rural a une définition spécifique, la taille de la collectivité et la distance sont considérées comme mesure par temps de grands centres urbains. Cette définition est fournie ci-dessous. Comme on le verra dans la revue de littérature dans le chapitre II, et compte tenu de la diversité des zones rurales, il peut être difficile d'étendre ces résultats à d'autres régions, au Maroc ou ailleurs. Pour résoudre ce problème, les comparaisons avec les entrepreneurs et leurs entreprises dans d'autres zones rurales seront entreprises pour faire ressortir les ressemblances et les différences. La conclusion fournit des recommandations pour l'extension de cette recherche à un contexte géographique plus vaste pour combler cette lacune.

Comme il sera indiqué plus loin dans le chapitre sur la méthodologie, il y a plusieurs critères qui ont été utilisés pour définir la population visée et l'échantillon résultant. Tout d'abord, les entreprises de l'échantillon doivent être situées dans des communautés d'au moins une heure de route d'une grande région urbaine d'au moins 10 000 habitants. Une heure de route est généralement considérée comme la limite pour un transport facile (Reimer⁴², 2004). Bien qu'il existe des zones rurales proches des zones urbaines, nous nous concentrons sur les défis potentiels qui découlent d'un éloignement géographique par rapport aux grands centres urbains.

⁴² Reimer, O. (2004) *Explorer la diversité dans les régions rurales du Maroc, de l'État du Mississippi (Mississippi)* : Centre de Développement Rural du Sud.

En deuxième lieu, l'étude réalisée s'intéressera à l'ensemble des défis et des réponses à ces défis petites que confrontent les entreprises telles qu'elles sont définies par le nombre d'employés. L'échantillon des entreprises doit avoir moins de 5 employés à temps plein, et c'est le cas. La conclusion fournit des recommandations qui suggèrent une gamme de réponses différentes étant donné le potentiel de croissance et de rentabilité de l'entreprise.

Les propriétaires et leurs entreprises doivent être sélectionnés sur la base du critère de réussite. Il est inutile de filtrer les entreprises sur la base des revenus et/ou de profits. Une partie de cette recherche porte sur ce que les entrepreneurs continuent à fonctionner malgré les difficultés auxquelles ils font face dans ces régions rurales et relativement défavorisées. En conséquence, les entrepreneurs sont invités à définir le succès en leurs termes. La majorité de l'échantillon des entreprises sont encore en activité, ce qui signifie qu'ils ont trouvé des méthodes pour relever leurs défis.

Enfin, la méthodologie de recherche utilisée est celle des études de cas avec des entretiens en profondeur, comme cela est décrit au chapitre III. Bien que cette méthodologie permette l'exploration détaillée des opportunités et des défis auxquels les entrepreneurs sont confrontés et les méthodes qu'ils utilisent pour les résoudre, elle limite la taille globale de l'échantillon. Le dernier chapitre présente de nouvelles pistes de recherche pour améliorer la taille de l'échantillon afin de pouvoir prétendre à une possible généralisation des résultats à d'autres régions rurales du Maroc.

Architecture de la recherche

La thèse prend la structure suivante :

Le chapitre I propose une revue de littérature particulièrement portant sur les caractéristiques des entrepreneurs, leurs entreprises rurales et les types de défis auxquels ils sont confrontés. Les entreprises rurales ont tendance à être petites et axées sur les services. Souvent, les entrepreneurs démarrent leurs entreprises pour gagner un revenu, pour profiter d'une occasion, ou les deux à la fois, ils sont également motivés par la qualité de vie qui est relative aux zones rurales.

Ce même chapitre présente également un examen de la littérature académique sur la définition du terme " rural " et propose une définition pour cette étude. Comme déjà expliqué, il y a des défis associés à la définition du terme pour plusieurs raisons. Nous comptons trois définitions. Cette recherche s'appuie sur une définition géographique avec une poursuite de l'examen de l'accessibilité aux grands centres urbains.

La recherche suggère qu'il y a cinq types de défis auxquels font face les entreprises en milieu rural. Ces défis comprennent ceux qui découlent de l'emplacement rural en fonction de la distance des zones urbaines, les défis associés à l'accès au marché « intérieur et au-delà de la communauté rurale », les défis qui résultent des insuffisances dans les services sociaux et l'infrastructure, les défis relatifs au travail et à la capacité d'attirer et de retenir les plus compétents, et enfin, les défis qui découlent de la communauté elle-même en termes de soutien à l'entrepreneur et à son entreprise.

Dans le chapitre II, la détection des lacunes et critiques figurant dans les recherches existantes sur les entreprises en milieu rural. Premièrement, la plupart des défis sont pris à partir d'une perspective urbaine qui peut ne pas refléter la réalité des propriétaires d'entreprise en milieu rural. Deuxièmement, plusieurs études sur les entreprises rurales se sont concentrées au niveau de la communauté et suggèrent des façons de faire de la communauté d'entreprise avec peu de considération de l'initiateur de l'entreprise. Troisièmement, étant donné la diversité dans les zones rurales, il y a un besoin de recherche spécifique pour chaque site. À ce jour, il y a relativement peu de recherches sur les entreprises en milieu rural au Maroc, un pays avec de nombreuses collectivités rurales. Quatrièmement, cette étude porte sur un type d'entreprises souvent ignorées dans la recherche parce qu'elles sont marginalisées à cause de leur faible potentiel de croissance.

Enfin, un grand nombre de recherches sont intéressés aux enquêtes réalisées auprès de grands échantillons. Ces études fournissent des informations importantes, mais peu précises à chaque propriétaire d'entreprise et leurs réponses aux défis. La méthodologie de recherche est délibérément choisie pour traiter cette question.

Le chapitre III donne un aperçu de la situation géographique de Fès-Meknès, la géographie, la population, l'activité économique et l'infrastructure disponible. Cette région a toujours compté sur les ressources naturelles. Cependant, cette base économique se est érodée, laissant les individus et les collectivités à la recherche de solutions de rechange pour soutenir les résidents et la communauté elle-même.

Le chapitre III décrit aussi la méthodologie de recherche par un examen de l'approche de recherche, de la population et de l'échantillonnage, la collecte et l'analyse des méthodes et problèmes de validité de la recherche. Cette étude utilise une approche inductive avec des études de cas, des entretiens en profondeur.

Le chapitre IV quant à lui:

- Fournis des descriptions de cas, des entrepreneurs et de leurs entreprises, des collectivités rurales ainsi que des comparaisons entre ces études de cas et avec les autres entreprises rurales. Il y a plusieurs caractéristiques communes parmi l'échantillon. Les entreprises ont tendance à être petites et divisées entre les services et la fabrication de niche.
- Examine les motivations et les défis rencontrés par les propriétaires et leurs entreprises et la façon dont ils y répondent.
- Propose un cadre conceptuel en fournissant plus d'appui théorique pour les quatre ressources utilisées par les propriétaires d'entreprises rurales pour relever leurs défis.
- présente les conclusions, les contributions à la théorie sur les petites entreprises rurales

Chapitre 1: Revue de littérature

Introduction

La conceptualisation de l'entrepreneuriat n'est pas une chose aisée. Le concept est éclaté et ses multiples composantes sont analysées par les économistes, les sociologues, les historiens, les psychologues, les spécialistes du comportement et les spécialistes des sciences de gestion.

L'entrepreneuriat a été successivement défini dans le cadre de approches privilégiant les résultats de l'action entrepreneuriale, les caractéristiques de l'individu agissant en tant que entrepreneur et enfin le processus et les stratégies conduisant au comportement entrepreneurial.

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe et multidimensionnel. À partir de ce constat, il est judicieux de faire une revue de littérature assez exhaustive pour pouvoir cerner le phénomène.

Dans ce chapitre, nous présentons dans un premier temps les différentes approches du concept d'entrepreneuriat. Selon Fayolle⁴³ (2002), les recherches sur l'entrepreneuriat se résument en trois approches fondamentales: l'approche fonctionnelle, l'approche sur les individus (approche comportementale) et l'approche par les processus (voir tableau n°1).

⁴³ FAYOLLE, Alain. 2002. « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche ». 6e Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC - Montréal. 23 p.

QUESTION PRINCIPALE	WHAT (APPROCHE FONCTIONNELLE)	WHO / WHY (APPROCHE SUR LES INDIVIDUS)	HOW (APPROCHE SUR LES PROCESSUS)
ÉCHELLE DU TEMPS	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
DOMAINE SCIENTIFIQUE PRINCIPAL	Économie	Psychologie, Sociologie Psychologie cognitive Anthropologie sociale	Science de gestion Science de l'action Théories des organisations
OBJET D'ÉTUDE	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles. Traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
PARADIGME DOMINANT	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme Positivisme
MÉTHODOLOGIE	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative Quantitative
HYPOTHÈSE DE BASE	L'entrepreneur joue / ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
LIEN AVEC LA DEMANDE SOCIALE (QUI EST INTÉRESSÉ PAR ...)	État, collectivités territoriales Responsables Économiques	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateurs	Entreprises, Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Éducateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : Fayolle (2002 : 7)

Tableau 1: Une vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat

Ensuite, nous décrivons trois modèles d'émergence de l'entrepreneuriat : le modèle de Shapero⁴⁴ (1975), le modèle du « milieu incubateur de l'entrepreneuriat » de Prévost⁴⁵ (1993), et le modèle stratégique de l'entrepreneuriat de Hernandez (1999). Le modèle de Shapero (1975) et le modèle de Hernandez⁴⁶ (1999) sont axés sur les facteurs individuels et environnementaux qui influencent l'événement entrepreneurial. Ils renvoient ainsi à une approche processuelle de l'entrepreneuriat.

⁴⁴ SHAPERO, Albert. 1975. " The displaced, uncomfortable entrepreneur". Psychology Today, Vol. 9, N° 6, pp. 83-88 .

⁴⁵ PRÉVOST, Paul. 1993. Entrepreneurship et développement local : quand la population se prend en main, Québec : Trancontinentales inc. 200 p.

⁴⁶ HERNANDEZ, Émil e-Miche I. 1999. Le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat. Paris : L'Harmattan. 255 p.

L'approche processuelle analyse les facteurs individuels et environnementaux qui influencent l'esprit d'entreprise, donc l'individu. De ce fait, selon une approche multidisciplinaire (économique, sociologique, psychologique et managériale), les chercheurs étudient les facteurs de l'environnement qui influencent le potentiel de l'individu entrepreneur, mais également les capacités de ce dernier à reconnaître une opportunité d'affaires pour la transformer en projet d'entreprise. Les caractéristiques de la personnalité des entrepreneurs sont ici au centre des recherches.

Le modèle de Prévost (1993) est axé sur la prise en compte des initiatives locales selon une vision de développement territorial. Il n'est, de ce fait, pas axé sur l'individu, mais sur le territoire. Selon une approche territoriale, ce modèle fait ressortir deux axes majeurs selon lesquels les populations locales peuvent transformer leur territoire en un milieu incubateur de l'entrepreneuriat : la planification territoriale et la mise en place de structures organisationnelles.

I- L'entrepreneuriat : approches théoriques et modèles d'émergence

I.1. Les fondements théoriques du concept de l'entrepreneuriat

Le concept d'entrepreneuriat fait son apparition dans la littérature économique à travers les écrits de Richard Cantillon (Filion, 1997)⁴⁷. Cet auteur est le premier à avoir présenté le métier de l'entrepreneur et son rôle dans le développement économique. Say⁴⁸ (1972) va s'intéresser aux activités de l'entrepreneur qu'il définit comme un preneur de risque qui investit son propre argent et coordonne des ressources pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte (Fayolle, 2002). Les travaux, dans ce paradigme, envisagent l'entrepreneur dans une perspective avant tout libérale, sous l'angle rationnel de l'*homo economicus* (Julien et Schmitt, 2008)⁴⁹.

⁴⁷ FILION, L.J. Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue Internationale PME*, 1997, 129-172.

⁴⁸ Say, J.-B. (1972). *Traité d'économie politique*. Editions Calmann-Lévy, Paris, 571 pages

⁴⁹ Julien P.-A., et Schmitt C. (2008). Pour une vision renouvelée des pratiques de l'entrepreneuriat : de la vision libérale à la vision sociale de l'entrepreneuriat in C. Schmitt, *Evolutions des pratiques entrepreneuriales*. Sainte-

La seconde approche, à compter des années 1970, marque un tournant théorique dans l'histoire de l'entrepreneuriat. Elle voit émerger un courant de recherche fondé sur le behaviorisme. La question emblématique de ces recherches est "Qui est l'entrepreneur ? »

Enfin, au début des années 1990, l'orientation des travaux change complètement pour s'intéresser désormais aux actions de l'entrepreneur avec comme objectif principal de répondre à la question: "Que fait l'entrepreneur ?". Il ne s'agit plus de s'intéresser aux traits de l'entrepreneur, mais plutôt à son activité à travers notamment le processus entrepreneurial.

1.1.1. L'approche fonctionnelle / L'approche économique

Le premier quart du XX^e siècle a été consacré aux théorisations économiques concernant l'origine de la croissance économique à la suite des périodes de révolutions technologiques. Les économistes, sous l'impulsion de Schumpeter, ont appréhendé l'individu avec une rationalité totale dont les décisions et les actions qui en découlent conduisent à l'innovation. Cette notion de rationalité suppose prédiction, calcul et contrôle de tout ce qui entoure le résultat attendu et les actions spécifiques accomplies. L'action, selon ce point de vue, est donc le résultat de la différence entre les avantages escomptés et les coûts qu'elle entraîne pour l'individu. Par la suite, Simon (1957)⁵⁰ a proposé de remplacer la maximisation de la différence entre avantages et inconvénients par celle de satisfaction. Selon lui, à l'acteur omniscient doit se substituer un acteur ne disposant que d'une information imparfaite et donc doté d'une rationalité limitée.

En effet, on peut tout expliquer par la rationalité de autant plus que selon les termes de Bourdon⁵¹ (1998), si la rationalité explique le comportement par des raisons, elle serait inefficace dès lors que le comportement s'expliquerait par des causes.

Foy, Presses de l'Université du Québec, p.15-34.

⁵⁰ Simon, H.A. (1957). Administrative behavior. New York. Macmillan, 2nde édition.

⁵¹ Bourdon, J. (1998). A la recherche du public ou vers l'indice exterminateur?», Quaderni, vol.35, n° 35, 107-128.

1.1.1.1. Portée générale

L'approche fonctionnelle tente de répondre à la question « what ? » en rapport avec la préoccupation initiale au sujet de la croissance économique. Schumpeter, véritable père du champ d'études de l'entrepreneuriat, avec la publication de sa théorie de l'évolution économique, fait de l'entrepreneur une figure centrale du développement économique. Il le définit comme un agent du changement qui prend des risques pour innover notamment en réalisant de nouvelles combinaisons productives. Son travail démontre l'existence d'un lien entre l'entrepreneuriat et l'innovation. Selon la pensée Schumpetérienne, l'entreprise est comme une dynamique d'exécution de nouvelles combinaisons dont la réalisation se exprime dans ce qu'il appelle des exploitations (Verstraete et Fayolle, 2005)⁵². Ces nouvelles combinaisons correspondent aux cinq types d'innovation que nous connaissons actuellement : nouveaux objets de consommation, nouveaux marchés, nouvelles méthodes de production et de transport, nouveaux types d'organisation industrielle.

Le point de vue des économistes sur l'entrepreneuriat porte essentiellement sur les effets de l'entrepreneuriat et sur le rôle de l'entrepreneur dans le développement des systèmes économiques (Fayolle, 2002). Les travaux qui se sont développés tournent autour de trois paradigmes : l'opportunité d'affaires, l'innovation et la création de valeur.

1.1.1.2 Le paradigme de l'opportunité d'affaires

Plusieurs auteurs peuvent être associés à ce paradigme, mais Shane et Venkataraman sont les plus cités. Ils intègrent dans leur propos une approche processuelle.

⁵² Verstraete, T., et Fayolle, A. (2005). Paradigme et entrepreneuriat. Revue de l'Entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 33-51.

Selon eux, l'entrepreneuriat est le « processus par lequel des opportunités à créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées par des individus » (Shane et Venkataraman⁵³, 2000 ; Venkataraman⁵⁴, 1997). Cette définition fait apparaître trois étapes importantes dans l'émergence du phénomène entrepreneurial: la découverte, l'évaluation et l'exploitation de l'opportunité. Tout individu qui se veut entrepreneur doit donc pouvoir suivre ces différentes étapes.

D'un autre point de vue, l'entrepreneuriat n'existerait pas sans individu. Cependant, ceci reste tout de même abstrait, car les auteurs ne précisent pas comment les individus procèdent pour découvrir les opportunités, les moyens utilisés pour les évaluer, ni même la façon de les exploiter.

On remarque, en outre, que ces auteurs apportent une précision importante sur les opportunités appelant tout de même à un débat : « although recognition of entrepreneurial opportunities is a subjective process, the opportunities themselves are objective phenomena that are not known to all parties at all times ». Comment un processus subjectif peut-il contenir des aspects objectifs ? À quel moment et par qui les opportunités sont-elles découvertes ? Sans parvenir à trouver des réponses à ces interrogations à travers les écrits des auteurs, la question est alors de savoir ce qu'est une opportunité et comment on la découvre ?

Répondant à la première question, dans cette acception, ils avancent donc que les opportunités existent dans la nature en tant que telle, mais ne se laissent pas saisir facilement. Elles restent cependant accessibles par la recherche d'informations nécessaires conduisant à sa construction. En d'autres termes, la découverte de l'opportunité d'affaires se fait grâce au processus cognitif (traitement et interprétation des informations disponibles) utilisé par certains individus pour l'identifier. Par conséquent, il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître à travers les informations reçues pour se les approprier et les transformer en réalités économiques.

⁵³ Shane, S. et Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship is a field of research. *Academy of Management Review*, vol. 25, n°1, 217-226

⁵⁴ Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research : an editor's perspective. In J. Katz et R. Brockhaus (Eds), *Advances in entrepreneurship, firm, emergence and growth*. Vol. 3, 119-138, Greenwich, CT: JAI Press.

1.1.1.3 Le paradigme de l'innovation

Un des principaux partisans de cette perspective est Drucker pour qui l'innovation est la fonction spécifique de l'entrepreneuriat (Drucker, 1985)⁵⁵. Julien et Marchesnay⁵⁶ (1996) rejoignent ce dernier en affirmant que « l'innovation est le fondement de l'entrepreneuriat » (p.35). Ils apportent par la même occasion des précisions sur leur acception de l'innovation. Pour ces auteurs, l'innovation est de nature technologique ou de nature organisationnelle. Elle peut être radicale, systématique, sporadique ou globale. Les adeptes de ce postulat sont particulièrement les auteurs qui ont travaillé sur les entreprises technologiques.

Dans ce cadre, le concept d'innovation dépasse la seule mise sur le marché de produits ou de services innovants. Sa réalisation nécessite de l'entreprendre et l'entrepreneuriat serait alors une étape d'un processus plus large, un maillon de la chaîne de l'innovation. Ainsi vu, entreprendre c'est innover, innover c'est entreprendre.

1.1.1.4 Le paradigme de la création de valeur.

Le postulat de ce paradigme repose essentiellement sur les enjeux économiques et sociaux apportés par l'entrepreneuriat. En effet, ce dernier est souvent considéré comme créateur de richesse et d'emploi pour la nation. Depuis plusieurs années, le programme de recherche international « Global Entrepreneurship Monitor » (GEM) essaye d'établir des liens étroits entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique dans de nombreux pays. On peut ainsi dire que l'entrepreneuriat est créateur de valeur.

Au niveau des définitions qu'offre la littérature, celle de Rondstadt⁵⁷ (1984) illustre bien cette conception : « l'entrepreneuriat est le processus dynamique de création de richesses supplémentaires. Cette richesse est créée par les individus qui assument les risques majeurs en termes de santé, de temps et/ou de carrière qu'ils engagent pour fournir la valeur pour un certain produit ou un service.

⁵⁵ Drucker, P. (1985). *Entrepreneurship and innovation: practices and principles* ; NY : Harper Business.

⁵⁶ Julien, P-A. et Marchesnay, M. (1996). *L'entrepreneuriat*. Economica, Collection Gestion Poche.

⁵⁷ Ronstadt, R.C. (1984). *Entrepreneurship*. Lord Publishing, Dover

Le produit ou le service lui-même peut ou non être nouveau ou unique, mais la valeur doit en quelque sorte être injectée par l'entrepreneur en assurant la sûreté et l'affectation des ressources et compétences nécessaires »(p.28). Cette vision de l'entrepreneuriat se réduit au contexte économique au sein duquel le marché structure les échanges effectués entre acteurs par l'intermédiaire des prix.

Bruyat ⁵⁸(1993) s'inscrit dans cette même logique. Pour lui, l'entrepreneuriat s'ancre dans le dialogique individu/valeur. Le principe de la dialogique proposé par Morin⁵⁹(1989) signifie que deux ou plusieurs logiques sont liées en une unité de façon complexe sans que la dualité se perde dans l'unité. Cette dialogique s'inscrit dans une dynamique de changement où l'individu est à la fois acteur de la création de valeur dont il détermine les modalités et objet de la création de valeur qui, par l'intermédiaire de son support (projet, structure, etc.), le détermine et est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitude, etc.).

Verstraete (2003)⁶⁰ quant à lui perçoit, dans cette conception, des aspects complémentaires à ceux de la conception de l'entrepreneuriat comme création d'une organisation. L'entrepreneur crée son organisation et la valeur n'est créée que lorsque l'entrepreneur et son organisation apportent de la satisfaction, donc de la valeur dans son environnement. Si l'entrepreneuriat constitue un mécanisme de création de valeur, il n'en demeure pas moins que la création de valeur relève de pratiques qui ne se réfèrent pas toutes à l'entrepreneuriat. La valeur résultant de l'entrepreneuriat est nouvelle en ce sens qu'il y a, ou qu'il y aura, un changement plus ou moins intense dans l'environnement directement concerné par le processus correspondant (Verstraete et Fayolle, 2005). Le caractère novateur de cette approche est apporté par le concept de valeur. Dans une certaine mesure, la création de valeur est corollaire de l'innovation. Comme le souligne Bruyat (1993), l'innovation est un cas particulier de la création de valeur puisqu'il est difficile d'imaginer qu'il puisse y avoir innovation sans création de valeur.

⁵⁸ Bruyat, C. (1993). Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation. Thèse de doctorat en sciences de gestion, université Pierre Mendès France, Grenoble.

⁵⁹ Morin, E. (1989). Diriger dans la complexité. Colloque Entreprise et Progrès du 9 mars.

⁶⁰ Verstraete, T. (2003). Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat : $PhE = f [(C \times S \times P), (E \times O)]$. Editions de l'ADREG, décembre.

Ce mouvement de recherche est plus centré sur les conceptions économiques. Son apport reste indéniable sur le plan de la recherche : rigueur des raisonnements, vocabulaire précis, proposition de pistes fructueuses qui peuvent offrir leurs modélisations. Les recherches qui sont développées sont intéressées à l'analyse des aspects économiques de l'entrepreneuriat. En se centrant essentiellement sur l'entrepreneur, ce mouvement ignore le lien entre ce dernier et son environnement ainsi que les mécanismes nécessaires pour entreprendre. Quoiqu'important il ne renseigne guère sur le phénomène. De plus, les actions de l'être humain n'ont pas seulement des visées économiques.

I.1.2. L'approche centrée sur les individus

Plusieurs disciplines se penchent sur la question de l'entrepreneuriat centré sur l'individu. Les premières recherches, notamment en psychologie, se sont concentrées essentiellement sur le créateur et plus particulièrement, sur ses traits de personnalité. Ainsi, elles se sont focalisées sur le volet psychologique de l'individu, en essayant de répondre à différentes questions du genre:

- 1) Pourquoi dans des circonstances similaires certains individus décidaient-ils de lancer leurs propres entreprises alors que d'autres ne le faisaient pas?
- 2) Être entrepreneur relève-t-il de l'inné ou de l'acquis ? (Gartner, 1989)⁶¹.
- 3)

En observant les entreprises, Casson⁶² (1991) est arrivé à la conclusion selon laquelle tous les chefs d'entreprise ne sont pas nécessairement les créateurs de ces entreprises. C'est dans ces conditions que l'approche centrée sur les individus vise à produire des connaissances sur les compétences et les caractéristiques de l'entrepreneur.

⁶¹ Gartner, W.B., (1989). Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 14 (1), 27-38.

⁶² Casson, M. (1991). *The entrepreneur*. Towata, NJ: Barnes et Noble Books (traduction de Jeanblanc, P., Economica).

Les points à l'origine de multiples recherches sur les caractéristiques personnelles du créateur étaient : ses origines, sa formation, son sexe, etc. A partir de ces travaux, plusieurs traits et caractéristiques ont été attribués à l'entrepreneur par exemple du besoin d'accomplissement (Mc Clelland, 1965)⁶³, de l'internalité du lieu de contrôle (Brockhaus⁶⁴, 1982), de la tolérance à l'ambiguïté (Sexton et Bowman, 1986)⁶⁵, de la propension à la prise de risque (Begley et Boyd⁶⁶, 1987 ; Brockhaus, 1980), ou de la proactivité (Battistelli, 2001)⁶⁷.

Les recherches montrent effectivement une distinction entre les caractéristiques personnelles des entrepreneurs et les non-entrepreneurs. Ces résultats ont renforcé le débat, né il y a bien longtemps en psychologie, sur l'inné et l'acquis. Il s'agit d'un débat dont l'intitulé peut se formuler ainsi : existe-t-il un instinct entrepreneurial ? En d'autres termes, il s'agit de s'interroger sur la possibilité que les caractéristiques entrepreneuriales mises en évidence soient innées chez certains individus qui, dans ce cas, seraient des entrepreneurs types (Brockhaus, 1980)⁶⁸. Si certains ne sont pas loin de l'admettre (Cunningham et Lischeron, 1991)⁶⁹, ce choix ne fait pas l'unanimité au sein de la communauté scientifique.

⁶³ McClelland, D.C. (1965). Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 1, pp. 389-392.

⁶⁴ Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. In C. A. Kent, D. L. Sexton, et K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 39–57). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

⁶⁵ Sexton, D.L, et Bowman, N.B. (1986). Validation of a Personality Index: comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, manager and entrepreneurship student and business students, in R. Ronstadt, J.A. Hornaday, R. Peterson, et K.H. Vesper (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 40-51), Babson College, Wellesley, MA,

⁶⁶ Begley, T. M., et Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.

⁶⁷ Battistelli, A. (2001). *Il giovane e la scelta imprenditoriale*. Milano : Angelo Guerini e associati.

⁶⁸ Brockhaus, R. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*. 23(3):509-520.

⁶⁹ Cunningham, J.B., et Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, n°1, 45-61

Deux orientations émergent de ce débat : la première se réfère aux défenseurs de l'école des traits de personnalité dont l'ambition est de dresser un registre de caractéristiques différenciant les entrepreneurs des individus non entrepreneurs.

La seconde est celle défendue par les partisans des sciences du comportement pour qui la notion de registre de caractéristiques n'a pas de sens. Plusieurs travaux rapportent l'existence de différences autant entre les entrepreneurs qu'entre les entrepreneurs et les non-entrepreneurs (Gartner 1985)⁷⁰. En plus, en se référant à la littérature, il apparaît que plusieurs individus susceptibles de posséder la plupart de ces caractéristiques psychologiques n'ont jamais envisagé une carrière entrepreneuriale. De surcroît, cette approche n'est pas capable de prédire avec précision des choix à venir d'un individu en dépit de sa capacité à expliquer rétrospectivement le choix de carrière entrepreneuriale (Audet, 2001)⁷¹.

1.1.2.1 Portée générale

Les travaux sur les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur visent à produire des connaissances sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs comme leurs traits de personnalité, leurs motivations, leurs comportements, mais également leurs origines et leurs trajectoires sociales. Weber⁷² (1959) a ainsi mis en évidence l'importance du système de valeurs et leur rôle dans la légitimation et l'encouragement aux activités entrepreneuriales, condition sine qua non du développement capitaliste. De manière générale, les auteurs postulaient qu'il existe des traits innés, présents de manière significative chez les personnes qui entreprennent et qui s'impliquent dans une activité entrepreneuriale. Aujourd'hui, cette conception est largement dépassée, les travaux actuels tentent de décrire les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur, lesquelles contribuent à l'émergence des aspirations, des intentions et des actions entrepreneuriales.

⁷⁰ Gartner, W.B. (1985). A framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10, 696-706

⁷¹ Audet, J. (2001). Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaires québécois : seront-ils des entrepreneurs demain ? *Cahiers de Recherche de l'Institut de Recherche sur les PME*, CR-01-13, Université du Québec.

⁷² Weber M. (1959). *Le savant et le politique*. Paris : Plon (traduction de J. Freund, introduction de R. Aron).

C'est à partir des années quarante du siècle passé qu'un grand nombre de chercheurs ont essayé d'identifier les caractéristiques personnelles des entrepreneurs en dressant un profil et, par la suite, de les étendre à d'autres caractéristiques personnelles telles que la motivation et les attitudes.

Pendant une trentaine d'années, les recherches se sont focalisées sur les caractéristiques personnelles en utilisant majoritairement les tests de personnalité tels que : le Thematic Apperception Test (TAT), Myers-Briggs Type Indicator (MBTI), le Jackson Personality Inventory (IPI), l'Edwards Personal Preference Schedule (EPPS) et le Honey and Mumford Measure of Learning Styles (HMMLS) pour explorer les caractéristiques personnelles entrepreneuriales.

L'analyse des résultats de ces tests a fait émerger les caractéristiques suivantes : un besoin élevé de réalisation, d'autonomie, de changement, de dominance ; un faible besoin de soumission, d'affiliation, d'ordre ; un bon niveau de propension au risque, d'énergie, d'habileté sociale, de prédilection pour l'apprentissage à travers l'action et la pratique, de prédilection pour la pensée et l'intuition. D'autres études combinant résultats des tests et comportement ont révélé : le besoin de réalisation, le locus de contrôle, la tendance à la créativité et la propension modérée au risque comme caractéristiques entrepreneuriales significatives.

À partir des années quatre-vingt, les chercheurs s'intéressent à une gamme plus vaste de caractéristiques personnelles. Toutefois l'hétérogénéité des résultats indique qu'il n'existe pas de consensus théorique en ce qui concerne les dispositions fondamentales des entrepreneurs. En outre, un nombre certain de revues rapportent des inconsistances et des contrastes empiriques évidents en ce qui concerne la relation entre les caractéristiques personnelles et l'entrepreneuriat. Pour faire suite aux nombreuses critiques avancées entre la fin des années quatre-vingt et le début des années quatre-vingt-dix, l'attention des chercheurs s'est orientée vers la recherche de groupes de facteurs et de dimensions fournissant une meilleure explication du comportement entrepreneurial complexe (Battistelli, 2001). Parmi les caractéristiques personnelles déterminant le succès : la proactivité, l'initiative personnelle, l'innovation, la self-efficacy et l'intuition.

Ces dernières années, les aspects cognitifs sont de plus en plus considérés par la communauté scientifique comme critères essentiels dans l'explication et la compréhension du fonctionnement des organisations.

En entrepreneuriat, cette approche dite cognitive tente de comprendre comment les perceptions, les styles de décisions et les intentions affectent le comportement des entrepreneurs. Lorsque les chercheurs en entrepreneuriat emploient le terme « cognitif », c'est pour désigner une « structure mentale » guidant l'entrepreneur dans son appréhension de la réalité (Degeorge, 2009)⁷³. L'entrepreneur est vu comme quelqu'un qui raisonne, qui calcule, évalue les moyens à mobiliser et à mettre en œuvre pour atteindre une fin. C'est cette démarche consciente qui expliquerait son action et, en particulier, ses comportements professionnels.

Plus récemment, Bernard⁷⁴ (2008) se focalise sur le concept de résilience entrepreneuriale pour répondre à la question du pourquoi entreprendre. L'auteur part de sa pratique professionnelle auprès de ses créateurs pour découvrir d'autres aspects déclencheurs de l'acte entrepreneurial. Elle s'appuie sur les conceptions développées précédemment pour asseoir son cadre théorique. Partant du concept de résilience qui exprime une dimension propre à la personnalité d'un individu et aussi au processus même de reconstruction de soi, elle définit l'acte d'entreprendre comme le fait de se prouver à soi-même que l'on est créateur d'initiatives, de démarches, de choix, d'objectifs, de décisions clefs.

C'est également se créer des opportunités de victoire sur soi pour se donner un nouveau cap dans sa vie professionnelle et personnelle. De nos jours, la création d'entreprises est présentée, avec insistance, par nombre de décideurs, dans les domaines de l'économie et de la politique, comme une réponse au problème du chômage et donc, dans une certaine mesure, de la précarité (Rapiau, 2010)⁷⁵.

⁷³ Degeorge, M. (2009). Le processus entrepreneurial: rôle de l'émotion et de l'intuition. Paper presented at the VIème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Entreprendre et innover dans une économie de la connaissance, Nice Sophia Antipolis 19-21 Novembre.

⁷⁴ Bernard, M.J. (2008). L'entrepreneuriat comme un processus de résilience. Les bases d'un dialogue entre deux concepts. *Revue internationale de Psychosociologie*, Vol.14, n° 32, pp.

⁷⁵ Rapiau, M.T. (2010). Entrepreneuriat et formes d'emploi...Points de repère. *Revue Pour*, n° 204, pp. 63-69.

Le paradigme de la résilience souscrit dans cette perspective : l'individu fait d'une situation de licenciement ou de chômage un moyen pour rebondir sur le marché de l'emploi à travers sa création d'entreprises.

Fayolle et Nakara (2010)⁷⁶ attirent cependant l'attention sur les types d'entrepreneuriat dérivant de ce type de situation : l'entrepreneuriat de nécessité ou de contrainte. Si l'entrepreneuriat peut être vu comme un processus de « désélection » ou de « réinclusion » des chômeurs (Brasseur, 2010)⁷⁷, comme une réponse au destin (Glee, 2010)⁷⁸, il ne demeure pas moins que tous les demandeurs d'emploi, tous les « exclus » de la société n'ont pas toujours l'envie d'entreprendre, ni les ressources, au sens large, pour réussir dans cette voie. Bien qu'on soit encore aux balbutiements de cette conception, elle a l'avantage de poser un regard nouveau sur le processus entrepreneurial.

1.1.2.2 Les caractéristiques personnelles couramment étudiées

Selon Lewin⁷⁹ (1935), le comportement est la conséquence de l'interaction entre l'environnement et la personnalité. Cette hypothèse permet d'étudier et de comprendre le rôle de chaque facteur dans cette interaction. L'objectif de cette section est de préciser l'influence des caractéristiques individuelles dans l'élaboration d'une intention entrepreneuriale et du comportement de création d'entreprises pour comprendre comment ces caractéristiques personnelles orientent l'intention et le comportement de création d'entreprises. Les caractéristiques personnelles sont d'abord abordées selon la nature de leurs effets sur l'intention comportementale (entrepreneuriale) et l'autorégulation des comportements.

⁷⁶ Fayolle, A., et Nakara, W. (2010). Création par nécessité et précarité: la face cachée de l'entrepreneuriat. Centre d'Etudes et de Recherche Appliquée à la Gestion, Cahier de recherche n°8-E4

⁷⁷ Brasseur, M. (2010). Entrepreneuriat et insertion. Bruxelles : Bruylant.

⁷⁸ Glee, C. (2010). La création d'entreprise comme réponse au destin, in, Brasseur, M.(Coordinatrice), Entrepreneuriat et insertion. Bruxelles : Bruylant, 179-196.

⁷⁹ Lewin, K. (1935). A dynamic theory of personality. New York: McGraw - Hill.

Les opinions et les attitudes

Parmi les facteurs permettant d'identifier les déterminants des choix vocationnels, ce sont les intérêts professionnels, les attitudes et les opinions sur le travail qui occupent une large place.

Pour Botteman⁸⁰ (2000), les intérêts professionnels se réfèrent à des activités préférées dans lesquelles la personne se projette en fonction de ses représentations (de soi et du métier). La définition de Botteman souligne la primauté de la notion de préférence qui suppose un choix, une décision. Choisir c'est fixer des critères de choix, émettre des opinions et afficher une attitude par rapport à l'objet du choix. Ces composantes de la personnalité fournissent à des niveaux différents des informations complémentaires sur la relation que maintient la personne avec cet objet, en l'occurrence, le métier.

Selon Le Robert le terme opinion vient du latin « opinio, de opinari » qui a donné le mot opiner. Ce qui représente une manière de penser, de juger. C'est également une idée, ou ensemble d'idées que l'on a dans un domaine déterminé. Depuis son apparition le concept couvre un très large spectre de signifiés dans le langage français (attitude, croyance) contrairement au langage anglais où le terme est uniforme (belief). Dans la littérature scientifique, on trouve d'ailleurs peu de travaux théoriques sur le concept. Parmi les définitions rapportées, le concept d'opinion est rattaché à celui d'attitude. Battistelli (2001) par exemple indique que les opinions ou croyances sont des informations, des connaissances, des convictions relatives à un objet d'attitude. Gasse⁸¹ (2008) fait le lien entre opinion, intention et action. Selon lui, les opinions sont influencées par les perceptions. Ce sont des prises de position conscientes ou non par rapport à des situations hypothétiques ou réelles. Si elles ne déclenchent pas en soi les intentions ou les actions, elles influenceront leur orientation et leur déroulement.

⁸⁰ Botteman, A. (2000). Les inventaires d'intérêts professionnels. In Bernaud, J.L., et Lemoine, C. (éd.), *Traité de psychologie du travail et des organisations*. Paris : Dunod.

⁸¹ Gasse, Y. (2008). Conditions et influences majeures dans l'intention et le choix entrepreneurial. In : Pettersen N., Boudrias, J.B. et Savoie, A. (Eds), *Entre tradition et innovation, comment transformons-nous l'univers du travail ?* Québec, Presses de l'université de Québec

Pour comprendre alors ce que est l'opinion, il apparaît indispensable de définir et de comprendre ce que est l'attitude. La question du comportement se pose à chaque individu et sa compréhension nécessite également la compréhension de son système cognitif et des représentations qui lui sont sous-jacentes.

Dans cette perspective, l'opinion n'est plus seulement considérée comme manière de penser ; elle représente une variable attitudinale permettant d'influencer le fonctionnement de l'individu (Katz, 1960)⁸². En effet, selon Katz (1960), l'attitude peut se manifester de façon verbale, c'est-à-dire sous forme d'opinion, ou de façon non verbale, sous forme comportementale. Pour Thurstone⁸³ (1928), l'opinion symbolise une attitude. C'est la position à laquelle un sujet accorde son adhésion totale. Ces définitions font comprendre que l'opinion est une composante de l'attitude. Par conséquent, elles ne peuvent être dissociées dans la mesure où l'attitude n'est opérationnalisée qu'à travers les croyances et/ou les opinions. Cependant, Fishbein⁸⁴ (1967) indique que en mesurant les opinions, on n'arrive pas nécessairement à mesurer les attitudes qui sont à la base de ces opinions. Pour ce dernier, il ne devrait pas y avoir d'algames entre les deux notions.

Les attitudes d'un individu ont des antécédents et engendrent des manifestations comportementales. Les antécédents constituent la composante cognitive d'une attitude, c'est-à-dire les croyances, les opinions, les connaissances et les informations que possède un individu. Les opinions sont les idées qu'on entretient sur une personne, un objet ou une situation ainsi que les conclusions auxquelles elles mènent; elles correspondent à la représentation que l'individu se fait de cette personne, de cet objet ou de cette situation. Elles peuvent être fondées ou non et reposent sur des valeurs. Ainsi, l'opinion détermine l'attitude envers une personne, un objet ou une situation tandis que la composante affective d'une attitude correspond au sentiment particulier qu'éprouve l'individu à l'égard de quelqu'un ou de quelque chose.

⁸² Katz, D. (1960). The functional approach to study of attitudes. In public opinion quarterly, vol.24, 168.

⁸³ Thurstone, L.L. (1928). Attitudes can be measured. American Journal of Sociology, vol.33, n°4, 529-554.

⁸⁴ Fishbein, M. (1967). Attitude and the prediction of behavior. In M. Fishbein (Ed.), Readings in attitude theory and measurement (pp. 477-492). New York: Wiley.

De la même manière, Ajzen⁸⁵ (1991 ; 2001) définit l'attitude comme l'évaluation d'un objet c'est-à-dire le degré d'attraction ou de répulsion qu'un individu a envers un objet ou un comportement.

Selon la théorie de l'attente-valeur, cette évaluation se produit spontanément et inévitablement lorsque nous formons des opinions ou croyances sur un objet. Les opinions seraient, selon cette conception, les déterminants de l'attitude. Bargh et Chartrand (1999)⁸⁶ n'adhèrent pas à cette proposition. Selon eux, l'activation automatique de l'attitude se produit même en l'absence d'un but explicite. Toutefois, chaque opinion est associée à l'objet avec un attribut, et l'attitude globale d'une personne envers l'objet est déterminée par les valeurs subjectives des attributs de l'objet en interaction avec la force de leur association (Ajzen, 2001)⁸⁷. C'est l'attitude en soi, par exemple, «je n'aime pas le métier d'entrepreneur». Ce sentiment détermine à son tour une intention de comportement : «je travaillerai dans l'administration territoriale», c'est la composante comportementale d'une attitude.

Dès les premières recherches sur le concept de « attitude », les chercheurs ont admis que le comportement est guidé par les attitudes (Ajzen et Fishbein, 2005)⁸⁸. Il s'agit donc d'une composante personnelle qui prépare l'individu à l'action. Selon ces auteurs, l'attitude est une évaluation affective (favorable-défavorable) qui amènerait l'individu à agir d'une façon donnée à travers tel ou tel comportement. Cependant la relation entre attitude et comportement n'est pas automatique. Trafimow et Finlay (1996)⁸⁹, Sheeran, Norman et Orbell (1999)⁹⁰ ont montré que le contrôle par l'attitude versus normatif de l'intention, est fonction non seulement du type de comportement

⁸⁵ Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

⁸⁶ Bargh, J. A., et Chartrand, T. L. (1999). The unbearable automaticity of being. *American Psychologist*, 54, 462-479.

⁸⁷ Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitude. *Annual Review of Psychology*, 52, 27-58.

⁸⁸ Ajzen, I., et Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B.T. Johnson et M.P. Zanna (Eds). *The handbook of attitudes* (pp. 173-221). Lawrence Erlbaum Associates, London.

⁸⁹ Trafimow, D., et Finlay, K. (1996). The importance of subjective norms for a minority of people. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 820-828.

⁹⁰ Sheeran, P., et Orbell, S. (1999). Implementation intentions and repeated behaviour: augmenting the predictive validity of the theory of planned behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 29, 349-369

(privé versus public), mais aussi du type de personne (contrôle attitudinal versus normatif indépendamment du type de comportement). Une intention contrôlée par l'attitude prédit mieux le comportement qu'une intention normativement contrôlée.

Shane et Venkataran (2003) nous enseignent que le comportement entrepreneurial est un comportement autodéterminé c'est-à-dire un comportement provoqué par la personne elle-même par opposition à un comportement causé par autrui ou par quelque chose d'autre. Les personnes autodéterminées sont des personnes qui provoquent des résultats ou qui agissent sur le cours des choses qui arrivent dans leur vie. Elles agissent de façon volontaire (selon leur propre volonté, préférences, choix et intérêts) plutôt que d'être contraintes ou forcées d'agir d'une manière déterminée par autrui ou par les circonstances. Les personnes autodéterminées agissent de manière intentionnelle et résolue afin d'atteindre leurs objectifs de vie. Les caractéristiques les plus significatives du comportement autodéterminé sont l'autonomie et l'autorégulation. Plus précisément, l'intention fondée sur les attitudes dérive des croyances (opinions) personnelles, alors que l'intention fondée sur la norme subjective dérive de la probabilité d'obtenir des récompenses ou punitions des personnes importantes pour l'individu.

Selon la théorie de l'autodétermination (Deci et Ryan, 1991)⁹¹, les intentions contrôlées par l'attitude ont un locus de contrôle interne (elles sont expérimentées comme choisies par la personne elle-même ou intention autonome (Sheeran, 2002)⁹² et seraient associées à une forte probabilité de se matérialiser. L'attitude débouche sur une intention comportementale, qui peut ou non se concrétiser, selon les circonstances. Généralement, plus les attitudes et les comportements sont particuliers, plus la relation entre les deux sera étroite (Ajzen, 1996)⁹³.

⁹¹ Deci, E. L., et Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), Nebraska Symposium on Motivation: Perspectives on motivation, Vol. 38 (pp. 237-288). Lincoln, NE: University of Nebraska Press

⁹² Sheeran, P. (2002). Intention-behavior relations: a conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12:1, 1-36.

⁹³ Ajzen, I. (1996). The direct influence of attitudes on behavior. In P. M. Gollwitzer et J.A. Bargh (Eds.). *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior* (pp. 385-403). New York: Guilford.

Opinions > Attitudes > Intention > Comportement

Les théories du comportement planifié et de l'action raisonnée sont des exemples de modèles théoriques centrés sur les variables attitudinales comme déterminants de l'intention et du comportement.

Selon la théorie du comportement planifié, les gens agissent conformément à leurs intentions et aux perceptions de contrôle sur le comportement ; tandis que les intentions sont influencées par l'attitude envers le comportement, la norme subjective et la perception de contrôle du comportement (Ajzen , 1991 ; Ajzen, 2001 ; Ajzen et Fishbein, 2005). Les fondements cognitifs de ces facteurs sont compatibles avec les propositions de la théorie de l'attente-valeur. L'application de ces théories aux comportements inclut l'utilisation de préservatif (De Witt, Stroebe, Vroome, Standfort et Van Griensven, 2000)⁹⁴, le choix de carrière (Vincent, Peplau et Hill 1998)⁹⁵, la recherche d'emploi (Van Hooft, Born, Taris, Van der Flier et Blonk, 2005)⁹⁶, les habitudes de nutrition (Verhiac, Bonnet et Ranuci, 2006 ; Verplanken et Faes, 1999) et l'intention entrepreneuriale (Krueger et Brazeal, 1994⁹⁷ ; Tounès⁹⁸, 2003).

⁹⁴ De Witt, J.B.F., Stroebe, W., de Vroome, E.M.M., Sandfort, T.G.M., et van Griensven, G. J.P. (2000). Understanding AIDS preventive behavior in homosexual men: the theory of planned behavior and the information-motivation behavioral-skills model prospectively compared. *Psychology and Health*, 15 (3), 325-340.

⁹⁵ Vincent, P.C., Peplau, L.A., et Hill, C.T. (1998). A longitudinal application of the theory of reasoned action to women's career behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 761-78

⁹⁶ Van Hooft, E.A.J., Born, M.P., Taris, T.W., Van der Flier, H., et Blonk, R.W.B. (2005). Bridging the gap between intentions and behaviour: Implementation intentions, action control, and procrastination. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 238-256.

⁹⁷ Krueger, N. F. et Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, pp. 91-104.

⁹⁸ Tounès, A. (2003). L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE. Unpublished doctoral dissertation, Université de Rouen.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat plusieurs travaux (Kolvereid⁹⁹, 1996 ; Krueger, Reilly et Carsrud 2000¹⁰⁰; Battistelli, 2001), ont fait émerger l'importance des opinions et des attitudes envers le travail autonome versus travail dépendant dans la formation d'un projet professionnel entrepreneurial auprès de étudiants. Battistelli (2001) a pu montrer que les étudiants jugent le travail autonome comme difficile, incertain, complexe, relativement satisfaisant, intéressant, prestigieux, varié et désirable.

Le travail dépendant est plutôt jugé prévisible, rigide, sans prestige, passif, mais aussi très satisfaisant. Elle établit que les jeunes qui croient que l'entrepreneur est une personne compétente et engagée travaillant avec persévérance sont aussi ceux qui expriment une préférence pour l'entrepreneuriat. Ceux qui considèrent l'activité entrepreneuriale comme un travail dur et risqué préfèrent l'emploi dépendant.

L'initiative personnelle

Une des formes de comportement proactif est l'initiative personnelle qui se définit comme « un syndrome comportemental chez un individu qui a une approche active du travail et persévère pour surmonter les obstacles et les contretemps » (Frese¹⁰¹, 2007 ; Fay et Frese¹⁰², 2001, p.97). Selon Hisrich (1990)¹⁰³, elle est liée indirectement à de nouveaux concepts (mais non confondue) en relation avec l'efficacité organisationnelle tels que l'entrepreneuriat/l'intrapreneuriat, le comportement de citoyenneté organisationnelle (Organ, 1988)¹⁰⁴, la motivation intrinsèque, la performance au travail et l'autorégulation (Fay et Frese, 2001).

⁹⁹ Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 21 (1), 47-57

¹⁰⁰ Krueger, N.F., Reilly, M.D. et Carsrud, A.L. (2000). « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, vol. 15, 411-432.

¹⁰¹ Frese, M. (2007). The psychological actions and entrepreneurial success: an action theory approach, in Baum, J.R., Frese, M., et Baron, R.A. *The psychology of entrepreneurship*. Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum.

¹⁰² Fay, D. et Frese, M. (2001). The concept of personal initiative: an overview of validity studies. *Human Performance*, 14(1), 97-124

¹⁰³ Hisrich, R.D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist*, February, 209-222

¹⁰⁴ Organ, D.W. (1988). *Organizational citizen behavior: the good soldier syndrome*. Lexington, MA Lexington.

L'initiative personnelle est un comportement caractérisé par l'autonomie, la proactivité et la persistance face à l'adversité. Elle s'inscrit de ce fait dans l'approche théorique de l'action (Frese et Sabini, 1985)¹⁰⁵. L'autonomie (self-starting) implique que le comportement soit régi par des objectifs autodéterminés. La proactivité signifie que l'individu doit avoir une vision de son objectif à long terme et savoir anticiper le cours des choses. La persistance est souvent nécessaire étant donné que l'initiative personnelle implique qu'un processus, une procédure ou une tâche soit ajoutée ou modifiée et ses changements incluent des contretemps et des difficultés.

L'autonomie de la fixation des objectifs est liée à la persistance face aux difficultés ; la capacité à surmonter les difficultés contribue à l'autonomie, qui à son tour, implique un degré de proactivité élevé. Et enfin, un niveau de proactivité élevé est lié à l'autonomie (Frese, Fay, Hilburger, Long, et Tag, 1997)¹⁰⁶. Il y a donc un effet de production mutuelle des trois aspects de l'initiative personnelle. Selon la perspective théorique de l'action, l'initiative est opposée à l'hésitation. Dans cette direction, Kuhl (1992)¹⁰⁷ suggère que les personnes diffèrent dans leur capacité à enclencher des actions ou à transformer leurs intentions en action.

Il distingue ainsi deux catégories d'individus : les personnes « orientées vers l'action (action-orientation) » et les personnes « orientées vers l'état « state-orientation ». La première catégorie désigne les individus qui agissent de façon dynamique sur les événements. Ces individus ont une grande capacité de prise d'initiative. Tandis que la seconde se réfère aux individus qui sont fortement hésitants au sens où ils reflètent l'inertie de l'action ; c'est-à-dire qu'ils ont des difficultés à enclencher des activités. Si les personnes « orientées vers l'action » agissent de façon active sur les choses cela signifie qu'elles font également preuve d'initiative personnelle.

¹⁰⁵ Frese, M., et Sabini, J. (1985). Goal directed behavior: The concept of action in psychology. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

¹⁰⁶ Frese, M., Fay, D., Hilburger, T., Leng, K., et Tag, A. (1997). The concept of personal initiative: operationalization, reliability and validity in two German samples. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70, 139-161.

¹⁰⁷ Kuhl, J. (1992). A theory of self-regulation: Action versus state orientation, selfdiscrimination, and some applications. *Applied Psychology: an International Review*, 41, 97-129.

Car, comme le déclare Battistelli (2001), pour que l'initiative se développe il est nécessaire que les personnes se fixent des objectifs à long terme et soient orientées vers l'action. Tenant compte de ces propositions, il apparaît primordial d'intégrer dans le modèle explicatif du comportement, les variables volitionnelles puisque l'initiative personnelle semble être une caractéristique de la volition. En effet, les travaux de Gollwitzer¹⁰⁸ (1996) et Kuhl (1985a)¹⁰⁹, soulignent que les capacités volitionnelles de contrôle de l'action comprennent la persistance face à l'adversité. Il en est ainsi de l'initiative personnelle.

1.1.2.3 Les modèles centrés sur les raisons de s'engager dans une activité :

Nous nous intéressons dans cette section aux travaux dont les questionnements portent sur les raisons des individus pour s'engager dans des activités pour exécuter un comportement. Bien que, dans la littérature, ces raisons soient regroupées autour d'une notion unique « la motivation », il est indispensable de considérer deux types d'approches :

- * Premièrement les travaux mettant l'accent sur les perceptions de l'individu quant à ses capacités d'exécuter le comportement
- * Deuxièmement les travaux qui mettent au centre de leurs analyses la construction du but et la perspective future.

a- Le sentiment de compétence et l'intention entrepreneuriale

Traditionnellement traduit en termes de sentiment d'auto-efficacité ou sentiment d'efficacité personnelle, le vocable « self-efficacy » est le concept clé de la théorie de Bandura (1991b)¹¹⁰ nommée théorie sociale cognitive.

¹⁰⁸ Gollwitzer, P. M. (1996). The volitional benefits of planning. In P. M. Gollwitzer et J. A. Bargh (Eds.), *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior* (pp. 287-312). New York: Guilford.

¹⁰⁹ Kuhl, J. (1985a). Volitional mediators of cognitive-behavior consistency: Self-regulatory processes and actions versus state orientation. In: J. Kuhl et J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior*. (pp. 101-128). Heidelberg, New York: SpringerVerlag.

¹¹⁰ Bandura., A. (1991b). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287.

Il désigne les croyances d'une personne à propos de ses capacités à exécuter une tâche ou plus spécifiquement d'adopter avec succès un comportement. Ensuite, les résultats de son action sur l'environnement vont en retour modifier ou altérer ses attentes. Bandura parle de déterminisme réciproque et de processus d'autorégulation du comportement (Bandura, 2003)¹¹¹. La croyance d'efficacité tient un rôle majeur dans l'autorégulation des comportements : elle guide les mécanismes cognitifs sous-jacents. Cette conception est très importante, car elle souligne l'importance des rétroactions de l'environnement dans la modulation de perception de contrôle de l'individu et donc des croyances d'efficacité ultérieures. Plus l'individu maîtrise des facteurs environnementaux, plus le sentiment d'efficacité augmente et facilite l'engagement de l'individu vers l'environnement.

Si la littérature des années quatre-vingt parle abondamment d'auto-efficacité personnelle, certains auteurs utilisent davantage l'expression croyance d'efficacité comme traduction du terme self-efficacy (Multon, Brown et Lent¹¹², 1991 ; Markman et Baron¹¹³, 2003). Selon Bandura, la croyance d'efficacité se construit en fonction de quatre sources d'informations : l'accomplissement personnel, l'expérience vicariante, la persuasion verbale et l'état physiologique.

L'accomplissement personnel exprime le fait que se réaliser dans sa vie active et affective influence la croyance en son efficacité. De même, l'observation chez les autres de la façon dont ils sont récompensés ou punis pour un comportement donné développe chez une personne des attentes relatives aux résultats de ses propres actions. Les suggestions et exhortations verbales augmentent temporairement les croyances d'efficacité.

¹¹¹ Bandura, A (2003). Auto-efficacité. Le sentiment d'efficacité personnelle. Bruxelles : De Boeck (traduction française par Lecomte J. de Self-efficacy: The exercise of control, New York, Freeman, 1997).

¹¹² Multon, K.D., Brown, S.D., et Lent, R.W. (1991). Relation of self-efficacy beliefs to academic outcomes : A meta-analytic investigation. *Journal of Counseling Psychology*, 38, pp. 30-38.

¹¹³ Markman, G.D., et Baron, R.A. (2003). Person-entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others? *Human Resource Management Review*, vol.13, 281-301.

L'individu doit, par la suite, fournir des efforts pour continuer à se stimuler soi-même (c'est la capacité volitionnelle de l'automotivation). Enfin, les indices physiologiques, tels que l'anxiété situationnelle, fournissent des informations sur les croyances d'efficacité pour un comportement donné. En fonction de celles-ci, l'individu évalue son degré d'efficacité dans la tâche, la situation ou le comportement (c'est la capacité volitionnelle de résistance à l'incertitude).

Dans le champ de l'orientation, les croyances d'efficacité jouent un rôle dans la fixation des buts, le choix d'une activité ou d'une profession, la volonté de déployer des efforts et la persistance dans l'activité choisie (Markman et Baron, 2003 ; Hackett¹¹⁴, 1996). Le niveau d'auto-efficacité détermine le niveau de motivation et la force à exercer dans les activités en vue d'atteindre un objectif. Elles représentent un construit motivationnel car, elles participent à l'engagement initial dans une activité, à la définition des buts, à l'effort fourni pour atteindre ces buts, et à la persistance devant les difficultés rencontrées pour réaliser un but (Zhao, Seibert et Hills, 2005)¹¹⁵. Ceci ne veut pas dire qu'elle est une prédicatrice directe du comportement même si, pour Bandura, elle est une bonne prédicatrice du comportement (Bandura, 2003). Il faut plutôt envisager une influence combinée de plusieurs variables. De nombreux auteurs (Bandura, 1997 ; Lent, Brown et Hackett, 1994¹¹⁶) ont montré la place déterminante de l'auto-efficacité perçue dans les efforts que l'individu est décidé à fournir pour adopter un comportement malgré les difficultés et les obstacles rencontrés. Cela semble aussi vrai pour l'entrepreneuriat. Dès lors, le choix de carrière entrepreneuriale dépend de la perception que l'individu a de ses capacités à mener à terme son projet et aussi à créer une entreprise avec succès.

L'impact de la croyance d'efficacité varie selon que l'individu est en cours d'acquisition de savoirs ou bien dans une phase d'usage des savoirs acquis pour résoudre une situation problématique.

¹¹⁴ Hackett, G. (1996). L'autoefficacia nella scelta della carriera e nella crescita professionale. In A. Bandura (a cura di). Il senso di autoefficacia. Trento: Erickson.

¹¹⁵ Zhao, H., Seibert, S.E. et Hills, G.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, vol. 90, n° 6, 1265-1272.

¹¹⁶ Lent, R. W., Brown, S. D., et Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45, 79-122.

Ceux qui se jugent dotés d'un haut degré de capacités spécifiques au cours d'une phase d'acquisition sont peu poussés à déployer beaucoup d'efforts dans les situations où ces capacités sont indispensables. C'est ce qu'on appelle le contrôle comportemental perçu. Krueger et al. (2000)¹¹⁷ font le rapprochement entre l'auto-efficacité de Bandura (1977)¹¹⁸ et le concept de contrôle comportemental d'Ajzen (1991). Ce dernier reflète la mesure dans laquelle l'exécution du comportement est facile ou difficile, mais aussi si, elle est sous le contrôle ou non de l'individu. Ce dernier aspect du contrôle comportemental, c'est-à-dire l'individu, fait dire à Ajzen (2002) que les deux concepts sont différents. Il avance que le contrôle comportemental perçu représente une structure hiérarchique et doit être mesuré sous deux angles distincts : les croyances relatives à la contrôlabilité du comportement et les croyances relatives à l'auto-efficacité.

Même si ces deux concepts sont liés à la notion de compétence, la première est en lien avec la compétence de maîtrise des facteurs environnementaux afin de produire les effets désirés tandis que la seconde renvoie à la compétence pour réaliser une tâche ou une action dans un contexte donné. L'auto-efficacité et le contrôle comportemental sont alors posés comme des variables indépendantes qui influencent directement les intentions et les comportements.

Dans la littérature entrepreneuriale, deux contributions importantes émergent : La première concerne le développement d'une mesure spécifique de croyance d'efficacité entrepreneuriale (De Noble, Jung et Ehrlich, 1999¹¹⁹ ; Mueller et Goic¹²⁰, 2003; McGeen, Peterson, Mueller et Sequeira¹²¹, 2009).

¹¹⁷ Krueger, N.F., Reilly, M.D. et Carsrud, A.L. (2000). « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, vol. 15, 411-432.

¹¹⁸ Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, vol.84, n°2, 191-215.

¹¹⁹ De Noble, A. F., Jung, D., et Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. In Reynolds, P. D. (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson University, Babson Park, MA.

¹²⁰ Mueller, S.L., et Goic, S. (2003). East-West differences in entrepreneurial self-efficacy: Implications for entrepreneurship education in transition

¹²¹ McGeen, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L. et Sequeira, J.M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.33, n°4, 965-988.

La seconde est le rôle de celle-ci dans la détermination de l'intention et des actions entrepreneuriales (Boyd et Vozikis¹²², 1994 ; Chen, Greene et Crick, 1998¹²³ ; Vitali¹²⁴, 2003 ; Zhao et al., (2005). Plus un individu aura une auto-efficacité entrepreneuriale élevée, plus il sera capable de faire face aux difficultés inhérentes à ce choix professionnel et la probabilité de concrétisation de cette intention est plus grande. Sans s'inscrire dans cette seconde perspective, Boyd et Vozikis (1994) proposent un modèle dans lequel un grand nombre de facteurs expliquent la force de la relation entre intention et comportement.

L'originalité du modèle repose sur l'introduction des croyances d'efficacité comme variable modératrice de la relation entre l'intention entrepreneuriale et la probabilité que cette intention se transforme en action. Ces auteurs ont fourni les preuves que la perception d'un individu, de ses capacités entrepreneuriales influence son intention, son comportement et ses actions entrepreneuriales. Toutefois, une attitude positive d'efficacité liée à la mise en œuvre d'un comportement ne conduit pas nécessairement à l'adoption du comportement considéré, d'autres phénomènes entrant alors en jeu, par exemple l'habileté réelle. Tout comme la croyance d'efficacité influe sur la formation de l'intention, un niveau de croyance d'efficacité élevé devrait également être considéré comme condition préalable à l'intention d'exécution. Les gens disposant d'un niveau élevé de croyance en leur efficacité acceptent facilement les défis, exécutent des stratégies cognitives complexes, persistent face aux difficultés, restent sereins devant les situations incertaines et stressantes (Bandura, 1997). Ces individus formeraient aisément des plans, des stratégies afin d'atteindre l'objectif fixé.

¹²² Boyd, N.G., et Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.18, n°4, 63-77.

¹²³ Chen, C.C., Greene, P.G. et Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-Efficacy distinguish entrepreneurs from managers. *Journal of Business Venturing*, vol.13, n°4, 295-316.

¹²⁴ Vitali, F. (2003). Intenzioni imprenditoriali e scelta professionale : il ruolo della auto-efficacia personale. *Risorsa Uomo : Rivista di Psicologia del Lavoro e dell'Organizzazione*, 9 (3/ 4).

Cependant, Chen et al. (1998)¹²⁵, font valoir que l'impact de l'auto-efficacité sur le succès entrepreneurial varie en fonction du stade ou de la phase du processus entrepreneurial. Plus précisément, le niveau d'auto-efficacité diffère que l'on soit en phase de réflexion sur la faisabilité de l'idée ou en phase de développement de l'entreprise.

b- La motivation à entreprendre

Si les croyances d'efficacité augmentent la motivation, comment celle-ci naît-elle et quel est son rôle dans la formation de l'intention entrepreneuriale ?

La compréhension des mobiles de l'action humaine a fait l'objet de nombreuses théories. Ces mobiles ou raisons se regroupent sous le substantif « motivation » dont le sens premier est, à partir du XVe siècle, « raison d'agir » notamment au plan psychologique. Elle se réfère tantôt à une force énergétique qui pousse à l'action, tantôt, dans un sens sélectif, à ce qui oriente l'action vers telle ou telle activité.

Dans tous les cas, la motivation vise à définir ce que serait le moteur des actions et comportements des individus. Au-delà des définitions plus ou moins consensuelles que l'on rencontre dans la littérature, les approches, aussi différentes les unes des autres, mettent clairement en évidence la difficulté d'observer directement la motivation d'une personne. Elle ne peut faire l'objet d'évaluation directe. Cependant, toutes s'accordent sur l'idée que le comportement est motivé par le désir d'atteindre un but précis (Bandura¹²⁶, 1986; Frese et Sabini, 1985), la volonté de produire une réponse cognitive, affective ou comportementale (Bargh, Gollwitzer et Oettingen, 2010¹²⁷), l'intention de faire quelque chose (Ajzen et Fishbein, 1969).

¹²⁵ Chen, C.C., Greene, P.G. et Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-Efficacy distinguish entrepreneurs from managers. *Journal of Business Venturing*, vol.13, n°4, 295-316.

¹²⁶ Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ

¹²⁷ Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., et Oettingen, G. (2010). Motivation. In S. Fiske, D. Gilbert et G. Lindzey (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (5th ed., pp. 268-316). New York: Wiley.

Après l'avènement du béhaviorisme, il est possible de distinguer une structure bidimensionnelle de la notion : « overmotivation et undermotivation » (Atkinson, 1964),¹²⁸ « choice motivation et control motivation » (Kuhl, 1985), « motivation intrinsèque et motivation extrinsèque » « motivation autonome et motivation contrôlée » (Déci et Ryan, 1985)¹²⁹. Au fil du temps, l'idée que le comportement n'est pas purement réactionnel aux stimuli de l'environnement s'est imposée laissant place à la distinction entre comportements générés par les facteurs environnementaux et comportements déterminés par une interaction entre les besoins, croyances, attentes et exigences extérieures.

Les pionniers, dans le domaine de la motivation entrepreneuriale, font ressortir une grande diversité de motivations chez les entrepreneurs. La plus fréquemment identifiée est la motivation pour la réussite (Mc Clelland, 1961¹³⁰ ; Fillion, 1997 ; Shane, Locke et Collins, 2003¹³¹).

Parmi les travaux qui ont investi le champ de la motivation entrepreneuriale, les propositions de Shane et al. (2003) méritent d'être analysés. Les auteurs avancent que les actions humaines sont déterminées par deux groupes de facteurs : les facteurs motivationnels et les facteurs cognitifs. Sur cette base, ils proposent un modèle intégrant les aspects facteurs motivationnels (le besoin de réalisation), les aspects de la motivation (la fixation des objectifs et la vision) et les caractéristiques personnelles (la prise de risque, le locus de contrôle, la tolérance à l'ambiguïté, et la croyance d'efficacité), les facteurs cognitifs, le contexte et les phases du processus entrepreneurial pour expliquer comment la motivation influence l'engagement entrepreneurial.

¹²⁸ Atkinson, J. W. (1964). *An introduction to motivation*. Princeton, NJ: Van Nostrand.

¹²⁹ Deci, E. L., et Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behaviour*. New York: Plenum Press.

¹³⁰ McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. Princeton : D. Van Nostrand, 470 p.

¹³¹ Shane, S., Locke, E.A., et Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, pp. 257–279

La décision d'entreprendre est, pour ces auteurs, considérée comme un processus évolutif dans lequel l'individu sélectionne une opportunité, prend la décision de l'exploiter, évalue sa faisabilité, recherche les ressources qui lui sont nécessaires, conçoit les mécanismes d'exploitation et exploite l'opportunité. L'élément central du modèle est, donc, la motivation. Ils font valoir que le processus entrepreneurial étant dynamique et évolutif, chaque étape est influencée par des facteurs motivationnels bien distincts.

Comme Shapero et Sokol (1982) le soulignent, les circonstances de formation de l'évènement entrepreneurial peuvent être des éléments négatifs ou positifs. Cette vision de l'évènement entrepreneurial est présentée par Hughes (2003)¹³² à travers le modèle de motivation « push-pull ». Les raisons pour lesquelles un individu crée une entreprise sont répertoriées sous la forme des motivations pression (contrainte)-attraction (choix). Ainsi, les évènements négatifs qui ont poussé l'individu à créer son entreprise comme l'insatisfaction au travail, le chômage ou un licenciement constituent les motivations push. À l'inverse, si l'individu est attiré par la création d'entreprises pour des raisons positives, alors celles-ci constituent les motivations pull.

Cependant, comme Hughes (2003) le souligne, une variable considérée comme push (pull) chez un individu peut être envisagée comme pull (push) chez un autre en fonction des circonstances propres dans lesquelles se trouve un individu avant la création de son entreprise. De ce fait, une prudence s'impose quant à l'explication de l'intention entrepreneuriale par ce modèle.

Les recherches qui se sont intéressées à la catégorisation push-pull ont, pour certains, tenté d'expliquer les différences de nombre d'entrepreneurs dans un pays (Noorderhaven, Thurik, Wennekers et Stel (2004)¹³³ et pour d'autres étudier les

¹³² Hughes, K.D., (2003). Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership, *Gender, Work and Organization*, 10(4), 433-454.

¹³³ Noorderhaver, N., Thurik, R., Wennekers, S., et Stel. A. (2004). The role of dissatisfaction and per capita income in explaining self-employment across 15 European Countries. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (5), 447-465

différences individuelles (Buttner et Moore, 1997)¹³⁴. Les résultats de l'étude de Noorderhaven et al., (2004) révèlent que le nombre d'entrepreneurs, dans quinze pays européens, évalués à partir de facteurs de satisfaction liés à la vie et au fonctionnement démocratique de chaque pays, est influencé par les motivations push à savoir l'insatisfaction liée à la vie. Par contre, l'étude de Hughes (2003) indique que en général la création d'entreprises est sous l'effet des motivations pull.

L'auteur a tout de même relevé une exception sur la province de l'Alberta où la motivation push expliquait la présence d'entrepreneurs. Quant à l'étude de Buttner et Moore (1997)¹³⁵, le rapport des femmes à la création d'entreprises est expliqué par les motivations push alors que les hommes sont plus dans le type pull. Le modèle de la motivation push-pull est très proche de la Théorie de l'Autodétermination. Selon Deci et Ryan (1985 ; 1991), l'autodétermination est une caractéristique du fonctionnement humain qui implique la capacité de faire librement des choix (tout comme dans la motivation pull).

En d'autres termes, le construit central de l'autodétermination est la notion d'autonomie qui est définie comme la capacité d'exercer des choix ou d'être à l'origine (le déterminant) de ses actions (aspects autonome et volitionnel versus contrôlé et coercitif). Lorsqu'un individu est autodéterminé, il agit selon ses choix plutôt qu'en fonction d'obligations ou de pressions externes. Les choix sont effectués en prenant en considération les besoins de l'organisme et les exigences de l'environnement. Ainsi, la personne apprend à réguler son comportement en négociant la satisfaction de ses besoins internes avec les exigences de son milieu social (Deci et Ryan, 2000)¹³⁶, d'où l'émergence de formes de motivation autonome et contrôlée. La motivation autonome se décline en deux catégories : la motivation intrinsèque et la motivation extrinsèque internalisée.

¹³⁴ Buttner, E.H., et Moore, D.P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management* 35(1), 34-46

¹³⁵ Buttner, E.H., et Moore, D.P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management* 35(1), 34-46.

¹³⁶ Deci, E. L., et Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and self-determination of behaviour. *Psychological Inquiry*, 11, 227-268.

Il y a lieu d'observer que toutes ces conceptions théoriques, quoiqu'implicites, renferment, dans leur conceptualisation de la motivation, l'idée de but. Selon la théorie de la fixation des objectifs (Locke, 1996)¹³⁷, l'homme serait essentiellement mobilisé et donc, mobilisable, par des objectifs difficiles à atteindre, mais réalistes, et auxquels il adhère. La motivation est à la base des variances observées dans la performance des individus en dépit des connaissances et capacités identiques (Latham et Locke, 1991)¹³⁸. Comparées aux modèles d'intention, qui tentent de comprendre, expliquer et prédire un comportement spécifique, les théories de but posent la question du comment et du pourquoi d'un choix comportemental. Le comportement est étudié dans un cadre plus large que dans les modèles d'intention et il y participe en tant que moyen pour la réalisation du but fixé. Le choix du comportement dépend des buts poursuivis par l'individu et il ne peut être analysé qu'en prenant en compte ce à quoi sert le comportement.

L'intention de réaliser un comportement représente la phase finale d'un processus de sélection du moyen au service de réalisation de but (Gollwitzer, 1996). Ainsi, le fonctionnement de l'intention peut être mieux appréhendé en étudiant la relation de l'intention avec le but et pas seulement de celle avec le comportement (Broonen, 2006)¹³⁹.

Les différents comportements complexes observés chez les entrepreneurs ne peuvent être la conséquence d'un simple trait de personnalité. Il convient donc de s'orienter vers d'autres approches explicatives et descriptives du comportement entrepreneurial. Sans nul doute, les résultats fournis par les précédents travaux contribuent à enrichir les connaissances sur le phénomène. Cependant, ils présentent des limites.

¹³⁷ Locke, E.A. (1996). Motivation through conscious goal setting. *Applied and Preventive Psychology*, 5, 117-124.

¹³⁸ Latham, G.P., et Locke, E.A. (1991). Self regulation through goal setting. Latham, G.P., et Locke, E.A. (1991). Self regulation through goal setting. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 212-4.

¹³⁹ Broonen, J.-P. (2006). Motivation, volition et performances universitaires. Modèles d'intégration structurale de quelques déterminants des marqueurs de performance aux épreuves académiques de janvier auprès d'une cohorte d'étudiants primants de première candidature en sciences psychologiques et de l'éducation : orientations de buts d'accomplissement, comportement planifié, intentions de contrôle de l'apprentissage et contrôle de l'apprentissage. Thèse de doctorat en Sciences psychologiques. Université de Liège, non publiée.

En effet, ils sont parfois contradictoires : ils montrent par exemple qu'il existe autant de traits personnels importants pour l'entrepreneur que d'individus, ce qui en principe favorise la capacité d'articuler et d'intégrer toutes les caractéristiques personnelles dans un modèle explicatif (Battistelli, 2001).

I.1.3. L'approche processuelle ou interactionniste

Les travaux de Gartner (1985) sont précurseurs dans cette approche. Il sera rejoint par différents chercheurs notamment Bygrave et Hofer (1991)¹⁴⁰ pour la partie anglo-saxonne, et plus tardivement par Hernandez (1999) et Fayolle (2004) pour la partie francophone. Dans la notion de processus d'entrepreneuriat n'est plus envisagé uniquement à travers son acteur principal, l'entrepreneur, mais comme faisant partie d'une globalité. L'approche processuelle¹⁴¹ se conçoit dans une perspective systémique qui, selon Schwartz¹⁴² (1992), se déploie en trois champs :

- Contextualiser (donner du sens) et exprimer la nature ontologique de l'objet,
- comprendre l'évolution et les mécanismes des systèmes,
- agir et évaluer l'incidence de l'approche systémique sur l'intervention dans les systèmes humains, sociaux et écologiques.

De nouveaux thèmes de recherche ont pu voir le jour à partir de cette approche par les processus : l'entrepreneuriat familial, la reprise d'entreprise, la franchise, l'entrepreneuriat féminin, l'entrepreneuriat ethnique, l'opportunité d'affaires, la création de valeur, l'accompagnement entrepreneurial, le projet entrepreneurial, etc. Ces recherches s'articulent autour de quatre paradigmes comme le proposent Verstraete et Fayolle (2004) : le paradigme de la création d'organisation, le paradigme de l'opportunité d'affaires, le paradigme de la création de valeur ou encore le paradigme de l'innovation.

¹⁴⁰ Bygrave W.D. et Hofer C.W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2):3-22.

¹⁴² Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In Zanna, M. (Ed.), *Advances in experimental and social psychology*, Vol. 25, (pp.1-65). Orlando, FL.: Academic Presse.

Un intérêt important de recherches menées en référence au processus entrepreneurial est de avoir permis de prendre en considération des aspects « subjectifs » de l'entrepreneuriat. Un certain nombre de travaux s'inscrivent dans une épistémologie dite interprétativiste (Feldman 2000)¹⁴³.

1.1.3.1 Portée générale

Cette approche cherche à analyser, à comprendre et à expliquer les phases complexes et dynamiques, qui vont de la génération de l'idée à la création d'entreprises et à leur développement dans le temps (Shane, 2003), comme résultat de l'interaction de différentes variables, dont les aspects sociocontextuels et les aspects personnels. Son apport permet d'une certaine façon de prendre en compte les actes et les activités, en s'intéressant à la question du « comment ? » Les chercheurs ont choisi de s'intéresser au processus parce que cela leur permettait de sortir des visions précédentes, étroites et limitées se bornant à un seul aspect, une caractéristique humaine ou une fonction économique, d'un phénomène complexe et devant être abordé comme un tout afin d'être compris. Elle offre au domaine des modèles théoriques féconds et une rigueur méthodologique conduisant à un développement de réflexions et travaux empiriques de plus en plus pertinents.

Les modèles élaborés dans cette approche fournissent des bases pour l'analyse du travail entrepreneurial et de l'entrepreneur en tant qu'individu. Ils mettent en évidence le processus de choix entrepreneurial, les facteurs ainsi que les conditions de succès entrepreneurial (Battistelli, 2001). Un nombre considérable de travaux dans cette approche montrent bien que le processus entrepreneurial n'est ni le résultat de déterminants contextuels ni celui des déterminants personnels, mais est la conséquence de leur interaction.

¹⁴³ Feldman M.S., (2000). Organizational Routines as a source of continuous Change. Organization Science, Novembre-Décembre, 11, 6, 611-629

1.1.3.2 Le paradigme d'émergence organisationnelle.

Une des premières conceptions de cette approche considère l'entrepreneuriat comme un processus de création d'une organisation ; c'est-à-dire l'ensemble des activités par lesquelles le créateur mobilise et combine des ressources (informationnelles, matérielles, humaines, etc.) ; pour concrétiser l'opportunité en un projet structuré voire en une entité. Il est nécessaire de souligner que selon les conceptions modernes, la création d'une organisation n'est pas synonyme de création d'une entreprise au sens restrictif du terme. Mais l'expression création d'une organisation suppose une création ex nihilo.

En d'autres termes, l'organisation, au préalable inexistante, apparaît plus ou moins soudainement, d'où le terme « émergence organisationnelle ». Ce concept s'applique à un phénomène déterminé par l'interaction de différents facteurs dont le sens découle de la combinaison nouvelle qu'ils forment. Elle est défendue aux USA par Gartner (1990¹⁴⁴ ; 1993¹⁴⁵) puis développée et reprise par d'autres auteurs tels que Thornton¹⁴⁶, 1999 ; Sharma et Chrisman, 1999¹⁴⁷ et Hernandez, 2001¹⁴⁸.

L'intérêt de ces auteurs et surtout de Gartner porte principalement sur la question de l'émergence de cette organisation. On pourrait la formuler ainsi : comment parvient-elle à exister? Lorsqu'ils parlent d'émergence, ils font référence à une apparition, à quelque chose de non visible qui devient manifeste. Dans sa présentation de l'entrepreneuriat, Gartner (1995) distingue la création d'une organisation d'autres types de phénomène organisationnels. Selon lui, la création d'une organisation est le processus par lequel les nouvelles organisations voient le jour.

¹⁴⁴ Gartner, W.B. (1990). What we are talking about when we are talk about entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 5(1).

¹⁴⁵ Gartner, W.B. (1993). Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary. *Journal of Business Venturing*, 8(3)

¹⁴⁶ Thornton, P.H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, vol. 25, 19-46.

¹⁴⁷ Sharma, P., et Chrisman, J.J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11- 27.

¹⁴⁸ Hernandez, E.M. (2001). *L'entrepreneuriat. Approche théorique*. Paris, L'harmattan

La création appelle l'intervention d'un créateur présent intentionnellement dans le phénomène (Verstraete et Fayolle, 2005). Il s'agit donc d'un événement contextuel, qui est influencé par plusieurs facteurs.

Par conséquent, l'étude de l'entrepreneuriat nécessite une pensée systémique intégrant l'action, les conséquences de cette action et l'agencement de la forme que l'entrepreneuriat fait naître (Verstraete, 2002). L'organisation constitue ainsi le niveau primaire d'analyse et l'individu est considéré à travers les activités qu'il entreprend pour faire émerger la nouvelle organisation.

L'approche actuelle de ce paradigme se focalise sur le concept de « émergence organisationnelle » prôné en France par Verstraete. Selon cet auteur, l'émergence organisationnelle renvoie à la fois à l'acte d'organiser et aux formes organisées issues de l'action : projet, équipe, structure, etc. S'inscrivant clairement dans cette approche, Fayolle (2004) définit l'entrepreneuriat comme situation reliant de façon concomitante, un individu caractérisé par un engagement personnel fort (consommation de temps, argent, énergie, etc.) et un projet ou une organisation émergente ou une organisation « stabilisée » de type entrepreneurial. Cette conception voit dans l'entrepreneur un stratège capable de élaborer une vision entrepreneuriale (Filion, 1997) et un pilote capable de conduire le changement à travers des actions entrepreneuriales. Il s'applique à un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tels que l'expérience, les images ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle (Verstraete et Fayolle, 2005)

1.1.3.3 Les modèles prédictifs : l'Intention

La plupart des recherches en entrepreneuriat se fondent sur une conception multidimensionnelle du phénomène entrepreneurial. Elles exploitent à la fois les apports des recherches en entrepreneuriat, et les contributions de l'école de la psychologie sociale pour comprendre les phénomènes intentionnels. À cet effet, selon Ajzen (1985), Ajzen et Fishbein (1975) l'intention est le meilleur prédicateur du comportement.

En d'autres termes, elle détermine la probabilité d'exécution d'un comportement. Pour ces auteurs, la formation d'une intention dépend des perceptions quant à la faisabilité et à la désirabilité du comportement.

À partir de leur réflexion, deux modèles principaux ont émergé de la littérature sur l'entrepreneuriat et ont été largement adoptés par les chercheurs qui s'interrogent sur le comportement intentionnel. Ils tiennent compte des aspects cognitifs de l'individu pour expliquer le phénomène entrepreneurial : la théorie de l'évènement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982)¹⁴⁹ et la théorie de l'action raisonnée. Une autre théorie qui a tout son intérêt est la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991). Ces différentes théories ont l'avantage de présenter l'intention non seulement comme déterminante du comportement, mais aussi intègrent dans leur modélisation des concepts assez proches des éléments constitutifs de la volition.

a- La Théorie de l'action raisonnée

La théorie de l'action raisonnée a pour but la prédiction et la compréhension de comportements sociaux volontaires. La théorie postule que le comportement est déterminé par l'intention d'exécution de ce comportement. Dans cette théorie, l'intention est déterminée par l'attitude d'une personne à l'égard du comportement et l'importance qu'elle accorde à l'opinion et aux réactions de son entourage proche quant à l'adoption dudit comportement (Fishbein et Ajzen, 1975). Dans cette conception, l'attitude est vue comme une appréciation évaluative d'un objet, conséquence de croyances à propos de cet objet. L'attitude vis-à-vis du comportement est donc déterminée par les croyances comportementales, qui représentent pour la personne les conséquences de l'action.

Cette partie de la théorie semble se rattacher aux modèles classiques de l'attente-valeur. En effet, ces modèles décrivent la relation entre attitude et objet d'attitude. L'attitude est l'évaluation positive ou négative associée à un objet, une personne ou une situation induite par les croyances à propos de l'objet, la personne ou la situation. La croyance est définie comme la probabilité subjective que l'objet ait un certain attribut (Ajzen, 2005).

¹⁴⁹ Shapero, A., et Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton et K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp.72-90), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Lorsque l'objet d'attitude est un comportement, l'attribut se réfère aux conséquences de l'accomplissement du comportement. L'attitude envers le comportement est déterminée par les croyances comportementales représentant les conséquences ou résultats attendus de l'action (Broonen, 2006). Selon ces modèles, la force d'incitation à l'action dépend des valences ou satisfactions des résultats attendus (Vroom, 1964)¹⁵⁰. Autrement dit, le comportement dirigé vers le but prend en considération les attentes relatives aux conséquences de l'action et des satisfactions associées à ces conséquences. Plus l'évaluation ou l'attitude est positive, plus forte est l'intention de s'engager dans le comportement (Ajzen, 1996).

Pour la norme subjective, l'accomplissement ou non du comportement se combine à la motivation de se conformer à l'opinion des autres ou à la force des croyances normatives. Si l'individu perçoit une pression, ou a le sentiment que les personnes importantes à ses yeux approuvent (ou désapprouvent) le comportement auquel il aspire, il sera plus ou moins enclin à l'effectuer.

Ajzen (1996) souligne que son modèle ne fait aucune hypothèse de logique sur l'enchaînement des construits. Il repose sur l'exigence beaucoup moins contraignante de la consistance interne, au sens où l'on postule que l'intention et le comportement sont supposés dériver de façon consistante de l'attitude » (Ajzen, 1996), de la même manière qu'une attitude dérive des croyances à propos de l'objet d'attitude. De là l'expression théorie de l'action raisonnée : les gens sont censés faire ce qu'ils ont l'intention de faire. L'exécution du comportement est complètement sous le contrôle volitionnel de l'individu.

Comme le précise Ajzen, « ils tiennent compte de l'information disponible et prennent en considération implicitement ou explicitement les implications de leurs actions » (Ajzen, 1985, p. 12). C'est bien évidemment en raison de ce postulat que c'est l'intention de poser un comportement qui est le déterminant proximal de celui-ci.

¹⁵⁰ Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.

Toutefois, « la psychologie sociale stipule que les gens entretiennent des croyances qui ne résultent pas d'un processus logique de raisonnement, mais au contraire sont biaisées par les émotions ou les désirs et peuvent être au service de toutes sortes de besoins personnels » (Ajzen, 1996, p. 299).

Ajzen et Fishbein (1980) sont clairs dans leur exigence que la théorie de l'action raisonnée s'applique uniquement aux objectifs et comportements volitifs, contrairement à la théorie du comportement planifié qui a été introduite pour les éléments inhérents non volitionnels, au moins potentiellement, dans tout comportement. Malgré ces exclusions, ils affirment que la théorie s'applique aisément à un éventail d'actions. D'un point de vue théorique et empirique, elle a fourni des résultats intéressants dans les domaines tels que la santé, les loisirs, la politique et les comportements organisationnels. Cependant, en présence de certains comportements, l'impact des déterminants de l'intention diffère selon les situations.

En somme, le pouvoir prédictif de la théorie de l'action raisonnée est plus grand lorsque le comportement spécifique est volitif. Il semble, tout de même, qu'elle ait souffert d'une conception selon laquelle l'acteur fait toujours ce qu'il désire le plus faire. Cette position théorique n'est tenable que lorsqu'il n'y a pas de difficultés (internes ou externes) à mettre une intention à exécution. Mais si l'exécution du comportement intentionnel est rendue difficile, notamment parce que l'intention est concurrencée par d'autres tendances à l'action qui constituent autant d'occasions d'obtention immédiate de renforçateurs positifs (les tentations dans le langage courant), l'individu peut estimer la mesure dans laquelle il se sent capable de dépasser ces obstacles. C'est d'ailleurs pour cette raison que le contrôle comportemental perçu fut introduit comme variable antécédente supplémentaire de l'intention et donna ainsi naissance à la théorie du comportement planifié.

Cette variable prend, en fait, en compte l'effet de processus de contrôle volitionnel (Kuhl, 1984)¹⁵¹ et permet à la théorie du comportement planifié d'intégrer les intentions qui dépendent, en partie, pour leur formation d'une anticipation du contrôle des obstacles que l'individu prévoit lorsqu'il imagine son comportement futur.

b- Théorie du comportement planifié

Prolongeant la théorie de l'action raisonnée dont le but était de retracer la nature de processus sous-tendant les comportements intentionnels, Ajzen (1991) a approfondi cette théorie en y ajoutant une variable complémentaire : le contrôle comportemental perçu.

L'intérêt de cette nouvelle théorie est d'expliquer que tous les comportements ne sont pas complètement sous le contrôle de la volition. En effet, le comportement ne se réfère pas toujours à des actions totalement sous le contrôle de la volonté, comme dans la théorie du comportement planifié, mais que les actions font l'objet d'interférences des forces internes et externes (Bagozzi, 1992)¹⁵² influençant son déroulement. La volition a le sens de facilité d'accomplir un comportement si l'individu est prédisposé à le faire (Ajzen, 1985). Dans cette perspective, le comportement «volitionnel » est une action qu'un individu a la capacité et l'intention de poser et que rien ne empêche de le faire (Broonen, 2006). La théorie du comportement planifié est une référence pour la majorité des recherches qui se sont penchées sur l'étude des comportements intentionnels. S'inspirant de la théorie de l'action raisonnée, la théorie du comportement planifié présente l'intention comme prédictateur quasi absolu du comportement. Elle explique et prédit comment l'environnement culturel et social influe sur le comportement de l'homme. Son postulat est basé sur l'intention de la personne, comme résultante de trois facteurs suivants (Ajzen 1991) :

¹⁵¹ Kuhl, J. (1984). Volitional aspects of achievement motivation and learned helplessness: toward a comprehensive theory of action-control. In B.A. Maher (Ed.), *Progress in Experimental Personality Research* (Vol. 13. pp. 99-171). New York: Academic Press.

¹⁵² Bagozzi, R.P. (1992). The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior. *Social Psychology Quarterly*, vol. 55, n°2, 178-204.

- 1- L'attitude à l'égard du comportement : il s'agit d'une évaluation personnelle du degré d'attraction ou de répulsion que l'individu a envers le comportement auquel il aspire. Autrement dit, il est composé de croyances de l'individu au sujet des conséquences de la réalisation du comportement. Elle dépend des résultats probables escomptés du comportement envisagé.

- 2- La norme subjective perçue se rapporte aux pressions sociales exercées sur l'individu par son entourage le plus proche (famille, amis, parents) ou la perception de ce que les gens importants pour l'individu (Emin, 2004)¹⁵³ pensent de la réalisation du comportement cible (l'acte d'entreprendre). Sous l'angle de la théorie du comportement planifié (Deci et Ryan, 1991), nous examinons le comportement entrepreneurial pondéré par la motivation de l'individu à s'y conformer. Selon cette théorie, une intention contrôlée par l'individu, correspondant donc à un locus de contrôle interne, donc motivation autonome, est plus fortement liée au comportement qu'une intention contrôlée par la pression normative : motivation contrôlée.

- 3- Le contrôle comportemental : perçu, qui est très proche du concept d'efficacité personnelle de Bandura (1977-2003) représente la croyance d'une personne relative au degré de difficulté ou de facilité à effectuer le comportement. L'intérêt de cette notion est de prendre en compte les lacunes personnelles ou les barrières (obstacles) externes pouvant empêcher l'exécution d'un comportement ou d'une action. Selon Ajzen (1991), l'intention ne peut s'exprimer, que si elle est sous le contrôle de la volonté de l'individu. L'auteur accorde à cette variable un rôle capital. Il lui octroie donc un rôle intermédiaire entre l'intention et l'action. La présence de modèle de rôle serait un élément décisif dans la perception du niveau de faisabilité. L'individu observateur juge sa capacité de succès ou d'échec de l'entreprise qu'il veut créer en fonction des résultats obtenus par l'individu observé.

¹⁵³ Emin, S. (2004). Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention. Revue de l'entrepreneuriat, vol.3, n°1

La spécificité du modèle, hormis l'adjonction d'une variable supplémentaire par rapport à la théorie de l'action raisonnée, est d'intégrer la notion de croyance individuelle comme source de chaque variable prédictive de l'intention. Ainsi, les croyances comportementales servent à l'évaluation des conséquences de l'action. Elles affectent l'attitude. Les croyances normatives agissent sur la norme subjective. Elles concernent la motivation à se comporter conformément à l'opinion d'autrui.

Enfin, les croyances de contrôle guident le contrôle comportemental perçu. Ces croyances constituent des informations (vraies ou fausses) que l'on a sur le monde réel. L'influence indirecte du comportement par le contrôle comportemental, à travers l'intention, est mise en évidence par l'action conjointe de l'attitude et de la norme subjective. Sur la base des résultats des études antérieures, principalement Bagozzi (1992) et Ajzen (1991), il n'y a pas d'interaction entre la perception de contrôle comportemental et le comportement, mais il existe un effet direct sur l'intention. La relation directe entre perception de contrôle et comportement est envisageable lorsque le contrôle comportemental est considéré comme « correspondant assez bien » (Ajzen, 1987) ou fonctionne comme un « substitut partiel dû » (Ajzen et Madden, 1986)¹⁵⁴ contrôle effectif des facteurs internes et externes susceptibles de nuire à la réalisation du comportement (Bagozzi, 1992).

Concrètement, une personne qui forme une intention entrepreneuriale, croit qu'il lui serait facile de créer son entreprise, mais échoue dans l'accomplissement du dit comportement : il peut y avoir deux explications.

- La première est d'ordre motivationnel. Selon Ajzen et Madden (1986) à un certain degré d'intention, la personne qui a un contrôle comportemental élevé déploiera davantage d'efforts pour mettre son intention à exécution que celle qui a le même degré d'intention et dont le niveau de contrôle est faible.

¹⁵⁴ Ajzen, I. et Madden, T.J. (1986). Predictions of goal-directed behavior: attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-74.

- La seconde est de nature méthodologique : le échec de l'exécution du comportement pour toutes sortes de raisons liées à la réalisation du comportement, en dépit des prévisions, est dû à un manque de contrôle réel des circonstances de la réalisation. Il s'agit là de la surveillance des caractéristiques de l'activité et du contexte.

Le concept de contrôle est particulièrement difficile à cerner, indépendamment des aspects observables. Dans la littérature, on constate une difficulté de conceptualisation du terme (Skinner, 1996)¹⁵⁵, parfois, le terme correspond à volition, contrôle volitionnel et autorégulation. Contrairement à Ajzen (1991) pour qui, la surveillance du comportement est subjective, Kuhl (1985), Pintrich¹⁵⁶ (2000) et Bandura (2003), parlent de contrôle réellement exercé du niveau d'effort consenti pour contrôler l'activité et le contexte.

En fait, on est en présence de deux types de phénomènes différents, mais dont les signifiés sont identiques. La distinction est importante puisque nous allons introduire, dans notre recherche, les deux types de contrôle. Le contrôle comportemental perçu renvoie à la croyance que la sélection du but et les moyens de l'atteindre sont entre les mains de l'individu et non dans celles de l'autrui ni à la discrétion des événements (Broonen, 2006). Tandis que le contrôle objectif s'exprime lorsque l'individu utilise certains moyens pour obtenir des performances qui donnent lieu à des résultats différents (Bandura, 2003). Prenons un exemple : un individu qui veut se lancer dans la création d'entreprises et se rend compte de la difficulté de devenir un jour entrepreneur, pour diverses raisons, contrôle (perçu) son comportement. Par contre s'il décide de chercher les stratégies pour vaincre ces difficultés, et les utilise effectivement, il met en œuvre une activité de contrôle réelle (volitif).

¹⁵⁵ Skinner, E. A. (1996). A guide to constructs of control. *Personality Processes and Individual Differences*, 71, pp. 549-570

¹⁵⁶ Pintrich, P. R. (2000). The role of goal orientation in self-regulated learning. In M. Boekaerts, P. R. Pintrich et M. Zeidner (Eds.), *Handbook of self-regulation* (pp. 451- 502). San Diego, CA : Academic Press.

Un point important à noter est que le construit de contrôle comportemental est souvent associé à la croyance d'efficacité (Bandura, 1997) et à la faisabilité perçue (Shapiro et Sokol, 1982). Quoiqu'il en soit, il est à distinguer de cette notion. Ajzen (2005) fait valoir que le contrôle comportemental est la croyance relative au degré de difficulté ou de facilité [perçue] à effectuer le comportement. Tandis que la croyance d'efficacité est le jugement d'efficacité relatif à la capacité d'exécuter, avec succès, un comportement ou plus spécifiquement d'adopter un comportement donné.

En dépit de cette tentative de clarification, un flou demeure. Cependant, Ajzen (2002)¹⁵⁷ suggère soit de réunir en un facteur hiérarchique d'ordre supérieur les items censés évaluer l'auto-efficacité et ceux qui mesurent le contrôle comportemental perçue, soit de les distinguer sous forme de construits différents en fonction de l'objectif de la recherche. C'est cette dernière solution que l'on adopte puisqu'on vise la compréhension de l'influence de ces construits sur l'intention et le comportement entrepreneurial.

L'évaluation du contrôle comportemental perçue passe par la surveillance des aspects de soi (motivation, affects), des mécanismes cognitifs (planification, autoévaluation) et du contexte du déroulement de l'activité. La volonté des fondateurs de la théorie du comportement planifié d'introduire le contrôle comportemental en présence de comportements dont la réalisation est rendue difficile par la présence de difficultés révèle la nécessité d'intégrer au modèle la perception du contrôle volitionnel, cela bien que les processus de contrôle volitionnel ne soient pas décrits. Dès lors qu'une intention devient difficile à exécuter, des processus de contrôle volitionnel doivent engager l'individu et, par conséquent, être pris en compte dans une approche prédictive et explicative de l'élaboration ou non du comportement (Broonen, 2006). Pour susciter l'esprit d'entreprise chez les étudiants et la population en général, il faut aider les gens qui ont besoin d'agir dynamiquement sur l'environnement à travailler sur leurs capacités volitionnelles, car l'échec et même la formation de l'intention sont sans doute dus à un déficit de mobilisation des capacités volitionnelles.

¹⁵⁷ Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.

Comment ce processus se déroule et se développe-t-il? Pour cela, nous nous pencherons dans ce qui suit sur la description des phases du processus.

1.1.3.4. Processus entrepreneurial

a. Description du processus entrepreneurial

L'entrepreneuriat comme processus a mis du temps avant d'être reconnu comme tel. Ce n'est qu'à partir des années 1990 que cette reconnaissance peut être située (Fayolle, 2004). La notion de processus est associée à la question du « comment » d'un phénomène afin d'identifier les étapes et/ou les acteurs et à décrire différentes manières de faire ou à tenter d'expliquer certaines variations par des différences dans le enchaînement des étapes. Ces étapes comme dans tout processus sont de nature continue. Il est de ce fait possible et utile de les diviser en segments spécifiques ou phases permettant ainsi une analyse systématique du phénomène. Partant du fait que l'entrepreneur et/ou l'entrepreneur potentiel effectuent différentes activités à des moments bien distincts au cours de la « aventure » de création et de développement d'une entreprise, nous pouvons considérer ces différentes activités comme des repères de ce continuum même s'il peut y avoir chevauchement d'activités entre les phases.

Plusieurs modèles théoriques cherchent à décrire et à expliquer le processus entrepreneurial. Parmi ces modèles, Cunningham et Lischeron (1991) rapportent une première proposition de ce qu'est le processus entrepreneurial. Ils pensent que l'entrepreneuriat est un phénomène multifacettes et que chaque école de pensée apporte un éclairage à la fois unique et particulier sur l'une ou l'autre de ces facettes :

- La première facette, évaluation des qualités personnelles (self evaluating) est constituée par les qualités personnelles et valeurs de l'entrepreneur.
- La seconde, reconnaissance d'opportunités (recognizing opportunities) considère que l'anticipation du futur, la reconnaissance et la découverte d'opportunités sont des éléments clés du processus.
- La troisième facette (Acting and Managing) suggère que la réussite de l'entrepreneur peut être améliorée par des outils managériaux et techniques tels que le leadership.

- La dernière facette réévaluation et adaptation reassessing (need for change) décrit le fait qu'à la fin du processus, l'entrepreneur peut avoir besoin de changer d'orientation pour s'adapter.

L'entrepreneuriat est selon ce modèle un processus itératif d'évaluation personnelle, de participation, de décision et de remise en cause dynamique de l'homme et de l'organisation (Fayolle, 2004b). Elle analyse le phénomène de façon parcellaire. Or l'approche du processus entrepreneurial est sans doute celle qui rend mieux compte du phénomène entrepreneurial en considérant l'entrepreneuriat d'un point de vue systémique. Selon Shane (2003), l'examiner sous cet angle permet d'avoir une analyse, une compréhension et une explication plus amples et plus articulées. Par conséquent, une appréciation globale de ce phénomène complexe et dynamique et précisément des phases allant de la génération de l'idée à la création et au développement de l'entreprise est nécessaire. À l'instar de Cunningham et Lischeron (1991), la grande majorité des modèles descriptifs du processus entrepreneurial se concentrent sur quatre aspects importants à savoir:

- L'émergence des opportunités (celles-ci dérivent des changements pouvant surgir dans les conditions économiques, technologiques et sociales d'une société) à travers :
- La reconnaissance de ces opportunités par des personnes aptes à le faire, l'évaluation de ces opportunités et la décision active de la saisir, le repérage des ressources nécessaires
- Le développement d'une stratégie efficace pour utiliser les ressources acquises et exploiter les opportunités, l'exploitation effective des opportunités.
- Enfin, les catégories de variables ayant un rôle dans chaque phase : individuelle, interpersonnelle ou de groupe et sociétale.

b- Les principales phases du processus

Baron (2007)¹⁵⁸, propose un modèle dans lequel il suggère que l'entrepreneuriat est un processus continu qui change dans le temps à travers une série de phases majeures. En France, Bruyat (1993) s'inscrit également dans cette modélisation de l'entrepreneuriat. Ces auteurs postulent que le processus se déroule dans un laps de temps plus ou moins long et qu'il peut suivre une grande diversité de trajectoires articulées autour de trois phases. La phase de déclenchement ou pré-lancement (pre(-launch), la phase de l'engagement total du créateur ou lancement (launch phase ou startup) et la phase de survie-développement de l'entreprise ou post-lancement (post-launch).

- Phase de déclenchement :

Il est difficile de déterminer avec exactitude quand naît l'idée de créer et quand la personne adopte le rôle de « entrepreneur » dans la mesure où ils se développent progressivement dans l'esprit et rétrospectivement dans les actions de l'individu (Baron, 2007). De ce fait, il n'est pas toujours possible d'identifier clairement le point de départ de cette activité à moins que la personne, au fur et à mesure de l'évolution de sa pensée, la consigne quelque part ou la partage avec des proches. Cependant, on peut la définir comme l'étape qui précède la concrétisation d'une idée. Cette phase regroupe toutes les activités se produisant avant le lancement effectif de l'entreprise. Ces activités vont de la reconnaissance de l'opportunité au développement d'une intention future, aussi bien proche ou lointaine, de se lancer dans une activité de création d'entreprises en passant par l'évaluation initiale de cette opportunité. Elles englobent également les démarches liées à la recherche d'information, de ressources financières et humaines (Baron et Shane, 2004)¹⁵⁹.

¹⁵⁸ Baron, R.A (2007). Entrepreneurship: a process perspective in Baum J.R., Frese M., et Baron R., The psychology of entrepreneurship. Lawrence Erlbaum associates, London.

¹⁵⁹ Baron, R.A., et Shane, S. (2004). Entrepreneurship: a process perspective. South-Western, Mason, OH.

- Phase d'engagement total :

Elle correspond à la période au cours de laquelle une fois les ressources nécessaires acquises et rassemblées, la personne se lance dans des activités spécifiques plutôt techniques de l'entreprise telles que le développement du plan marketing, le choix du statut juridique de l'entreprise, la protection de la propriété intellectuelle des produits ou services développés par l'entreprise. Cette dernière activité peut se faire soit dans la phase de pré lancement soit dans la phase de lancement.

- Phase de survie et de développement :

L'entrepreneur s'attèle aux activités de planification pour faire fonctionner son entreprise. Il s'agit généralement de la gestion du personnel et des relations avec l'extérieur (clients et fournisseurs). Ces activités exigent de l'entrepreneur des capacités interpersonnelles (résoudre les conflits, négocier, influencer et motiver les autres). La décomposition du processus entrepreneurial en phases fait apparaître des changements observables d'une phase à l'autre. Cependant, les changements impliqués dans ce processus concernent uniquement des activités et des tâches à accomplir ainsi que des compétences spécifiques pour réaliser les diverses activités qui y sont incluses. La durée de chaque phase varie selon les individus.

En général, la phase de pré lancement est plus courte que la phase post lancement qui peut durer des années et même des décennies. En outre à l'intérieur de chacune d'elle, trois sortes de facteurs jouent un rôle primordial dans les résultats obtenus à chaque phase. Il s'agit des facteurs individuels, interpersonnels et organisationnels. Les variables de niveau individuel regroupent les comportements, la cognition, les connaissances, les compétences, les caractéristiques et l'habileté des entrepreneurs (Baum et Locke, 2004). Dans les années antérieures, la majorité des études ont porté sur ces facteurs : les résultats obtenus souvent contradictoires ont conduit certains chercheurs, à l'exemple de Shaver et Scott (1991)¹⁶⁰ à penser que s'intéresser à ces variables n'apportait aucune utilité à l'avancement des connaissances dans le domaine.

¹⁶⁰ Shaver, K.G., et Scott, L.R. (1991). Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, pp. 23-45

En dépit de ce constat, les chercheurs n'ont pas détourné leur attention de ce groupe de variables. Les variables intergroupes font quant à elles référence aux facteurs qui influencent les relations directes et indirectes de l'entrepreneur avec les autres. Il s'agit du capital social (capacité de l'individu à tirer profit des structures, réseaux sociaux auxquels il appartient : aide, encouragement, etc.), du capital humain (les connaissances proprement acquises par la formation initiale, les expériences dans un domaine précis) et enfin, de compétence sociale (compétence utilisée au cours des interactions avec les autres à savoir la capacité à percevoir les autres tels qu'ils soient, à exprimer ses émotions, à être persuasif ou à faire bonne impression).

Shane (2003)¹⁶¹ propose d'autres variables dans ce groupe : l'exposition au modèle de rôle, le soutien ou l'influence de la famille et des amis, les valeurs du groupe ou de la culture, les attitudes sur le rôle de l'entrepreneur et la taille du réseau social. Le dernier groupe de facteurs qui joue un rôle dans le processus entrepreneurial concerne le niveau contextuel qui correspond aux facteurs liés à l'environnement politique, économique et social dans lequel l'entrepreneur opère. Il s'agit de s'intéresser aux conditions spécifiques de la société dans laquelle vit un entrepreneur, conditions qui lui permettent d'exploiter ou non les opportunités existantes et aussi de recueillir les informations sur la situation socio-économique et les politiques en vigueur liées à la création d'entreprises.

Dans la tentative de présenter la complexité du processus entrepreneurial sur la base de la littérature, la création d'entreprises se présente comme une construction cohérente d'activités inscrite dans une perspective temporelle. Aussi doit-elle être subdivisée en segments non pas temporels, mais plutôt en segments d'activités permettant une meilleure compréhension du processus et l'appréhension des variables (individuelles, interpersonnelles et contextuelles) qui y jouent un rôle. Il apparaît donc que l'entrepreneuriat est important tant pour les personnes que pour la société dans laquelle ces individus vivent dans la mesure où il suscite la croissance humaine, sociale et économique (Battistelli et Odoardi, 2008)¹⁶².

¹⁶¹ Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*. Aldershot, UK: Edward Elgar Publishing.

¹⁶² Battistelli, A. et Odoardi, C. (2008). *La psicologia dell'imprenditorialità*. In Argentero, P., Cortese, C. et Piccardo, C. (a cura di). *Psicologia del lavoro*. Milano, Raffaello Contina Editore.

Le choix du modèle entrepreneurial est fonction des objectifs du chercheur, de sa problématique de recherche et du sentiment qu'il a d'une bonne appropriation du modèle en tant qu'instrument susceptible de faciliter l'explication et l'amélioration de certains aspects du phénomène.

I.2. Les principaux modèles d'émergence de l'entrepreneuriat:

I.2.1 Le modèle de Shapero(1975)

Shapero en 1971 soutient que la formation des entreprises obéit à des facteurs qui varient énormément, car, une entreprise est le fruit d'un processus particulier influencé par le type d'industrie, la région et la période de temps dans laquelle elle a été créée. Cependant, l'analyse de la formation des entreprises en termes de facteurs pouvant influencer la prise de décision fait ressortir quatre facteurs majeurs qui sont présentés à la Figure n°1.

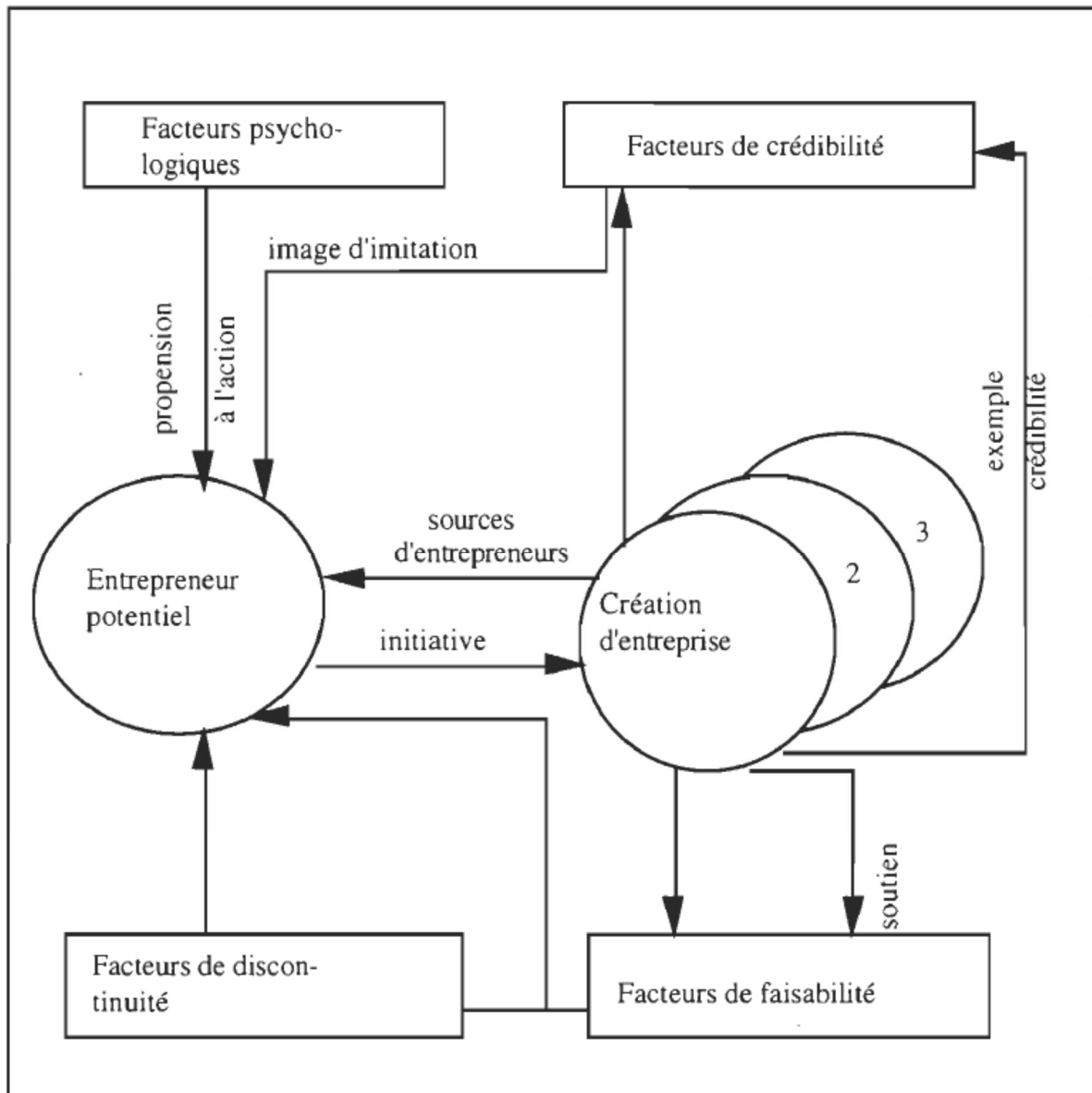


Figure 1: Modèle de création d'entreprises de Shapero, 1975

1.2.1.1. Les déplacements

La création d'un bon nombre d'entreprises est associée à un type de déplacement que Shapero définit comme une rupture dans la trajectoire de vie d'un individu, le contraignant ainsi à considérer une nouvelle option. L'exemple le plus représentatif reste celui des réfugiés politiques. Il s'agit entre autres des pieds noirs en France, les Allemands de l'Est en Allemagne de l'Ouest, les Cubains en Floride et des émigrés indiens en Ouganda.

D'autres études comme celle de Derossi (1971) sur les entrepreneurs mexicains confirment aussi que le rôle joué par les réfugiés, victimes des persécutions tant politiques que religieuses, dans l'économie des pays d'adoption est très important.

Les déplacements peuvent être négatifs ou positifs, internes ou externes, et c'est très souvent la combinaison des deux (négatifs et positifs) qui incite les entrepreneurs potentiels à prendre des initiatives de toute sorte, dont la création d'une entreprise. Ces déplacements sont mieux décrits en termes de vecteurs ou de forces directives à intensité très variée qui influencent les individus dans leur prise de décision.

- Les déplacements négatifs: ils sont plus contraignants et plus décisifs que les déplacements positifs parce que l'entrepreneur n'en a pas le contrôle. Il s'agit par exemple, du licenciement, de la vente de l'entreprise par le patron, des changements dans l'organisation, des transferts non désirés (changement de ville), ou des tâches non désirées.

- Les déplacements positifs: il n'y a pas que des ruptures non désirées qui poussent les entrepreneurs potentiels à passer à l'action. Moins forts que les forces négatives, les déplacements positifs peuvent être à la base de la création d'entreprises. Ces forces positives peuvent être l'encouragement des parents et des amis et, plus encore, l'encouragement des structures financières et le comportement des consommateurs. Dans ce cas, l'entrepreneur potentiel se sent financièrement et moralement prêt à identifier une opportunité qu'il juge exploitable et veut en tirer profit.

En outre, Shapero trouve que certains déplacements ne sont pas évidents à identifier comme forces positives et sont aussi des facteurs qui influencent la décision de se lancer en affaires. Ces forces sont le plus souvent internes à l'entrepreneur potentiel lui-même. L'entrepreneur se réfère au passage du temps et tient fermement à faire quelque chose de remarquable dans sa vie à l'âge de 40 ans ou 50 ans. L'anniversaire sert alors de facteur déclencheur. " Je me rends compte que dans trois mois j'aurai 40 ans. C'est maintenant ou jamais"

D'autres situations peu communes, mais relatives à la rupture de la trajectoire de vie des entrepreneurs potentiels peuvent également influencer leur décision. Ce sont par exemple la fin des études, la fin d'un contrat et la sortie de la prison et des services militaires.

Cependant, toute personne soumise à des déplacements n'est pas toujours susceptible de devenir créatrice d'entreprise. D'autres considérations entrent en ligne de compte, telle la disposition à l'acte.

1.2.1.2. La disposition à l'acte

Elle constitue l'un des facteurs principaux susceptibles d'influencer la création d'entreprises. Selon Shapero (1975), l'entrepreneur potentiel est plus disposé à agir qu'un simple individu, car il est pourvu de certaines qualités de déclenchement qu'il appelle "la disposition à l'acte". Il s'agit de:

- la confiance en soi;
- le besoin d'indépendance;
- le besoin d'autonomie;
- le besoin d'accomplissement;
- la volonté;
- le contrôle du destin.

En effet, dans des études menées par Shapero et al. en 1974, sur la création d'entreprises aux États-Unis et en Italie, il a été trouvé que les entrepreneurs, pour la plupart, estimaient avoir le contrôle de leur destin, c'est-à-dire le contrôle de tout ce qui leur arrivait, et qu'ils en étaient eux-mêmes responsables.

1.2.1.3. La crédibilité de l'acte

Selon Shapero, la crédibilité de l'acte s'appuie sur l'ensemble des modèles et des exemples de fondateurs d'entreprises. Ils représentent des images d'imitation.

Selon lui, cette variable est la plus importante et la plus persuasive pour l'initiation de nouvelles entreprises, en ce sens que seuls des exemples d'actes crédibles peuvent donner à l'entrepreneur potentiel un aperçu de succès possible à atteindre.

L'exemple crédible le plus remarquable est le père ou la mère, eux-mêmes entrepreneurs. Dans des études sur la création d'entreprises aux USA, Shapero rapporte que le pourcentage des fondateurs ayant des pères et/ou mères indépendants (propriétaires d'entreprises, profession libérale, artisans indépendants ou fermiers) se situe entre 50 et 58%. Il est de 56% en Italie, de 74% aux Philippines selon l'étude de Carrol (1965), et de 89% au Nigéria selon l'étude de Harris (1991).

Shapero ajoute que le modèle ou l'exemple crédible n'est pas nécessairement une image imitable. Dans son étude sur les entrepreneurs techniques, Shapero a interrogé les entrepreneurs dont les pères ont été eux-mêmes entrepreneurs afin de savoir si ceux-ci ont été leurs modèles ou les ont encouragés à fonder une entreprise. La majorité a répondu que leurs pères n'ont pas réussi en entreprise et qu'ils les ont même conseillés de ne jamais en fonder une. Shapero soutient toutefois que la prédominance des parents indépendants dans les modèles est remarquable.

Des collaborateurs, collègues et amis constituent un autre groupe de modèles crédibles. Si l'un d'entre eux a entrepris une action entrepreneuriale, on peut s'attendre à ce qu'il soit imité par au moins un autre du groupe. La remarque la plus familière est la suivante: "Si il arrive à le faire, moi aussi je le peux certainement". Lorsqu'un groupe d'ingénieurs quittent une organisation pour fonder une nouvelle compagnie, il est fort probable que leurs collègues suivent leur exemple.

D'autre part, bon nombre d'entrepreneurs étudiés par Shapero ont formé plus d'une entreprise et plusieurs ont fait faillite. Apparemment, la faillite ne constitue pas un support à la crédibilité de l'acte de création d'entreprise, mais Shapero soutient qu'elle contribue à renforcer la crédibilité de l'acte de l'entrepreneur potentiel, sous forme d'expérience.

En somme, Shapero remarque que ce n'est pas par hasard qu'on identifie l'entrepreneuriat à certains groupes ethniques: Juifs, Libanais, Ibos au Nigéria, "Jains" et Parsis en Inde. Chacun de ces groupes représente un modèle de crédibilité de l'acte de fonder une entreprise pour ses membres.

La combinaison des déplacements et la crédibilité de l'acte constituent un stimulant à la création de nouvelles entreprises, mais non suffisant, car un quatrième élément est requis: la disponibilité des ressources.

1.2.1.4. La disponibilité des ressources

Le fondateur d'une entreprise doit, d'une façon ou d'une autre, être en mesure d'obtenir de la main d'œuvre, du matériel, des équipements et des installations nécessaires. Shapero remarque que la création d'entreprise dans une région est relative à la disponibilité et la rapidité d'obtention de capitaux: le taux de création croît pendant la période où les capitaux sont disponibles et décroît en temps difficiles, malgré les déplacements que peuvent causer les pertes d'emplois. Un manque de sources de financement pour un type d'industrie provoque la migration des compagnies concernées vers d'autres régions qui offrent des avantages dans ce sens. Toutefois, 90% des capitaux requis pour démarrer une entreprise viennent de certains investisseurs privés qui investissent dans l'entreprise pour des raisons particulières, selon les résultats de l'étude de Shapero. Selon cet auteur, les nouvelles entreprises, de manière générale, ne reçoivent presque jamais de support financier de la part des institutions, car elles sont considérées comme non crédibles. Néanmoins, certains banquiers consentent des prêts individuels et subsidiaires aux initiateurs d'entreprise pour le démarrage.

Par ailleurs, les études ont montré clairement que la présence d'une communauté financière répondant positivement aux besoins des nouvelles entreprises constitue un facteur clé qui aide d'une manière ou d'une autre à la création, au développement et au maintien de nouvelles entreprises (Shapero et al., 1969; Hoffman, 1972).

I.2.2 Le modèle stratégique de l'entrepreneuriat D'HERNANDEZ (1999)

Le modèle stratégique de l'entrepreneuriat de Hernandez (1999) est bâti suivant quatre étapes: l'initiation, la maturation, la décision et la finalisation.

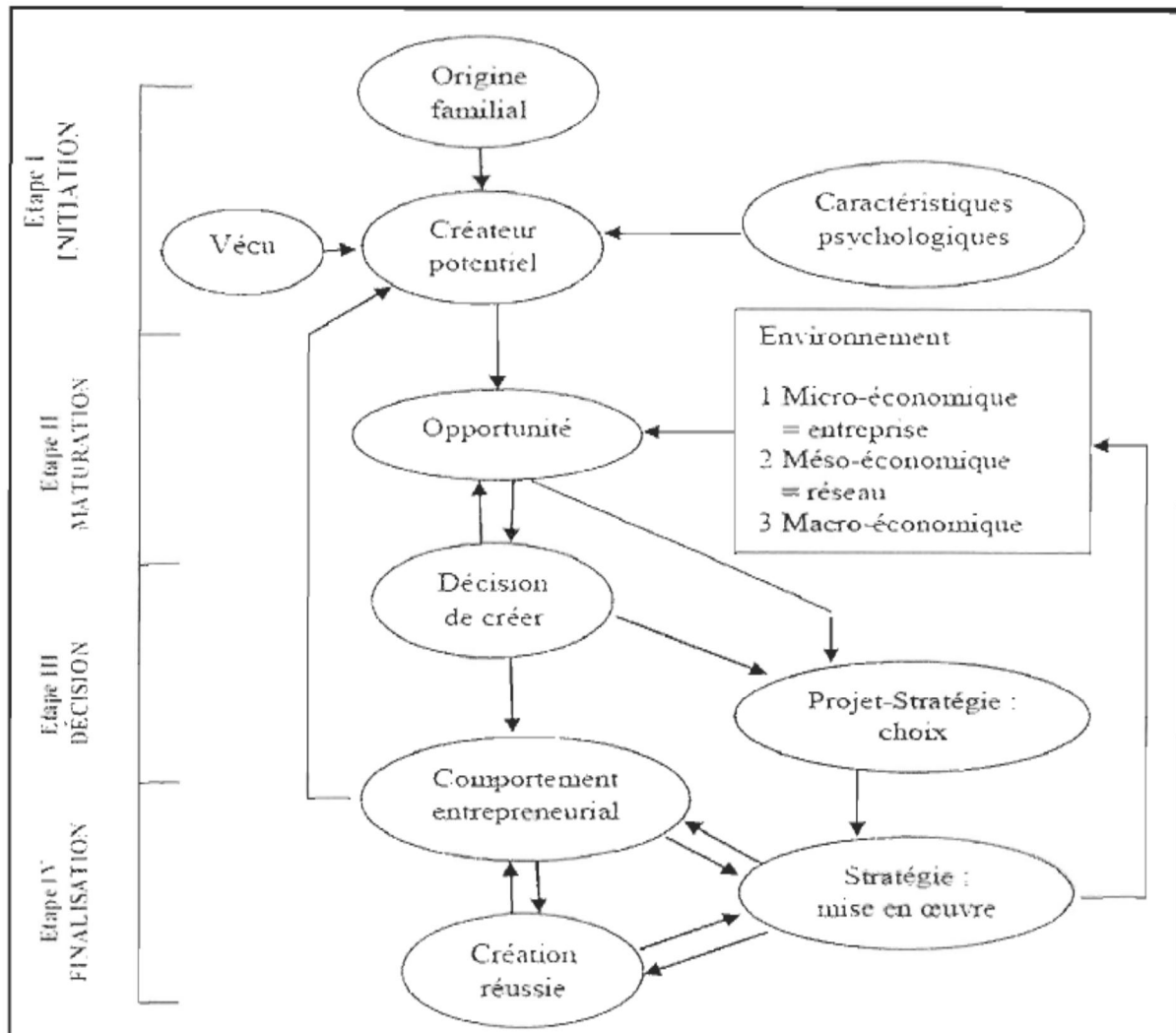


Figure 2: Le modèle stratégique de l'entrepreneuriat

Source: Hernandez (1999)

À l'étape de l'initiation, l'entrepreneur potentiel doit être capable de dénicher une opportunité d'affaires dans son environnement. Ensuite, le potentiel entrepreneur va, dans la phase de maturation, transformer l'opportunité en un projet. C'est à la vue de la faisabilité de ce projet que l'entrepreneur potentiel passe à la phase de la décision de créer une entreprise. Cette entreprise prend existence à la phase de finalisation du processus.

Selon Hernandez (1999 et 2006)¹⁶³, dans le modèle de Shapero (1975), l'entrepreneur n'apparaît pas comme un véritable décideur, mais comme un individu qui sous l'influence d'un ensemble de facteurs passe à l'acte. Or, le passage à l'acte entrepreneurial est l'initiation d'un processus complexe de détection et d'exploitation d'opportunités. Dans ce sens, le modèle stratégique de l'entrepreneuriat de Hernandez (1999) est basé sur une démarche processuelle de l'entrepreneuriat dans laquelle l'auteur met en évidence non les facteurs qui influencent l'individu potentiellement entrepreneur, mais plutôt les capacités de ce dernier à détecter et exploiter des opportunités d'affaires.

Pour Lorrain, Belley et Dussault (1998)¹⁶⁴, l'entrepreneur doit posséder quatre types de capacités: la capacité à identifier des opportunités d'affaires, la capacité à élaborer une vision d'entreprise, la capacité à créer et gérer son réseau d'affaires et la capacité à gérer son travail (voir Tableau 2 : les compétences et les habiletés d'un entrepreneur). Ces auteurs distinguent les compétences entrepreneuriales des compétences managériales et des compétences techniques de l'entrepreneur. Pour (Meddeb¹⁶⁵, 2003) « une compétence est le produit d'interaction entre les connaissances formalisées (savoir), les habiletés développées par la pratique ou l'expérience (savoir-faire) et les attitudes personnelles (savoir être et agir) ». La compétence entrepreneuriale pourrait, alors, se définir comme l'ensemble des connaissances, des habiletés et des attitudes qui permettent à un individu, potentiel entrepreneur, de réussir un projet entrepreneurial.

¹⁶³ HERNANDEZ, Émile-Michel. 2006. « Les trois dimensions de la décision d'entreprendre ». *Revue française de gestion*. Vol. 9-10, N° 168-169, pp. 337-357.

¹⁶⁴ LORRAIN, Jean, André BELLEY et Louis DUSSAULT. 1998. Les compétences des entrepreneurs : élaboration et validation d'un questionnaire (QCE).

¹⁶⁵ MEDDEB, Brahim. 2003. « Quelles compétences pour le manager du **me** millénaire? ». *Organisations et territoires*, Vol. 12, N° 1, pp. 5-10.

CATÉGORIE	HABILETÉS	AUTEURS
Compétences entrepreneuriales	Capacité à identifier des opportunités d'affaires	(Baum, 1995), (Chandler & Jansen, 1992), (Herron, 1990), (Kirner, 1979), (Milton, 1989), (Vesper, 1989)
	Capacité à élaborer une vision d'entreprise	(Filion, 1989), (Chandler & Jansen, 1992), (Hambrick & Crozier, 1985), (Milton, 1989)
	Capacité à créer et gérer son réseau d'affaires	(Aldrich & al., 1987), (Bird & Jelinek, 1988), (Chandler & Jansen, 1992), (Herron, 1990), (Ibrahim & Goodwin, 1986)
	Capacité à gérer son travail	(Bird & Jelinek, 1988), (Deeks, 1976)
Compétences managériales	Capacité à élaborer une stratégie d'entreprise	(Ibrahim & Goodwin, 1986), (Lumpkin & al., 1988), (Hofer & Sandberg, 1987)
	Capacité à coordonner et à organiser les activités de son entreprise	(Chandler & Jansen, 1992), (Herron, 1990)
	Capacité à diriger du personnel	(Baum, 1995), (Chandler & Jansen, 1992), (Herron, 1990), (Hofer & Sandberg, 1987), (Ibrahim & Goodwin, 1986)
	Capacité à résoudre des problèmes	(Deeks, 1976)
	Capacité à contrôler les activités de son entreprise	(Deeks, 1976), (Herron, 1990)
	Capacité à négocier	(Deeks, 1976), (Hofer & Sandberg, 1987)
Compétences techniques	Capacité à gérer les opérations	(Chandler & Jansen, 1992), (Deek, 1976), (Lorrain & Dussault, 1988)
	Capacité d'une gestion financière	(Deeks, 1976), (Ibrahim & Goodwin, 1986), (Lorrain & Dussault, 1988), (Luk, 1996), (Lumpkin & al., 1988)
	Capacité d'une gestion des ressources humaines	(Deeks, 1976), (Ibrahim & Goodwin, 1986)
	Capacité d'une gestion marketing et des ventes	(Deeks, 1976), (Lumpkin & al., 1988), (Lorrain & Dussault, 1988), (Luk, 1996), (Hand & al., 1987), (Smart & Conant, 1994)
	Capacités à gérer les lois et les règlements gouvernementaux	(Deeks, 1976)

Tableau 2 : Les compétences et les habiletés d'un entrepreneur

Source : Lorrain, Belley et Dussault (1998)

C'est dans les années 1990 que les recherches sur l'entrepreneuriat se sont portées sur les compétences de l'entrepreneur. Ces recherches connaissent actuellement un regain d'intérêt avec des auteurs comme Boughattas et Bayad (2008)¹⁶⁶, Boughattas-Zrig (2011)¹⁶⁷, Laviolette et Loue (2006) et Lorrain, Belley et Dussault (1998). Les recherches sur l'entrepreneuriat qui portent sur les compétences de l'entrepreneur ont apporté des précisions sur le rôle des traits de personnalité dans le succès des entrepreneurs.

Ainsi, de ces recherches, il ressort que les compétences seraient de meilleurs déterminants de la performance des entrepreneurs que les traits de personnalité. Cela a été prouvé surtout pour des petites entreprises. Le développement des compétences entrepreneuriales constitue la cible à privilégier pour faire émerger l'entrepreneuriat dans des milieux à faibles ressources comme les milieux ruraux ouest-africains. En effet, « [...] dans un contexte de ressources limitées, capitaliser sur le développement de qualités et de compétences entrepreneuriales, comme sur le développement des réseaux de relations professionnelles, est le moyen à priori pour augmenter l'entrepreneuriat. » (Fondation de l'entrepreneuriat, 2012).

Nonobstant, certains auteurs comme Riverin (2006) soutiennent que c'est la culture entrepreneuriale qui joue le rôle déterminant dans le développement de l'entrepreneuriat. La culture entrepreneuriale serait ici un peu comme le terreau pour une plante. Fortin (2004) concilie ces différentes positions en relevant que « la culture entrepreneuriale peut difficilement se développer dans un milieu sans la contribution [...] des connaissances et des compétences » Fortin (2004). De ce fait, l'orientation du développement de l'entrepreneuriat sur le développement des compétences entrepreneuriales intègre également celle qui porte sur le développement de la culture entrepreneuriale.

¹⁶⁶ BOUGHATTAS-ZRIG, Yosra et Mohamed BAYAD. 2008. Métier d'entrepreneur : étude exploratoire pour identifier et évaluer les compétences. Dakar, Sénégal: AGRH.

¹⁶⁷ BOUGHATTAS-ZRIG, Yosra. 2011. « Les compétences de l'entrepreneur: Définition. Démarches d'évaluation et facteurs de développement ». Doctorat en sciences de Gestion. Nancy: Université Nancy 2. 425 p.

Pour Pierre-André Juliens, les capacités de l'entrepreneur sont soit innées, soit acquises, soit construites. Les capacités construites résultent de l'expérience et des contacts (réseaux). Le modèle stratégique de l'entrepreneuriat de Hernandez (1999) intègre les caractéristiques sociologiques et psychologiques du créateur à tous les niveaux du comportement entrepreneurial. Hernandez (1999) considère l'opportunité comme moteur de la décision de création et reconnaît à la stratégie un rôle essentiel dans la réussite future de la firme. L'auteur met en avant la performance comme condition de pérennité et il fait apparaître le caractère diachronique de la création avec des ajustements plus ou moins longs aux opportunités et menaces de l'environnement.

En somme, rappelons-le, Hernandez (1999) privilégie dans son modèle, les capacités de l'individu à dénicher une opportunité d'affaires et à transformer cette opportunité en un projet d'entreprise. Pour Belley (1989), la détection de l'opportunité d'affaires est postérieure aux quatre dimensions définies par Shapero (1975) dans le processus de l'événement entrepreneurial. Belley (1989) intègre ainsi le processus de reconnaissance de l'opportunité au modèle de Shapero (1975). Dans le même sens des capacités de l'entrepreneur, Arocena et al. (1983) ont également élaboré un modèle entrepreneurial basé sur trois pôles: le pôle professionnel (savoir-faire, apprentissage et maîtrise de la gestion), le pôle relationnel (réseaux familiaux, professionnels et sociaux) et le pôle personnel (éducation, motivations et projets).

I.2.3 Le modèle du milieu incubateur de l'entrepreneuriat (PRÉVOST, 1993)

Selon Prévost (1993), pour faire émerger l'entrepreneuriat dans un processus de développement local, il faut transformer le milieu en un « milieu incubateur de l'entrepreneuriat ». Prévost (1993) définit le milieu incubateur de l'entrepreneuriat comme « l'ensemble des activités du milieu qui sont susceptibles de créer un environnement et un climat favorisant l'émergence de nouveaux entrepreneurs et de nouvelles entreprises ». Dans le contexte de réalisation de sa recherche, et citant Guy Hébert, l'auteur trouve que l'émergence de nouveaux entrepreneurs permet à une communauté de se prendre en main pour arrêter sa descente vers le rang des pays en sous développement, des pays exportateurs de matières premières.

Dans ce sens, la démarche du milieu incubateur vise principalement à impliquer davantage les populations locales au développement de leur territoire, mais également à outiller les élus locaux pour leur rôle de « meilleurs » et de « catalyseurs » des forces du milieu. Pour ce faire, Prévost (1993) décline les activités de son modèle de développement de l'entrepreneuriat en six étapes non linéaires: l'élaboration d'un projet global de développement, la dé cristallisation ou la prise de conscience de la communauté locale, le développement de la crédibilité nécessaire au leadership local, la construction des cadres du projet global de développement, la mise en place de structures d'appui et enfin la réalisation d'activités de recherche et développement.

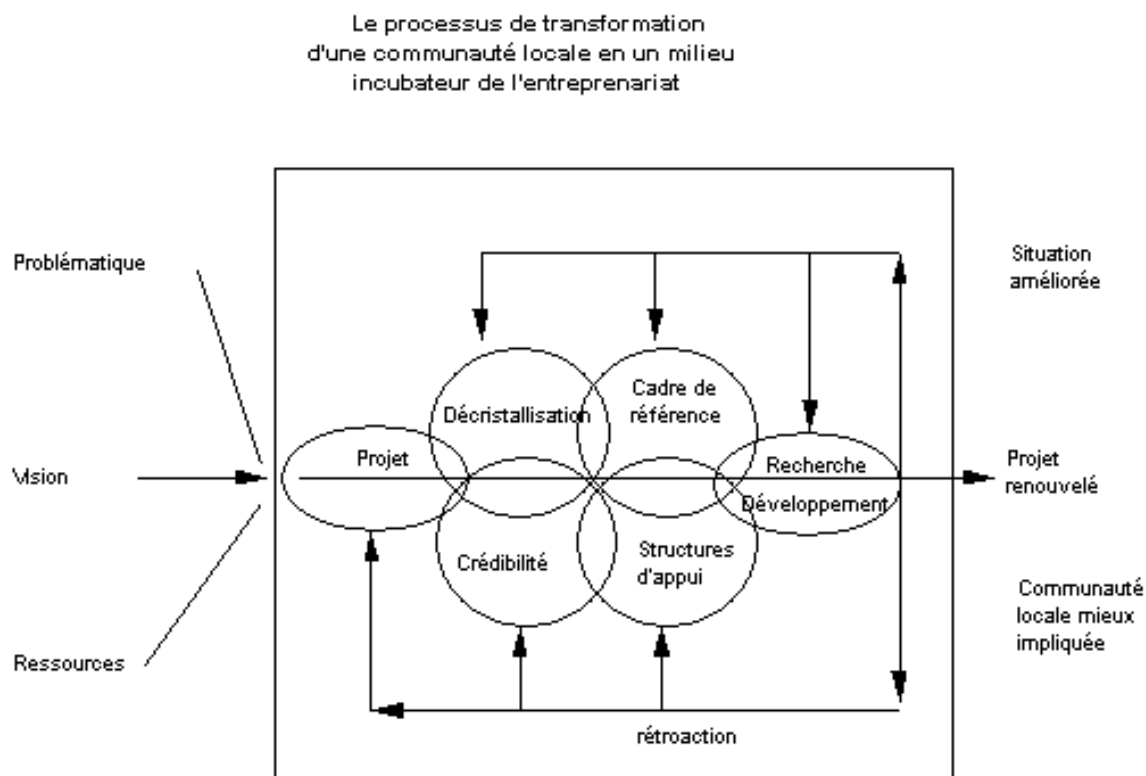


Figure 3: Modèle de Prévost

La première étape du modèle de Prévost (1993) consiste en l'élaboration d'un projet global de développement. Cette étape nécessite la réalisation des activités suivantes: la formation d'équipe, la conception, la planification et le contrôle. L'étape de l'élaboration d'un projet global de développement peut être comparée à l'étape de l'élaboration d'un plan d'affaires lors de la création d'une entreprise. C'est l'étape d'orientation de la démarche.

Elle permet à un tiers, notamment aux partenaires, de disposer des informations nécessaires à la bonne compréhension du projet global de développement. Cette étape peut être lancée par différentes instances mobilisatrices des forces vives du milieu. C'est à cette étape que les membres de l'équipe doivent convenir d'une vision commune du type de développement local privilégié et décider d'adopter une démarche entrepreneuriale. Pour Prévost (1993), la démarche entrepreneuriale découlera du comportement des membres de l'équipe formée: ces derniers ne doivent pas hésiter à prendre des risques, à innover, à multiplier les initiatives et les propositions. Les membres de l'équipe sont les leaders locaux qui mobiliseront les populations. Cette première étape doit aboutir à l'élaboration d'un plan d'action qui précise les objectifs, les actions et le budget.

À la deuxième étape du processus de développement local, Prévost (1993) préconise une prise de conscience collective de la nécessité du changement. Cette étape de prise de conscience de la nécessité de changer quelque chose, Prévost (1993) l'appelle la « dé cristallisation ». Cette dernière doit être partagée par la majorité des acteurs concernés et ne peut se limiter aux seuls agents de développement régional. Cinq activités sont nécessaires pour faire émerger une volonté de changer les choses: sensibiliser les élus, faire le point sur la problématique locale, identifier de nouveaux alliés, inviter les entrepreneurs actuels et les valoriser et enfin faire la cueillette des projets et des idées. Les projets recueillis doivent être intégrés à la planification préliminaire de l'équipe de projets.

Cependant, pour instaurer un changement à caractère collectif, il faut disposer de la « crédibilité » nécessaire à un leadership de concertation. Prévost (1993) préconise alors dans la troisième étape du processus de développer la crédibilité nécessaire au leadership local. C'est l'instance mobilisatrice des forces vives du milieu qui doit convaincre les différents groupes d'acteurs de la pertinence de leur apport dans la démarche. Les principaux groupes d'acteurs à convaincre sont : les partenaires socio-économiques, les entrepreneurs et la communauté en général.

Après avoir instauré la crédibilité nécessaire à un leadership de concertation, il faut maintenant construire des cadres pour un projet global de développement. C'est la quatrième étape du processus. Il s'agit ici de se donner des cadres de référence pour orienter les stratégies des intervenants locaux. Ces cadres de référence englobent : une vision nouvelle du développement, un modèle de développement endogène, une grille d'évaluation de projet, un champ d'intervention réaliste et une stratégie d'action. En effet, il faut un cadre de référence clair pour mener une action cohérente.

Dans la même logique de l'étape précédente, Prévost préconise de mettre en place des structures d'appui à la cinquième étape de son processus. Ces structures locales pourront plus facilement appuyer l'émergence et le développement de nouvelles entreprises au niveau local.

La sixième et dernière étape du modèle de Prévost (1993) est la réalisation d'activités de recherche et développement. Selon l'auteur, les populations et les collectivités locales, pour mener à bien leurs différentes activités, doivent acquérir des connaissances techniques générales qui elles-mêmes émergent d'activités locales de recherche et développement. En effet, « développer des produits appropriés et de qualité et les mettre en marché nécessitera des activités de recherche et développement particulières à chacun des territoires [...] pour soutenir des efforts originaux de mobilisation des ressources locales » (Prévost, 1993 : 162). Les activités de recherche et développement peuvent être des activités de recherche socio-économiques ou des activités de développement de produits.

Pour Joyal (1997), les différentes étapes du modèle du « milieu incubateur de l'entrepreneuriat » de Prévost (1993) peuvent se résumer en trois phases essentielles: l'information, l'animation et l'action. Pour nous, les différentes étapes de ce modèle de Prévost (1993) peuvent se décomposer en la réalisation de deux grandes catégories d'activités: les activités de planification (étapes 1 à 4) et les activités de mise en place de structures organisationnelles d'appui au milieu (étapes 5 et 6). La première étape du modèle du « milieu incubateur de l'entrepreneuriat » consiste ainsi en la planification initiale: la formation d'équipe, la conception, la planification et le contrôle. Cette planification initiale est renforcée par les activités des trois étapes suivantes.

Concernant le financement de cette planification, Joyal (1997)¹⁶⁸ préconise le recours à l'épargne locale ou à l'aide gouvernementale pour constituer le capital de départ des premiers projets de création d'entreprises.

L'auteur a étudié l'entrepreneuriat sous une approche territoriale avec la référence à la notion de « milieu incubateur ». De ce modèle, nous retenons deux dimensions de l'émergence de l'entrepreneuriat dans un processus de développement local: la réalisation d'une planification territoriale et la mise en place de structures organisationnelles. Ce modèle pourrait être adapté à d'autres contextes territoriaux comme celui des milieux ruraux marocains.

La pertinence d'une approche territoriale, dans la démarche entrepreneuriale, réside dans l'importance du contexte actuel des nouvelles régulations et de nouveaux espaces de décisions en émergence au Maroc.

En effet, ce sont ces nouveaux contextes spatiaux qui déterminent l'action des acteurs dans la résolution d'un problème ayant émergé de cet espace. Le territoire devient ainsi un construit social et les problèmes locaux de développement intègrent ce processus de territorialisation. Ce qui fait que, désormais, la question de l'émergence et de la résolution d'un problème de développement doit être pensée suivant un processus de territorialisation. Or rappelons-le, selon Julien (2012) « tout développement territorial repose sur la création d'entreprises ».

En effet, « en adoptant une stratégie entrepreneuriale de développement, une communauté entame un véritable changement de perspective et se place au centre des efforts de développement économique. Ainsi, les dynamismes locaux et l'entrepreneuriat auront désormais tendance à remplacer l'État planificateur comme pourvoyeurs directs de solutions » (Prévost).

¹⁶⁸ JOYAL, André. 1997. « PME et développement territorial », dans *PME: Bilan et perspectives*, sous la direction de Pierre-André JULIEN, 2^e édition. pp. 67-96. Québec: Presses inter-université Laval.

Ainsi, le développement est de plus en plus redevable des initiatives locales et de la capacité des régions à créer une atmosphère industrielle (Julien, 2000)¹⁶⁹. Par ailleurs, avec Joyal (2001 : 98), nous comprenons que « le développement autour de l'entrepreneuriat local n'est pas une chimère et qu'il constitue l'ossature des stratégies actuelles en matière de développement régional ».

Selon Higgins et Savoie (1995: 33), « ... no concept has played so great a role in development theory as entrepreneurship ... ». Ces auteurs précisent que le concept d'entrepreneuriat a été principalement analysé et discuté que dans le contexte du développement économique national, ils affirment également que l'entrepreneuriat est le principal moteur de développement national. Higgins et Savoie (1995) notent tout de même que le concept d'entrepreneuriat n'est pas étranger aux théories de développement régional.

En effet, « the lack of entrepreneurship in some regions and its concentration in others has been cited as an explanation of regional disparities .. . » (Higgins et Savoie, 1995 : 33)¹⁷⁰.

Dans ce même sens, Joyal (1999) explique que pour enrayer les disparités régionales, l'action combinée de l'État et de la grande entreprise a constitué un objectif prioritaire au cours des décennies 1960 et 1970. Mais les deux chocs pétroliers de l'époque, en provoquant une conjoncture économique, ont favorisé la remise en question de la pertinence des grands projets. Cette conjoncture économique a ainsi ouvert la voie à de nouvelles avenues axées sur la petite entreprise et l'entrepreneuriat local.

Les théoriciens du développement régional ont élaboré plusieurs courants théoriques pour expliquer les inégalités de développement entre les territoires. La concentration ou le manque d'entreprises dans une région a été, généralement, considéré comme une explication de ces inégalités. De ce fait, plusieurs théories en développement régional misent sur l'entrepreneuriat comme facteur de développement local.

¹⁶⁹ JULIEN, Pierre-André. 2000a. « Les conditions d'un entrepreneuriat dynamique en région ». *Organisations et Territoires*, Vol. 9, N° 2, pp. 5-18.

¹⁷⁰ HIGGINS, H. Benj amin et Donald J. SAVOIE. 1995. *Regional development theories and their application*. ew Brunswick, j : Transaction Publishers. 422 p.

II - L'entrepreneuriat rural: spécificités du milieu et de l'activité

II.1 L'entrepreneuriat entre lieu et espace

L'exploration des questions spatiales relatives à l'entrepreneuriat a porté principalement sur les questions de concentration dans l'espace: le développement économique de l'agglomération, de l'entreprise ou de l'activités innovantes ou des facteurs potentiellement favorables à la création de nouvelles entreprises dans des espaces particuliers (cf. Davidsson, Lindmark, et Olofsson, 1994; Audretsch, 2003)¹⁷¹.

Ainsi, beaucoup d'attention a été accordée aux clusters (Feldman, 2001) et agglomérations (Scott & Storper, 2003), les milieux industriels (Maillat, 1998) les régions innovantes (Florida, 2007; Morgan, 1997). En conséquence, peu d'attention a été accordée à l'entrepreneuriat par rapport à des endroits considérés comme significatifs auxquels les individus sont attachés émotionnellement et socialement. En outre, lorsque les espaces ruraux ont été abordés par les chercheurs, le focus a souvent porté sur la découverte des obstacles au progrès économique empêchant la transformation de ces espaces en zones de croissance. Les exceptions notables des études en entrepreneuriat se concentrant sur l'espace et le lieu existent (Hjorth, 2005, 2004; Anderson, 2000; Johnstone et Lionais, 2004; Heilbrunn, 2010; Julien, 2007).

Hjort (2004), explore la création de lieux de création d'activités entrepreneuriales dans les entreprises établies. Pour Hjort (2004) la question porte sur la création de lieux d'émancipation et l'élaboration de stratégies ailleurs que dans les espaces urbains denses. Pourtant, bien que la plupart des zones rurales, au moins dans le monde occidental, ont été largement développées et transformées par l'activité humaine, les zones rurales se caractérisent par une moindre densité de flux et de mouvements, et sont donc soumises à l'élaboration de stratégies moins intenses de la part des entreprises et institutions gouvernementales.

¹⁷¹ Davidsson, P. (2005) *Researching Entrepreneurship*, New York, New York: Springer Science + Business Media, Inc. Davis, H. C. & Hutton, T. A. (1989) *The Two Economies of British Columbia*. *B.C. Studies*, (82), 3-15.

Ainsi, alors que Hjort (2004) est concerné par l'entrepreneuriat dans un contexte urbanisé, Anderson¹⁷² (2000), Johnstone et Lionais¹⁷³ (2004) le traitent dans les zones rurales et périphériques.

Anderson (2000) suggère l'existence d'une forme périphérique particulière de l'entrepreneuriat. Pour l'auteur, la périphérie se caractérise par l'absence de services d'ordre supérieur qui se concentrent dans les pôles urbains. Pourtant, l'avènement de la consommation expérientielle ou esthétique a créé des opportunités d'affaires spatiales pour les entrepreneurs, de sorte que la périphérie, au lieu d'être un lieu de production, devient un lieu de consommation ». Anderson présente des exemples de études de cas de personnes qualifiées et ingénieuses qui ont déménagé dans les zones rurales et qui ont valorisé les ressources traditionnelles en créant de nouvelles combinaisons de valeurs plus élevées, et ils en sont devenus des entrepreneurs. De plus que les valeurs banalisées de ces espaces étaient celles qui en ont fait des lieux périphériques. Ainsi, bien qu'Anderson ne déploie pas la notion de lieu, il démontre clairement la possibilité d'une activité entrepreneuriale qui s'engage intimement avec les ressources et le patrimoine des régions rurales.

De leur part, Johnstone et Lionais (2004) discutent de la façon dont les entrepreneurs peuvent améliorer la qualité de vie dans les communautés appauvries, à la fois rurales et urbaines. Ils suggèrent que l'épuisement se produit quand l'espace perd sa raison d'être, c'est-à-dire sa capacité à produire et à attirer des capitaux. Cela limite considérablement la possibilité de créer les traditionnelles formes d'entrepreneuriat. Cependant, de nombreuses zones sont encore des lieux significatifs de par les relations sociales, la confiance et l'attachement. Et, selon Johnstone et Lionais (2004), les entrepreneurs de la communauté peuvent utiliser les qualités du lieu pour recréer une raison de s'y installer.

¹⁷² Anderson, A. R. (2000) Paradox in the Periphery: An Entrepreneurial Reconstruction? *Entrepreneurship & Regional Development*, 12 (1), 91-109.

¹⁷³ Johnstone, H. & Lionais, D. (2004) Depleted Communities and Community Business Entrepreneurship: Revaluing Space through Place. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16 (3), 217-234. Josephson, J. (2006) *Telling Their Stories: Women Business Owners in Western Maine*, Wiscasset, Maine: Coastal Enterprises, Inc.

Ils le font en se livrant à des formes d'entrepreneuriat qui utilisent les relations sociales et significations du lieu, par exemple par les bénévoles locaux, qui créent des marchés et des réseaux, pour créer d'autres formes d'organisation qui servent à des fins de développement local.

Feldman (2001) et Julien (2007) soulignent que l'entrepreneuriat est toujours tributaire d'une région, subjective et dépendante du temps et du lieu, car tous les entrepreneurs appartiendront toujours à un contexte ou un milieu à un moment donné. Julien (2007, p. 120) décrit le milieu de l'entreprise comme « l'environnement socio-économique entourant l'entrepreneur ». Un endroit qui fournit des ressources latentes et un capital social. Même si pour Julien le milieu entrepreneurial englobe des facteurs essentiellement traditionnels comme la localisation économique (les infrastructures, la main-d'œuvre, les incubateurs, etc.), il reconnaît également que l'entreprise est un lieu social qui favorise une culture d'entrepreneuriat favorable à l'innovation et où les individus ont une place pour se épanouir. Ainsi, pour Julien (2007) l'entreprise est à la fois un espace économique et un espace social.

En outre, dans ses recherches sur l'entrepreneuriat, Heilbrunn (2010) a étudié les opportunités entrepreneuriales et la création de nouvelles entreprises suivant une variété de paramètres allant du plus faible au plus haut degré de présence de capital économique (de l'espace) et du plus haut au bas niveau de capital social (Lieu) disponible. Ces zones qui ont fourni à la fois l'espace dans le respect du capital économique et les infrastructures, et le lieu, en ce qui concerne le capital social (appelés «des espaces et des lieux»), offrent une activité entrepreneuriale significativement plus élevée que les autres régions.

Comme indiqué plus haut, le rôle du milieu dans l'entrepreneuriat est important, mais reste encore sous-développé. Il est admis que la nécessité d'une plus forte intégration du lieu et de l'activité entrepreneuriale est particulièrement urgente dans le cadre de l'étude de l'entrepreneuriat rural. L'existence dans un espace rural est la caractéristique de l'entrepreneuriat rural, et les conditions offertes par ces zones rurales, indépendamment de l'hétérogénéité de ces espaces, semblent inclure le dépeuplement, la périphéricité, le manque de capital humain, culturel et financier

Nous nous appuyons sur le concept de Schumpeter de la combinaison de ressources et de Anderson (1998) qui définissent l'entrepreneuriat comme "l'extraction des valeurs de l'environnement", nous définissons l'entrepreneuriat rural comme l'extraction de valeur à partir d'un milieu rural à travers la recombinaison créative des ressources, tout en soulignant la différence entre l'entrepreneuriat rural et l'entrepreneuriat dans les zones rurales.

II.2. L'entrepreneuriat en milieu rural

Toutes les formes de l'entrepreneuriat ainsi que la production ont en général une dimension spatiale (Hudson, 2010, 2001). En tant que tel, aucune activité d'entreprise ne peut ne par être située dans un ou plusieurs emplacements dans l'espace. Selon la théorie économique traditionnelle de la production, ceteris paribus, l'entrepreneuriat aura tendance à graviter autour des endroits qui offrent les plus fortes incitations économiques, qu'elles soient relatives au prix du foncier, les coûts de main-d'œuvre, les compétences spécialisées de travail, basés sur les infrastructures ou encore les coûts de transaction.

Ces incitations dont les caractéristiques sont quantifiables et peuvent servir à attirer le capital et les moyens de production sont surtout des incitations économiques. Par conséquent, la littérature sur la compétitivité a souligné la nécessité pour les régions et localités de faire des incitations pour les investissements à l'extérieur et des flux mondiaux de capitaux, du travail et des personnes (Kitson, Martin et Tyler, 2004; Bristow, 2010).

L'entrepreneuriat dans les zones rurales comme un idéal-type se réfère à ces types d'activités qui s'engagent avec leur localisation spatiale comme un espace de profit. En effet les espaces ruraux en général offrent un certain nombre de mesures incitatives distinctes sous la forme d'une plus grande disponibilité des terres ainsi que des prix plus bas (Kalantaridis¹⁷⁴ et Bika, 2006) et les subventions gouvernementales.

¹⁷⁴ Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006a) *In-Migrant Entrepreneurship in Rural England: Beyond Local Embeddedness. Entrepreneurship & Regional Development*, 18 (2), 109-131.

Il a également été noté que, bien que la main-d'œuvre rurale peut être généralement moins qualifiée et éduquée, elle est plus fidèle, conforme, polyvalente et en possession d'une forte éthique de travail (Kalantaridis et Bika, 2006; Jensen-Butler, 1992). Ces spécificités de la main-d'œuvre rurale peuvent compenser le manque d'infrastructures et d'équipements. Ainsi le placement dans une zone rurale peut bien être le résultat d'incitations économiques.

Pour les petites entreprises, le placement dans une zone rurale peut être le résultat d'un choix de style de vie de l'entrepreneur, mais sans rapport avec les activités de l'entreprise. Les technologies de l'information et en général l'amélioration des infrastructures ont permis aux entrepreneurs de s'installer dans les zones rurales et profiter des plaisirs de la vie rurale tout en exécutant leurs entreprises. Bien que cela signifie naturellement que l'entrepreneur adopte une forme de ruralité dans sa vie personnelle, cela ne signifie pas nécessairement que c'est le cas pour l'activité entrepreneuriale. Dans un tel cas, l'activité entrepreneuriale est d'ailleurs située dans les zones rurales, et l'entreprise considère la localité comme un espace de profit.

Du point de vue de développement local, l'entrepreneuriat en milieu rural tire d'importants avantages. Dans la mesure où ils sont intégrés dans les flux mondiaux de capitaux, de telles entreprises peuvent générer des taux de croissance économique élevés et rapides. Et ces taux de croissance peuvent avoir des retombées sur la communauté sous la forme de la création d'emplois. Pourtant, il ya aussi un certain nombre de risques et problèmes.

En particulier, nous allons indiquer

- 1) l'émergence d'économies enclavées et des communautés à deux niveaux,
- 2) l'augmentation de la vulnérabilité aux changements dans les marchés mondiaux et,
- 3) l'utilisation sous-optimale des ressources localisées.

Tout d'abord, l'entrepreneuriat dans les zones rurales peut conduire à la création d'enclaves économiques. En effet, les projets d'entreprise, étant légèrement noyés dans l'économie locale, sont plus susceptibles de déménager dès que les incitations économiques le suggèrent.

De même, les chercheurs en développement rural ont souligné le risque de scission de la communauté en deux niveaux. Le premier niveau étant formé d'individus faisant partie des entreprises ayant des activités entrepreneuriales qui ne sont pas incorporées dans les communautés locales, et l'autre niveau étant formé de populations rurales autochtones et de classes sociales inférieures (Shucksmith et Chapman, 1998). En migrant l'entrepreneuriat, cela peut donc s'avérer être une bénédiction ou une malédiction pour la communauté, en fonction du taux d'intégration de l'activité entrepreneuriale dans la communauté locale (cf. Gaddefors & Cronsell, 2009; Kalantaridis et Bika, 2006; Jack & Anderson, 2002)¹⁷⁵.

Deuxièmement, les localités dont la production et l'activité sont fortement intégrées au marché mondial, subissant les lois de l'offre et de la demande, sont plus vulnérables aux changements survenus dans l'économie mondiale, comme il a été prouvé par la dernière crise (Hudson, 2010). Même si cela peut être positif quand la conjoncture mondiale connaît une forte croissance, la survenance de crises peut provoquer des dégâts considérables aux économies locales, qui se verraient ensuite concurrencées par d'autres localités ayant de meilleures incitations économiques.

Troisièmement, une prédominance d'un entrepreneuriat non lié au lieu, comme c'est le cas pour l'entrepreneuriat en zone rurale, peut conduire à une sous utilisation des ressources locales (Kitchen et Marsden, 2009). Les entreprises ayant une politique axée sur le marché mondial ont tendance à négliger les ressources potentielles et les spécificités locales (Bristow, 2010; Hudson, 2010).

II.3 Etat de la recherche sur l'entrepreneuriat rural

L'entrepreneuriat rural, comme nous le définissons ici, n'est pas uniquement en prise avec le lieu, mais également avec un emplacement de signification et de vie sociale. Il s'agit de nouvelles combinaisons de ressources locales rurales qui créent de la valeur non seulement pour l'entrepreneur, mais aussi pour le lieu rural. En tant que lieu rural, le endroit offre certains «avantages spécifiques à l'emplacement» sous forme de matières, d'éléments sociaux et culturels qui composent ce lieu.

¹⁷⁵ Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006b) *Local Embeddedness and Rural Entrepreneurship: Case-Study Evidence from Cumbria, England. Environment and Planning A*, 38 (8), 1561–1579.

Ces avantages spécifiques à l'emplacement peuvent entraîner dans un paysage particulier, vu les éléments sociaux, culturels et historiques qui se sont accumulés au fil du temps par les individus qui vivent et travaillent dans ces lieux (Williams¹⁷⁶, Balaz, et Wallace, 2004). Ces éléments peuvent être utilisés comme des ressources uniques dans des activités entrepreneuriales (Stathopoulou, Psaltopoulos, et Skuras, 2004). Ils sont uniques, car ils sont spécifiques au lieu, vu que c'est un mélange unique de ressources, offrant ainsi des possibilités distinctes pour l'entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat rural, étant délimité par le droit, ne peut pas offrir la promesse d'une très forte croissance vu les différentes formes d'entrepreneuriat qui existent dans le rural. Pourtant, il en tire des avantages distincts:

Premièrement, il détient un potentiel pour une utilisation optimisée des ressources inhérentes à la zone rurale en question (Kitchen & Marsden, 2009). L'entrepreneuriat rural se concentre sur l'utilisation des ressources disponibles localement, même si celles-ci sont plus coûteuses à acquérir et à utiliser que les ressources acquises sur le marché mondial.

Deuxièmement, l'entrepreneuriat rural détient un véritable potentiel pour faire des localités plus souples (Bristow, 2010; Christopherson, Michie, et Tyler, 2010; Hudson, 2010). Ceci est dû à deux facteurs. Tout d'abord, les projets d'entreprise basés sur les ressources locales sont moins susceptibles de déménager même si la rationalité économique le dicte surtout si leur avantage concurrentiel repose sur un lien vers la place. Deuxièmement, la diminution de la dépendance par rapport aux ressources acquises sur le marché mondial rend leurs activités moins dépendantes des fluctuations de marché. Cependant, cette affirmation est faite avec une certaine réserve, que tous les produits des projets entrepreneuriaux en milieu rural puissent être faits uniquement avec les ressources locales et les entreprises restent soumises aux fluctuations mondiales en termes de vente de leurs produits sur les marchés non locaux.

¹⁷⁶ Habbershon, T. G. & Williams, M. L. (1999) A Resource-Based Framework for Assessing the Strategic Advantages of Family Firms. *Family Business Review*, 12 (1), 1-25.

Klein (2008) propose une distinction utile entre trois vues différentes de l'entrepreneuriat dans les traditions existantes des recherches qui se sont penchées sur ce phénomène: la perspective professionnelle, la perspective structurelle et la perspective fonctionnelle. Dans sa tentative de décrire les caractéristiques de l'entrepreneur, il traite les perspectives professionnelles de l'entrepreneuriat comme une catégorie professionnelle qui utilise l'individu comme unité d'analyse. Dans cette tradition il est prétendu que les entrepreneurs ont certains traits (par exemple besoin de réalisation) ou l'entrepreneuriat (par exemple, une grande entreprise auto-efficacité) en les distinguant des autres personnes (cf. McClelland, 1987; Chen, Greene, et Crick, 1998). Le point de vue structurel considère l'entreprise comme unité d'analyse, ce qui suggère que l'entrepreneuriat est sur les nouvelles ou les petites entreprises.

Ici, on étaye les caractéristiques des entreprises et des marchés, qui peuvent être considérés comme en quelque sorte des entreprises. Enfin, il traite en perspective fonctionnelle l'entrepreneuriat comme une activité ou un processus. Cette tradition est ancrée dans l'économie et en particulier les perspectives avancées par Schumpeter et Kirzner. Ici, l'entrepreneuriat est considéré comme la fonction par laquelle le marché se développe, soit par rupture de Schumpeter (Schumpeter, 1950) soit par l'équilibre kirznérien (Kirzner, 1973). La fonction de l'entrepreneur n'est pas nécessairement liée à des individus ou des entreprises particulières, mais est considérée comme une activité banale dans laquelle tous les acteurs du marché peuvent s'engager (Foss et Klein, 2012).

Les développements récents dans le domaine de la recherche en entrepreneuriat ont déraciné le point de vue fonctionnel à partir de sa base économique en faisant valoir que l'entrepreneuriat n'est ni limité à des activités de marché ni à la création de valeur économique (Steyaert & Katz, 2004; Sarasvathy et Venkataraman, 2011). En conséquence, Steyaert et Katz (2004, p. 182) suggèrent que "... L'entrepreneuriat dans le dernier quart du XX^e siècle est devenu un modèle pour introduire une réflexion innovante, la réorganisation du lieu et son élaboration dans un large éventail de paramètres et d'espaces et pour une gamme d'objectifs tels que la cohésion sociale, le changement et la transformation au-delà du commerce simple et des orientations économiques".

De nouveaux concepts tels que l'entrepreneuriat social, éco-entrepreneuriat et l'entrepreneuriat culturel soutiennent l'idée qu'une entreprise (Sarasvathy et Venkataraman, 2011) pourrait exister et aider les acteurs à créer de multiples types de valeurs, tels que économiques, sociales, culturelles et communautaires (Korsgaard et Anderson, 2011).

Dans le but de prospecter l'entrepreneuriat rural comme un processus qui est affecté par son contexte spatial immédiat, et qui est au cœur du développement des zones rurales, la vue fonctionnelle de l'entrepreneuriat est la plus appropriée (Kalantaridis et Bika, 2006). S'appuyant sur la tradition autrichienne de Schumpeter, on définit ainsi l'entrepreneuriat comme la recombinaison des ressources pour créer de la valeur, en adoptant une attitude ouverte envers les types de valeur que les entrepreneurs peuvent créer. L'entrepreneuriat rural, étant spatialement lié, doit donc impliquer l'extraction de valeur à partir d'un environnement donné (Anderson, 2000, 1998).

L'entrepreneuriat dans les zones rurales est donc une fonction ou une activité qui peut être effectuée par un nombre de différents acteurs du monde rural, qui comprend les agriculteurs, mais ne se limite pas. En outre, l'entrepreneuriat n'est pas en contradiction avec les idées holistiques et qualitatives du développement rural de la région, qui se focalise sur la création localisée, endogène, durable et des collectivités résilientes dans le rural (Kitchen & Marsden, 2009; Bristow, 2010). En particulier, il faut souligner que l'entrepreneuriat ne signifie pas nécessairement agir conformément à la «logique du marché» et le mépris pour les ressources internes et développements endogène et durable, comme l'ont soutenu plusieurs projets de recherche sur le développement rural (Van der Ploeg et al., 2000). En effet, il est suggéré que les activités entrepreneuriales se trouvent au cœur de tout développement dans les zones rurales, peu importe qu'il s'agisse d'industrialisation opportuniste ou d'agriculture (Van der Ploeg et al. 2000).

L'entrepreneuriat rural est l'un des nouveaux domaines de recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat. Il est devenu l'un des importants facteurs favorables pour le développement économique rural et de l'agrobusiness.

Dans la dernière décennie, l'entrepreneuriat est devenu un domaine de la recherche en gestion. Plus récemment, une attention particulière a été accordée à l'entrepreneuriat, l'agroalimentaire, et à de petites entreprises dans les collectivités rurales. Cet intérêt pour l'entrepreneuriat rural a été provoqué par l'évolution de la société rurale. La restructuration de l'agriculture et la faillite des entreprises manufacturières ont provoqué les déplacements constants des travailleurs et ont fait croître le besoin des revenus non agricoles pour soutenir les activités agricoles. De nombreuses familles sont incapables ou peu disposées à laisser les communautés rurales, et la nécessité de trouver d'autres sources de revenus au sein de la communauté devient primordiale. L'encouragement de nouvelles entreprises est considéré comme un moyen d'augmenter le revenu et l'emploi, ainsi que garant de la stabilité et la croissance dans les collectivités rurales. De plus, l'entrepreneuriat rural peut être un moyen d'améliorer la qualité de vie dans les zones rurales en fournissant des biens et services aux communautés rurales.

Bien que cet intérêt pour l'entrepreneuriat rural ait suscité une réflexion approfondie par des agences gouvernementales telles que le ministère de l'Agriculture des États-Unis (USDA) et la Small Business Administration (SBA), il n'y a pas eu un intérêt similaire par les chercheurs principaux dans l'agroalimentaire, l'économie agricole, la gestion, le marketing, la finance et la comptabilité. En effet, la plupart des recherches ont été menées sous les auspices des organismes fédéraux tels que l'USDA ou SBA. Le peu de recherches qui ont été menées dans la communauté universitaire a également été parrainé par le gouvernement fédéral ou d'organismes d'état.

II.4 Définition de l'entrepreneuriat rural:

Malheureusement, la plupart des recherches sur l'entrepreneuriat rural n'ont pas réussi à utiliser une définition de l'entrepreneuriat rural. La plupart des auteurs ont supposé que tout le monde sait ce que est l'entrepreneuriat rural. Lors d'une conférence de l'USDA 1987 Hoy¹⁷⁷ a noté qu'une image populaire d'un entrepreneur rural est : Indépendant, a du caractère, prend du risque, est confiant, optimiste,

¹⁷⁷ F.S. Hoy, "Who Are the Rural Entrepreneurs?," in National Rural Entrepreneurship Symposium, B. W. Honadle and J.N. Reid, Eds., Southern Rural Development Center, Knoxville, p7-10.

travaillant dur, et innovateur." Il a ensuite déclaré que "l'entrepreneuriat" dans un contexte rural se concentre sur " la création de nouvelles possibilités d'emploi via la création de nouvelles entreprises." Watkins¹⁷⁸ et Allen ont suggéré que les entrepreneurs sont "õ les fondateurs et propriétaires/exploitants de petites entreprises." Ils ont noté que l'entrepreneuriat a été défini comme une caractéristique ou un ensemble de caractéristiques, associées à des personnes qui possèdent les capacités et les compétences organisationnelles pour obtenir et gérer la variété des inputs nécessaires pour entreprendre avec succès une entreprise." Ces définitions ont été prises à partir de contextes urbains¹⁷⁹.

Ainsi, nous pouvons proposer la définition suivante afin de cadrer notre recherche: la détection-construction- exploitation d'une occasion d'affaires, la création de valeur, l'innovation afin de faire émerger une organisation au sein d'un environnement par nature pauvre en ressources et hostile à de telles initiatives et ceci dans le but de réaliser un ou plusieurs objectifs qui ne sont pas nécessairement pécuniaires.

En 1986, Wortman¹⁸⁰ propose un cadre et une série de typologies pour l'intégration de la recherche dans les domaines de l'entrepreneuriat et la petite entreprise. Dans ce cadre, il a analysé les relations entre les petites entreprises et l'entrepreneuriat individuel et la relation entre l'entrepreneuriat individuel et l'entrepreneuriat par extension l'intrapreneuriat. Le cadre est basé sur des recherches empiriques actuelles dans les deux champs. Ces études de recherche ont été structurées en un ensemble cohérent et des recherches futures ont été proposées pour faire progresser les deux champs de l'entrepreneuriat et les petites entreprises.

¹⁷⁸ D.A. Watkins and T.G. Allen, "Problems of Studying Entrepreneurship in Rural Areas," in National Rural Entrepreneurship Symposium, B.W. Honadle and J.N. Reid, Eds., Southern Rural Development Center, Knoxville, TN, 1987, pp. 15-28.

¹⁷⁹ Une tentative de rassembler des définitions de l'entrepreneuriat a été entreprise par Frederick et Long. Bien qu'il s'agisse d'une publication de l'USDA, pratiquement chaque article dans la bibliographie annotée provient d'un contexte urbain. Dans ces articles de recherche, seulement deux auteurs ont tenté de définir l'entrepreneuriat en milieu rural basée sur une définition de l'entrepreneuriat développée par Spann, Adams et Wortman, une adaptation de la définition de l'entrepreneuriat rural est "...la création d'une nouvelle organisation qui introduit un nouveau produit, sert ou crée un nouveau marché, ou utilise une nouvelle technologie dans un environnement rural ."

¹⁸⁰ Wortman, Jr., "A Unified Framework, Research Typologies, and Research Prospectuses for the Interface between Entrepreneurship and Small Business," in The Art and Science of Entrepreneurship, D. Sexton and R.W. Smilor, Eds., Ballinger, Cambridge, MA, 1986, pp. 278-279.

II.5. Limites de la recherche en entrepreneuriat rural

Au cours des dernières années, les chercheurs ont commencé à analyser l'entrepreneuriat rural et sont soit dans le gouvernement soit dans le plan gouvernemental de gestion des organismes de aide et de soutien. Parce qu'une grande partie du travail a été effectuée par l'agroalimentaire ou les chercheurs agricoles, les études ont eu tendance à être axées sur des analyses macro. Celles effectuées par les chercheurs ont eu tendance à être des analyses centrées sur l'entrepreneur (par. ex., des études de cas comme unité d'analyse). De plus, de nombreuses études ont eu tendance à examiner les tentatives gouvernementales pour stimuler un comportement entrepreneurial. Cependant, aucun chercheur n'a effectué des recherches orientées vers une vision détaillée de tous les aspects de l'entrepreneuriat rural. Par conséquent, dans les quelques paragraphes qui suivent, ces quelques recherches sur l'entrepreneuriat rural seront examinées dans le contexte de la nouvelle typologie Wortman.

II.5.1. Limites théoriques

À l'heure actuelle, il n'y a pas de théories dans le champ de l'entrepreneuriat rural. Il y a eu des tentatives de cadrage de recherches (avec peu ou pas de concepts théoriques). Actuellement, la typologie Wortman est la plus inclusive. En termes de cadrage de l'entrepreneuriat rural, un de ces modèles a été suggéré par Hoy comme un modèle de création d'une entreprise rurale, il a discuté de l'impact de la démographie, des comportements et des attitudes de l'entrepreneur rural et l'appui de la communauté source, des ressources, et de la mobilité. L'entrepreneur se déplace vers sa nouvelle entreprise et crée des emplois dans plusieurs macro-environnements y compris : (1) économique ; (2) compétitif ; (3) légal ; et (4) culturel. Aucun autre cadrage n'a été suggéré pour l'étude de l'entrepreneuriat rural.

II.5.2. Limites historiques

Bien que les entrepreneurs et l'entrepreneuriat aient été étudiés par les historiens depuis de nombreuses années, la plupart de leurs études ont été centrées sur les entrepreneurs urbains et ont porté sur de nombreuses régions du monde. Les études qui ont été effectuées sur les personnes telles que Henry Ford et Cyrus McCormick n'ont pas été classées comme des entrepreneurs ruraux.

II.5.3. Limites environnementales

La plupart des études sur l'entrepreneuriat rural peuvent être classées de deux manières ; soit environnementales soit fonctionnelles. En outre, la plupart des études macro-environnementales sont orientées vers le développement rural dans les contextes nationaux et internationaux. Dans l'environnement international, peu ou pas de recherches ont été menées sur l'entrepreneuriat dans les régions rurales dans les pays industrialisés. En effet, il apparaît que plus d'études ont été réalisées sur l'entrepreneuriat rural dans les pays du tiers monde que dans les pays industrialisés. Dans deux études, le concept de « core - satellite model » a été examiné. Le core-satellite est un modèle où les entreprises de transformation des aliments qui entretiennent des liens avec les petits agriculteurs par le biais de contrats de production, de échange de intrants agricoles et de services pour assurer les livraisons des produits.

La première étude a analysé 12 cas dans quatre Pays d'Amérique centrale et du Sud (Mexique, Guatemala, Honduras, et la Bolivie), trois pays d'Afrique (Kenya, Tanzanie, et le Nigéria), et un pays en Asie (Thaïlande). Cette étude a examiné l'incidence du modèle et a formulé des recommandations.

La deuxième étude a examiné des études de cas : La Thaïlande, les Philippines, le Soudan, et la Turquie. Elle a également fourni un modèle conceptuel et de recommandations politiques.

Dans une troisième étude, à l'aide de 20 études de cas, DeBruijn¹⁸¹ et DeBoer analysent le concept des centres de service de la petite industrie en Asie (Indonésie, Inde, Sri Lanka, Fidji) et en Afrique (Liberia, Cameroun, Nigeria, Togo, Ghana, Soudan). Ils ont conclu que les centres de service de la petite industrie étaient moins performants par rapport aux attentes et ont formulé des recommandations pour l'amélioration de ces centres.

¹⁸¹ E.J. DeBruijn and S.J. DeBoer, "A Review of Rural Technology Development through Small-Scale Industry Service Centres," *International Journal for Development Technology*, 4, 21-35

Dans une quatrième étude, Ahwireng¹⁸²- Obeng a mis au point un nouveau concept de coopération pour l'utilisation dans les coopératives de production et a mis en valeur la souveraineté entrepreneuriale, l'individualisme, et la prise de décisions. Dans la cinquième étude, El-Namaki¹⁸³ a utilisé les données secondaires de l'Organisation Internationale du Travail pour montrer que la création de entreprises nouvelles et leur entretien est un processus très lent dans les pays en développement. Il a suggéré des incitations pour encourager les entrepreneurs.

Dans les études macro-environnementales de l'entrepreneuriat rural, la recherche est habituellement orientée vers une plus grande image du développement rural. Peu de ces articles sont empiriquement fondés. Il y a un réel besoin de classer et d'intégrer les études sur le développement rural qui sont liées à l'entrepreneuriat rural.

II.5.4. Limites empiriques

Des études de ce type utilisent généralement des sources de données secondaires sur une base macro. Par exemple, Miller a étudié la question de savoir si oui ou non les petites entreprises créent des emplois en milieu rural. Dans une autre étude, Miller a examiné la croissance de l'emploi dans les services en milieu rural et ses relations avec les industries de biens. Smith¹⁸⁴ quant à lui, a analysé les moyens de diversifier les économies rurales au moyen de petites entreprises non manufacturières. Plus tard, Killian¹⁸⁵ a analysé les résultats d'une telle diversification dans les économies rurales. Enfin, Darling¹⁸⁶ a cherché les manières d'aider au développement rural par le renforcement des capacités communautaires.

¹⁸² F. Ahwireng-Oberg, "Alternatives to Rural Production Systems: An Entrepreneurial Approach to Production Cooperatives in a Developing Economy," *Agricultural Administration*, 21, 21-32 (1986).

¹⁸³ M. S. S. El-Namaki, "Encouraging Entrepreneurs in Developing Countries," *Long Range Planning*, 21, 98-106 (1988).

¹⁸⁴ S. M. Smith, "Diversifying Smalltown Economies with Nonmanufacturing Industries," *Rural Development Perspectives*, 2, 18-22 (1988).

¹⁸⁵ M.S. Killian and T.F. Hady, "What is the Payoff for Diversifying Rural Economies?" *Rural Development Perspectives*, 4, 2-7 (1988)

¹⁸⁶ C.B. Flora and D.L. Darling, "Community Capacity Building to Take Advantage of Opportunities for Agricultural and Rural Development," in *Interdependences of Agriculture and Rural Communities in the Twenty-First Century: The North Central Region*, P.F. Korsching and J. Gildner, Eds., North Central Regional Center for Rural Development, Iowa State University, Ames, IA, pp. 201-213, 1986.

Dans les conditions de l'entrepreneuriat, la plupart des études ont été menées dans des environnements urbains ou métropolitains. Cependant, le gouvernement fédéral a tenté d'influer sur le développement de entreprises rurales à travers divers types de programmes politiques. Ces programmes ont inclus : (1) communautés rurales; (2) soutien aux entreprises en milieu rural (3) organisations gouvernementales et quasi-gouvernementales; (4) Centres de développement des petites entreprises; (5) les centres de services pour les petites industries; (6) les incubateurs ruraux; (7) la institution financière rurale; (8) extension des opérations de l'entrepreneuriat rural; et (9) programmes d'éducation à l'entrepreneuriat rural. Malheureusement, plusieurs de ces études sont de nature conceptuelle ou de défense des états financiers. Peu de ces articles ont été utiles dans le sens de la construction du domaine de l'entrepreneuriat rural.

Certains de ces mêmes politiques et programmes ont été évalués en ce qui a trait à leur incidence sur le développement rural et l'entrepreneuriat rural. Normalement, ces études d'impact ont tenté de mesurer l'efficacité et l'efficacités des programmes. Les études d'impact liées aux centres de développement des petites entreprises ont analysé : (1) l'aide du secteur public pour le lancement de nouvelles entreprises; (2) le développement de nouvelles. La plupart des données de ces études ont été recueillies par sondage et entrevues sur le terrain et ont utilisé des microdonnées.

II.5.5. Limites fonctionnelles

La recherche de l'entrepreneuriat dans un contexte rural est quasi inexistante. En vertu de la classification structurelle, la création de nouvelles entreprises semble être le principal domaine d'intérêt dans l'entrepreneuriat rural. Plus précisément, un ensemble de études a examiné les pépinières de entreprises dans les zones rurales. Ces études ont utilisé des études de cas et des macro-données rurales d'incubateurs individuels.

Un autre ensemble de études a également été lié à de nouvelles entreprises. La première est une étude de cas sur un programme pilote par la Texas Agricultural Extension Service. Plus précisément, il a analysé un programme de développement rural à travers l'ensemble de sa conceptualisation et sa mise en œuvre.

La seconde étude a examiné la création d'entreprises et d'affaires et leurs échecs par secteur et les facteurs qui influent sur la formation de nouvelles entreprises dans les zones rurales. Dans le secteur de la politique publique de l'entrepreneuriat individuel, plusieurs études ont analysé l'entreprise rurale et le concept de zone.

II.5.6. Limites relatives aux méthodes statistiques utilisées en entrepreneuriat rural

Dans la plupart des études sur l'entrepreneuriat rural, les données statistiques ayant servi à l'analyse du champ, sont issues principalement de macro-données issues de sources secondaires effectuées par les gouvernements ou les collectivités locales.

Quant aux études d'impacts, de grandes disparités sont observées dans les résultats dues aux sources de données primaires utilisées. C'est ainsi que l'on se retrouve avec des résultats contradictoires, et cela est dû essentiellement au fait que les chercheurs se soient focalisés uniquement soit sur l'entrepreneur soit sur son environnement et non pas sur les deux à la fois.

Actuellement, les études en entrepreneuriat ont commencé à utiliser:

- Les modèles mathématiques ;
- L'analyse de régression multiple ;
- L'analyse de classification ;
- L'analyse factorielle.

Au cours des 10 dernières années, il y a peu de changement dans les types de statistiques employées dans les études de l'entrepreneuriat individuel. Bien qu'il y ait eu un usage occasionnel de l'analyse de variance, l'analyse discriminante, et la régression multiple, plusieurs des études emploient encore relativement peu de méthodes statistiques élaborées telles que le rang, les écarts types et la régression linéaire.

II.6. Pistes de recherche sur l'entrepreneuriat rural

Chaque classification et sous-classification de la typologie de Wortman pourrait être caractérisée comme territoire vierge pour la recherche exploratoire. En l'absence d'études empiriques sur l'entrepreneuriat rural au Maroc, les thématiques qui vont être exposées ci-après touchent tous les aspects sur lesquels la recherche doit être approfondie.

II.6.1. Etudes théoriques

Un cadre global de l'entrepreneuriat rural comme sous-champs de l'entrepreneuriat doit être développé. Un tel cadre devrait inclure les variables théoriques et les relations entre ces variables. Elle devrait être fondée sur ce qui est connu au sujet de l'entrepreneuriat rural et ce que le contour de ce sous-champ devrait être.

Ce cadre serait encore plus clairement démontré par les grandes études qui ont besoin d'être terminées. Ce qui est également nécessaire dans le cadre n'est pas seulement ce qui se passe dans chacune des catégories, mais une analyse systématique de l'entrepreneuriat rural et un travail conceptuel (p. ex., économique) suivi d'un cadre théorique qui permettrait de démontrer les relations entre les parties de sous-jacentes et de relatives au cadre global.

II.6.2. Études historiques

Actuellement, les études historiques de entrepreneurs ruraux seraient utiles. En codifiant l'étude des entrepreneurs ruraux qui a été réalisée, mais isolée du sous-champ de l'entrepreneuriat rural, l'histoire de l'entrepreneuriat rural devrait être grandement améliorée. D'une telle codification, les chercheurs seraient en mesure de commencer leur examen des différences urbaines rurales et les orientations culturelles dans un comportement entrepreneurial. Quelques-uns ont suggéré des questions historiques suivantes :

- H.1. Quels types de biographies de entrepreneurs ruraux devraient être développés?
- H.2. comment évoluent les entrepreneurs ruraux au fil du temps ? Que deviennent-ils ?
- H.3. Quels types de documents historiques peuvent être utilisés pour fournir un panorama sur l'entrepreneuriat? Ya-il des études sur l'uniformité de l'entrepreneuriat rural ?

II.6.3. Études environnementales

Bien que la plus grande partie de l'examen de la recherche sur l'entrepreneuriat rural ci-dessus portait sur la description de l'environnement de l'entrepreneur en milieu rural, la plupart des études ont rapporté des données avec peu ou pas d'analyses statistiques. Par conséquent, les études portant sur les programmes et les politiques mentionnées ci-dessus pourraient être utiles si elles ont employé des plans de recherche et utilisé des statistiques afin de rendre la recherche plus généralisable. Les études portant sur les facteurs environnementaux sont nécessaires à la fois sur des bases micro et macro. Un échantillon de ces questions suivantes :

- Quels facteurs environnementaux exogènes ou endogènes peuvent influencer l'entrepreneuriat rural ?
- Y a-t-il des relations significatives entre l'environnement externe et interne ?
- Les communautés rurales sont-elles des incubateurs de potentiels entrepreneurs ruraux ?
- Existe-t-il une relation entre les institutions rurales dans une commune rurale et l'entrepreneur rural ?

Des études comparatives d'entrepreneurs et de l'entrepreneuriat dans des contextes urbains et ruraux seraient utiles pour l'examen de la contribution de l'entrepreneuriat rural au développement économique rural.

L'entrepreneuriat individuel a été largement étudié en milieu urbain. Dans le contexte rural, beaucoup de nouvelles études pourraient être entreprises parce qu'il n'y a pas d'études empiriques sur les entrepreneurs ruraux.

Il y a quelques études sur les propriétaires exploitants des petites entreprises et qui peuvent ou non être entrepreneurs.

Les premières questions sont liées à la structure, tandis que les autres questions sont associées au comportement d'entrepreneurs individuels.

Un modèle des caractéristiques personnelles d'un entrepreneur individuel doit être développé

Conclusion

Appliquée à l'entrepreneuriat, l'approche fonctionnelle combine les facteurs personnels et les facteurs environnementaux pour expliquer et prédire le comportement entrepreneurial. Or, le phénomène étant complexe et multidisciplinaire, avec des définitions ne faisant pas forcément consensus, il est difficile de délimiter un nombre suffisant d'activités et d'objet d'étude.

Bien que l'approche par les processus soit féconde pour la recherche en entrepreneuriat, elle n'en demeure pas moins comme les autres approches incomplète et limitée. Ces limites sont directement liées à celles du paradigme des sciences naturelles classiques dans lequel elles s'inscrivent implicitement.

En somme, selon Verstraete et Fayolle (2005), l'approche par la création d'une opportunité d'affaires définit le stade de génération de l'idée en une opportunité en ayant toutefois une vision objectiviste de l'opportunité comme chose à découvrir. À l'opposé, l'approche par la création d'une organisation réintroduit l'action d'ordonner ou de structurer le réel que suppose tout acte de création sous les multiples formes organisées que sont le modèle d'affaires, le plan d'affaires, le prototype de produit et l'entité créée. Cette approche se concentre davantage sur la phase de élaboration du projet et de lancement des activités jusqu'à ce que l'organisation se stabilise. Une des limites de celle-ci est de élargir l'acte entrepreneurial à toute nouvelle action d'organiser, quel que soit le milieu. Cette lacune que l'approche par la création de valeur compense en réintroduisant un principe essentiel de l'entrepreneuriat, celui du degré d'innovation ou de la valeur créée via l'organisation impulsée par l'individu qui est aussi engagé dans une dynamique de transformation au niveau personnel. La création effective de valeur n'intervient généralement qu'au cours du dernier stade : celui d'une organisation entrepreneuriale stabilisée, évaluée par des indicateurs d'activités, de performance et de résultats.

L'entrepreneuriat est le phénomène d'émergence et d'exploitation de nouvelles opportunités créatrices de valeur économique ou sociale, déclenché et rendu possible par l'initiative et la dynamique d'innovation de l'entrepreneur, en interaction avec son environnement. Par son regard différent sur l'environnement, l'entrepreneur identifie des opportunités pour en faire une nouvelle idée et en faire naître un nouveau développement économique. Ce développement économique est un vecteur de changement dans lequel il inscrit lui-même. Le fait même de trouver, de créer ou de façonner une opportunité donne du sens et de la valeur. La valeur ainsi créée a également un impact fort sur lui et peut le transformer dans ses caractéristiques. Une triple transformation accompagne ce processus (Coster, 2009) :

- Transformation d'un porteur de projet en entrepreneur selon une dynamique et une logique personnelles et identitaires
- Transformation d'une idée en opportunités commerciales ou sociales et en business model dans une dynamique et une logique plus souvent économique
- transformation d'un groupe de personnes en organisation entrepreneuriale effective, selon une dynamique et une logique de l'action collective.

Cette section nous a permis de poser les prémisses de notre travail afin de comprendre ce qu'est l'entrepreneuriat, comment le phénomène a été appréhendé dans les disciplines qui constituent ses bases - et plus particulièrement en psychologie - et quels sont les modèles théoriques qui ont émergé des différentes réflexions. L'exposé de ces différentes approches qui jalonnent l'histoire de l'entrepreneuriat nous permet de comprendre l'importance attribuée à chaque dimension dans les recherches actuelles. Cela permet de prendre en compte tous les facteurs qui influent sur le comportement de création d'entreprises et qui contribuent à son explication.

Toutefois pour pouvoir comprendre le phénomène entrepreneuriat, il convient de considérer la personne (qui agit pour développer une activité entrepreneuriale) avec ses caractéristiques psychosociales comme résultantes des interactions complexes entre les variables personnelles et contextuelles.

Il ressort des tentatives d'appréhension du phénomène entrepreneurial que le processus et ses acteurs ont fait l'objet d'approches différentes. Les idées issues de ces réflexions ont apporté des éléments à la compréhension de l'entrepreneuriat. Cependant, chacune des approches ne tient pas compte des propositions des autres et dans ce contexte, l'appréhension du phénomène est restée pendant longtemps partielle. Cette partialité s'explique par l'attitude du chercheur qui s'oriente vers une approche plutôt qu'une autre. L'étude de l'entrepreneuriat n'intéresse pas seulement les chercheurs en économie, ce qui explique le côté multidimensionnel de la notion. Plusieurs approches aux perspectives théoriques et méthodologiques différentes jalonnent son histoire.

Bien qu'une définition de l'entrepreneuriat rural ait été donnée précédemment dans cette section, ce n'est qu'un premier effort de définition de l'expression. La relation de l'entrepreneuriat rural pour le développement des collectivités rurales, le développement économique rural, et le développement culturel en milieu rural doit être étudiée de façon systématique. La relation entre l'entrepreneuriat rural et l'entrepreneuriat urbain doit être examinée. La conceptualisation dans la partie rurale de l'entrepreneuriat est probablement plus importante que la collecte de données supplémentaires sur une base macro avec peu ou pas d'analyse statistique. En d'autres termes, la conceptualisation doit jeter les bases pour la recherche sur les composantes de l'entrepreneuriat rural et pour la recherche sur les relations entre ces composants.

Chapitre 2 : L'espace rural, milieu entrepreneurial

Introduction

Au Maroc, le monde rural a toujours occupé un poids socio-économique important. Il pèse environ 20 % du PIB, recèle 43 % des actifs du pays, assure plus de 72 % des besoins en céréales du pays, 87 % des besoins en lait et 100 % en viandes ou encore en fruits et légumes. C'est dire l'importance du monde rural pour un développement intégré du pays. Toutefois, occupant plus de 90 % de la superficie du Royaume, le monde rural accuse un retard notable en termes d'indicateurs de développement (faiblesse des infrastructures, enclavement, faible accès aux services de base, précarité, analphabétisme).

Ces faiblesses structurelles, la pauvreté et les sécheresses qui affectent de temps en temps le Royaume ont fortement contribué à l'exode rural. En 1956, 70 % des Marocains vivaient en milieu rural, alors qu'en 2014 selon le dernier recensement, sous l'effet surtout de l'exode rural, moins de 40 % de la population marocaine vit dans les régions rurales du Royaume. En effet, le monde rural compte désormais 13,42 millions d'habitants. Cet exode a fragilisé les équilibres vivriers dans la mesure où l'accroissement considérable du nombre de consommateurs urbains ponctionne une part importante des forces vives de l'agriculture qui continue à assurer plus du tiers des emplois du pays.

Face à cette situation et à travers le nouveau découpage administratif, l'Etat souhaite garantir à chaque région le minimum en termes de ressources naturelles, humaines, urbanistiques et économiques valorisables, ainsi que d'infrastructures nécessaires à son développement.

La répartition du pays en 12 régions, 17 wilayas, 62 provinces, 13 préfectures et 1 503 communes, dont 1 282 communes rurales, soit 85 % des communes du pays, visent à aider les entités territoriales à réaliser leur développement et à consacrer la politique de proximité. Cette volonté vient s'ajouter aux politiques menées depuis deux décennies par l'État dans le but d'atténuer le désenclavement et la faiblesse de l'accès aux services de base du monde rural. Des politiques ont permis de réaliser des avancées considérables.

Ainsi, l'enclavement étant considéré comme l'un des principaux obstacles du développement du monde rural, plusieurs projets ont été initiés par l'État au cours des 20 dernières années pour réduire les disparités entre le monde urbain et le monde rural. C'est ainsi qu'a été lancé en 1995 le Programme National des Routes Rurales -PNRR1- (1995-2005) qui a permis la réalisation de 11 236 km sur la période, portant le taux d'accessibilité du monde rural à 54 %.

Ces réalisations ont conduit à la mise en place du PNRR2 sur la période 2005-2012, étendue à 2015, avec, à la clé, la réalisation de 14 300 km à fin 2014 et le désenclavement de 3 millions d'habitants. Ces deux programmes ont ainsi permis la réalisation de plus de 25 500 km linéaires de routes rurales en deux décennies et porté le taux d'accessibilité à 80 %, contribuant à la réduction des disparités entre les provinces.

Outre l'enclavement, les populations du monde rural souffraient de l'accès à l'eau potable et à l'électricité. En matière d'accès à l'eau potable, l'État a mis en place, en 1995, le Programme d'Approvisionnement Groupé en Eau potable des populations Rurales (PAGER). Grâce à ce programme, le taux d'accès des populations rurales à l'eau potable est passé de seulement 14 % en 1994 à hauteur de 94 % en 2013, permettant d'assurer la couverture à 12,6 millions d'habitants. Ce processus de généralisation d'accès à l'eau potable dans le monde rural sera poursuivi avec l'objectif d'atteindre un taux de 96,5 % en 2017.

Dans le même sillage a été lancé en 1996 le Programme d'Électrification Rurale Global visant à généraliser l'accès des populations rurales à l'électricité. Cette politique a permis de faire passer le taux d'électrification du monde rural de 18% en 1995 à 98,99 % en 2014 et le Gouvernement table sur un taux de 99,7 % à l'horizon 2017. Le désenclavement et l'accès des populations à l'eau et à l'électricité au niveau du monde rural ont contribué à la réalisation de plusieurs projets qui ont permis le développement de la production d'huile d'olive, d'huile d'argan et autres produits du terroir. Si la mise en place des infrastructures de base a permis de réduire les disparités entre le monde urbain et le monde rural, il n'en demeure pas moins que la précarité est restée très prépondérante en milieu rural. De même, l'accès à l'école et à la santé reste loin d'être généralisé.

Face à cette situation, l'Initiative Nationale du Développement Humain (INDH) a été lancée en 2005. Une initiative qui vise à lutter contre la pauvreté et l'exclusion en s'attaquant aux déficits sociaux de base (éducation, santé) et à promouvoir les activités génératrices d'emplois et de revenus stables. Les principaux secteurs ciblés par l'INDH sont la santé (construction de centres de santé, acquisition d'ambulances, logements pour les équipes médicales), l'éducation (construction d'écoles, construction de logements pour les enseignants), l'eau potable, l'électricité, les routes et les activités génératrices de revenus. L'INDH a permis la réalisation de plusieurs objectifs. Durant la période 2005-2010, 22 000 projets et actions de développement, dont 3 700 activités génératrices de revenus, ont été concrétisés au profit de plus de 5,2 millions de bénéficiaires. Les projets mis en œuvre dans le cadre de cette initiative ont mobilisé des investissements de 14,1 milliards de dirhams, dont une contribution de l'INDH de l'ordre de 8,4 milliards de dirhams.

Une partie importante des projets réalisés sont relatifs au programme de lutte contre la pauvreté en milieu rural. Pour la période 2011-2015, plus de 18 000 projets ont été réalisés ou lancés au profit de 4 millions de personnes et 4 300 activités génératrices de revenus ont été créées. Cette seconde phase cible 702 communes rurales et 532 quartiers urbains. Globalement, si des avancées notables ont été obtenues au cours de ces dernières années, il n'en demeure pas moins que le fossé entre le rural et l'urbain demeure encore important.

Face à cette situation, la Stratégie Nationale de Développement Rural (SNDR) a été mise en place. Celle-ci dissocie le développement rural et le développement agricole et propose d'aborder le développement rural en respectant un certain nombre de principes comme la participation des acteurs locaux, la territorialisation et l'intégration des actions de l'État.

I- Approches théoriques

I. 1 Revue de littérature de l'espace rural

Avant d'examiner les défis auxquels font face les entreprises rurales, leurs propriétaires et les méthodes de répondre, il est important de définir l'espace rural (Dinis¹⁸⁷, 2006, Montgomery¹⁸⁸, 1999). Il y a divers degrés de « ruralité » qui peuvent avoir une incidence sur les entreprises. En définissant le terme, les collectivités, les entreprises, les défis et d'autres problèmes peuvent se prêter à l'examen et à la comparaison. Cette étape n'est cependant pas sans difficulté pour les raisons qui sont exposées ci-dessous. Halfacree¹⁸⁹ (1993) a estimé que la définition de l'espace rural a été discutée pendant plus de 70 ans et ce débat n'a pas donné naissance à une définition qui fait l'unanimité. La section suivante examine les défis de la définition de "rural", décrit les différentes définitions utilisées et enfin, fournit la définition qui va être utilisée dans cette recherche.

¹⁸⁷ Dinis, A. (2006) *Marketing and Innovation: Useful Tools for Competitiveness in Rural and Peripheral Areas*. *European Planning Studies*, 14 (1), 9-22.

¹⁸⁸ Montgomery, J. C. (1999) *An Investigation into the Issues Shared by Professionals Living and Working in Rural Communities in British Columbia*, PhD, James Cook University.

¹⁸⁹ Halfacree, K. H. (1993) *Locality and Social Representation: Space, Discourse and Alternative Definitions of the Rural*. *Journal of Rural Studies*, 9 (1), 23-37.

I.1.1 Défis associés à la définition du terme " rural "

Malgré la nécessité d'une définition commune pour permettre les comparaisons, il y a plusieurs problèmes liés à la définition du terme "rural". Premièrement, le terme est souvent utilisé sans définition explicite (Montgomery, 1999) ou avec une interface intuitive pour la compréhension du concept, ce qui peut conduire à des idées contradictoires ou une association avec des localisations périphériques, de ce fait, le lien est difficile parfois à établir (Bryden¹⁹⁰ et al., 2000, Deavers¹⁹¹, 1992, Montgomery¹⁹², 1999).

Un emplacement peut être périphérique, c'est-à-dire, en marge et à une certaine distance du centre, sans nécessairement être rural. Les régions rurales peuvent également être à proximité des centres urbains. La compréhension intuitive tend à associer à la vie du village rural, l'agriculture, la vie simple, et un état d'esprit. En d'autres termes, il est souvent perçu comme un endroit épargné par les problèmes rencontrés dans les zones urbaines (Bryden, 1994, du Plessis¹⁹³ et al., 2004, Furuseth¹⁹⁴, 1998, Robinson¹⁹⁵, 1990, Vyakarnam¹⁹⁶ et coll., 1990).

¹⁹⁰ Bryden, J. & Munro, G. (2000) *New Approaches to Economic Development in Peripheral Rural Regions*. *Scottish Geographical Journal*, 116 (2), 1-14.

¹⁹¹ Deavers, K. (1992) *What Is Rural?* *Policy Studies Journal*, 20 (2), 184-189.

¹⁹² Montgomery, J. C. (1999) *An Investigation into the Issues Shared by Professionals Living and Working in Rural Communities in British Columbia*, PhD, James Cook University.

¹⁹³ du Plessis, V., Beshiri, R., Bollman, R. D., et al. (2002) *Definitions of "Rural"*, Ottawa, Ontario: Industry Canada.

¹⁹⁴ Furuseth, O. (1998) *Service Provision and Social Deprivation*. In Ilbery, B. (Ed.) *The Geography of Rural Change*. Harlow, UK: Longman.

¹⁹⁵ Robinson, G. M. (1990) *Conflict and Change in the Countryside: Rural Society, Economy and Planning in the Developed World*, London, UK: Belhaven Press.

¹⁹⁶ Vyakarnam, S. & McCullough, M. (1990) *Needs Assessment of a Rural Community in the UK*. In Vyakarnam, S. (Ed.) *When the Harvest Is In: Developing Rural Entrepreneurship*. London, UK: Intermediate Technology Publications.

Deuxièmement, il est de plus en plus difficile de délimiter clairement les zones rurales et urbaines, car le mode de vie dans les deux est de plus en plus semblable (Bollman¹⁹⁷ et coll., 1992, Ferrao¹⁹⁸ et al., 2004, Halfacree, 1993, Labrianidis¹⁹⁹, 2004b, Lewis²⁰⁰, 1979). Le terme urbain n'est pas souvent clairement défini, mais comprend généralement une hypothèse de grande densité de population, de entreprises, de commerces, de culture et de autre chose que on ne trouve pas généralement dans les zones rurales. Dans le contexte actuel, la différence entre les zones urbaines et les zones rurales peut être au niveau de savoir si un guichet automatique bancaire ou un café exotique est disponible. En outre, il y a de plus en plus d'interactions entre ces deux zones puisque les gens se déplacent des zones rurales vers les centres urbains pour l'emploi, les commerces, et d'autres activités et les gens voyagent au sens inverse pour les loisirs. Dans de nombreux pays et régions, cette interaction a poussé à une migration inverse des villes vers les communautés rurales (Atterton²⁰¹, 2003, Blackburn et al., 1993, Gillis²⁰², 2004, Johnson²⁰³ et al., 1995, Keeble²⁰⁴ et al., 1995, O'Malley²⁰⁵, 1994, Robinson²⁰⁶, 1990, Townroe et al., 1993, Vyakarnam et coll., 1990).

¹⁹⁷ Bollman, R. D. & Biggs, B. (1992) Rural and Small Town Canada: An Overview. In Bollman, R. D. (Ed.) *Rural and Small Town Canada*. Toronto, Ontario: Thompson Educational Publishing.

¹⁹⁸ Ferrao, J. & Lopes, R. (2004) *Understanding Peripheral Rural Areas as Contexts for Economic Development*. In Labrianidis, L. (Ed.) *The Future of Europe's Rural Peripheries*. Aldershot, England: Ashgate Publishing.

¹⁹⁹ Labrianidis, L. (2004b) Introduction. In Labrianidis, L. (Ed.) *The Future of Europe's Rural Peripheries*. Aldershot, England: Ashgate Publishing.

²⁰⁰ Lewis, G. J. (1979) *Rural Communities*, London, UK: David & Charles. Lichtenstein, G. A. & Lyons, T. S. (1996) *Incubating New Enterprises: A Guide to Successful Practice*, Washington, D.C.: The Aspen Institute.

²⁰¹ Atterton, J. (2003) Entrepreneurial Networking in the Highlands and Islands of Scotland and the Implications for Economic and Social Development, *Reinventing Regions in a Global Economy Regional Studies Association International Conference*, Pisa, Italy.

²⁰² Gillis, C. (2004) *The War between Town and Country*. *Maclean's*, November 29, 50-59.

²⁰³ Johnson, J. D. & Rasker, R. (1995) *The Role of Economic and Quality of Life Values in Rural Business Location*. *Journal of Rural Studies*, 11 (4), 405-416.

²⁰⁴ Keeble, D. & Tyler, P. (1995) *Enterprising Behaviour and the Urban-Rural Shift*. *Urban Studies*, 32 (6), 975-997.

²⁰⁵ O'Malley, S. (1994) *The Rural Rebound*. *American Demographics*, 16 (5), 24-29.

²⁰⁶ Robinson, G. M. (1990) *Conflict and Change in the Countryside: Rural Society, Economy and Planning in the Developed World*, London, UK: Belhaven Press.

Troisièmement, il y a beaucoup de variété de zones rurales, ce qui permet une définition générale limitée dans son utilité (Dinis²⁰⁷, 2006, Hoggart²⁰⁸, 1990, Labrianidis²⁰⁹, 2004b, Shucksmith²¹⁰, 1994). Ces différences sont nombreuses et peuvent inclure des variations et de la variété dans les zones industrielles, les possibilités économiques, la démographie de la communauté, le climat et la proximité de zones urbaines (Bollman²¹¹ et coll., 1992, Bryden²¹², 1994, Halseth²¹³, 2004, Polese et al., 2002, Stathopoulou²¹⁴ et coll., 2004). Par conséquent, il devient difficile de comparer les endroits (Kalantaridis, 2004).

Cela signifie également que différentes options de développement économique se présentent avec certains avantages accordés aux collectivités qui sont plus proches ou ont un accès plus facile aux zones urbaines par rapport à celles des communautés qui sont plus loin ou ne sont pas aussi facilement accessibles.

²⁰⁷ Dinis, A. (2006) *Marketing and Innovation: Useful Tools for Competitiveness in Rural and Peripheral Areas*. *European Planning Studies*, 14 (1), 9-22.

²⁰⁸ Hoggart, K. (1990) *Let's Do Away with Rural*. *Journal of Rural Studies*, 6 (3), 245-257.

²⁰⁹ Labrianidis, L. (2004b) *Introduction*. In Labrianidis, L. (Ed.) *The Future of Europe's Rural Peripheries*. Aldershot, England: Ashgate Publishing.

²¹⁰ Shucksmith, M. (1994) *Conceptualising Post-Industrial Rurality*. In Bryden, J. (Ed.) *Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series*. Guelph, Ontario: University of Guelph. Skuras, D., Meccheri, N., Moreira, M. B., et al. (2005a) *Business Growth and Development Trajectories in Lagging and Remote Areas of Southern Europe*. *European Urban and Regional Studies*, 12 (4), 335-351.

²¹¹ Bollman, R. D. & Biggs, B. (1992) *Rural and Small Town Canada: An Overview*. In Bollman, R. D. (Ed.) *Rural and Small Town Canada*. Toronto, Ontario: Thompson Educational Publishing.

²¹² Bryden, J. (1994) *Some Preliminary Perspectives on Sustainable Rural Communities*. In Bryden, J. (Ed.) *Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series*. Guelph, Ontario: University of Guelph.

²¹³ Halseth, G. & Ryser, L. (2004) *Service Provision in Rural and Small Town Canada: Cross-Canada Summary Report*, Prince George, British Columbia: University of Northern British Columbia.

²¹⁴ Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. & Skuras, D. (2004) *Rural Entrepreneurship in Europe: A Research Framework and Agenda*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10 (6), 404-425. Statistics Canada (2001a) *Census Metropolitan Area and Census Agglomeration Influenced Zones (Miz): A Description of Methodology*, Joint UNECE/EUROSTAT Work Session on Methodological Issues Involving the Integration of Statistics and Geography, Tallinn, Estonia.

Ces avantages peuvent inclure une plus grande circulation des personnes, des biens et des services entre les zones avec un accès plus facile à un plus grand marché et au transport et autres infrastructures d'affaires importantes (Barnes²¹⁵ et al., 1994, Walisser²¹⁶ et al., 2005).

Compte tenu des variétés des zones rurales de, il n'y a pas de définition générale de l'espace rural. Cependant, il est toujours nécessaire de créer des types de classification qui peuvent délimiter les frontières pour être utilisés dans la recherche et les politiques du gouvernement. En réponse à ce besoin, les chercheurs et les gouvernements ont défini plusieurs types de définitions. Ceux-ci sont examinés dans la section suivante.

I.1.2. Types de définitions pour les régions rurales

Il y a trois façons principales dont les régions rurales sont conceptualisées pour fins de recherche et de politique (Gambino²¹⁷ et al., 2004, Rousseaux²¹⁸, 1994). Il s'agit notamment de :

1. Une définition négative ;
2. Une définition sociale ;
3. Une définition géographique.

Chacune de ces définitions est examinée en essayant de déterminer une définition appropriée pour cette recherche.

²¹⁵ Barnes, T. J. & Hayter, R. (1994) Economic Restructuring, Local Development and Resource Towns: Forest Communities in Coastal British Columbia. *Canadian Journal of Regional Science*, 17 (3), 289-310.

²¹⁶ Walisser, B., Mueller, B. & McLean, C. (2005) *The Resilient City: Vancouver Working Group Discussion Paper, Vancouver, British Columbia: Government of British Columbia*. Walker, E. & Brown, A. (2004) *What Success Factors Are Important to Small Business Owners? International Small Business Journal*, 22 (6), 577-595.

²¹⁷ Gambino, M., Bacconnier-Baylet, S. & Rayssac, S. (2004) *Emerging Representations of Rurality, Europe at the Margins: EU Regional Policy, Peripherality and Rurality, Angers, France*.

²¹⁸ Rousseaux, K. B. (1994) *Concepts of Rurality and Remoteness: How Important Are They? An International Conference on Issues Affecting Rural Communities, Townsville, Queensland, Australia*. Rowe, B. R. & Hong, G.-S. (2000) *The Role of Wives in Family Businesses: The Paid and Unpaid Work of Women. Family Business Review*, 13 (1), 1-13.

1.1.2.1. Une définition négative

Le résultat final de la définition ci-dessus est que souvent, les défis d'une définition de l'espace rural deviennent négatifs. En d'autres termes, la zone rurale est définie par ce qui n'existe pas par rapport au milieu urbain (Saraceno cité dans Bryden, 1994, Polese et al., 2002, Robinson, 1990).

Cette définition tend à se concentrer sur les inconvénients des zones rurales par rapport aux zones urbaines. Ces inconvénients peuvent inclure l'éloignement des marchés, une trop grande dépendance par rapport aux industries primaires, et parfois, un conflit dans l'espace et son utilisation appropriée (Blackburn et al., 1993, Robinson, 1990). Une limitation de cette définition est qu'elle peut être difficile à mettre en pratique, compte tenu de son caractère négatif et tend à se confondre avec les espaces non qualifiés. Il n'y a pas de définition commune pour les zones urbaines et ce type d'espace varie également en termes de bases industrielles, des possibilités économiques, de la démographie, du climat et de la proximité par rapport à d'autres grandes zones urbaines.

En outre, une définition négative ne reconnaît pas les différences entre les zones rurales. Par conséquent, la gamme d'options pour le développement économique dans les zones rurales est limitée parce qu'il n'y a pas de réponse globale à tous les types de zones rurales (Bryant²¹⁹ et al., 2001).

1.1.2.2. Définition sociale

Les régions rurales peuvent également être conçues en termes sociaux. Halfacree (1993) souligne que les régions rurales peuvent être définies en termes de ce que le « l'espace » signifie pour les individus et la façon dont ils le perçoivent et y répondent.

²¹⁹ Bryant, C. & Joseph, A. E. (2001) *Canada's Rural Population: Trends in Space and Implications in Place. Canadian Geographer*, 45 (1), 132-137.

Ces interprétations ont tendance à se référer à des facteurs tels que l'agriculture, les ressources naturelles, le patrimoine, et la nature (1992), Deavers²²⁰ Ferrao et al., 2004, Reimer, 2005, Stauber, 2001). Étant donné que le monde rural est considéré comme un ensemble d'individus, il ne peut y avoir de compréhension des représentations contradictoires entre les résidents locaux ainsi qu'avec des étrangers (Hoggart²²¹ et al., 1987, Reimer, 2005, Shucksmith²²², 1994). Enfin, dans cette perspective, les distinctions sociales entre les zones urbaines et rurales sont en surbrillance. Les zones rurales sont généralement perçues comme des entités de étroites relations avec les voisins et leur communauté tandis que les villes sont caractérisées par des relations de moindre proximité (Robinson, 1990).

Un inconvénient de cette définition est que, depuis que les régions rurales sont une représentation sociale, il peut y avoir une mentalité rurale dans les personnes résidentes en zones urbaines et vice versa (Rousseaux, 1994). Ainsi, il y a un défi associé à l'identification exacte où une région rurale existe dans un sens physique, ce qui limite son utilisation comme définition lorsque la géographie et l'emplacement réel d'une entreprise sont des facteurs importants pour l'étude. En conséquence, d'autres conceptions et définitions de l'espace rural sont considérées.

1.1.2.3. Définition géographique

La définition finale s'appuie sur les caractéristiques géographiques d'une zone rurale. Il y a plusieurs définitions géographiques avec plusieurs caractéristiques en commun. Ils ont tendance à se concentrer sur l'emplacement physique, la faible densité de population et une dépendance économique par rapport aux ressources naturelles et à l'agriculture, comme aspects communs des zones rurales (Apedaile²²³, 2004, Deavers, 1992, Halseth, 2004, Hobbs et Blodgett dans Malecki²²⁴, 2003, Robinson, 1990).

²²⁰ Deavers, K. (1992) *What Is Rural?* *Policy Studies Journal*, 20 (2), 184-189.

²²¹ Hoggart, K. (1990) *Let's Do Away with Rural*. *Journal of Rural Studies*, 6 (3), 245-257.

²²² Shucksmith, M. (1994) *Conceptualising Post-Industrial Rurality*. In Bryden, J. (Ed.) *Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series*. Guelph, Ontario: University of Guelph.

²²³ Apedaile, L. P. (2004) *The New Rural Economy*. In Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Building for Success: Explorations of Rural Community and Rural Development*. Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.

²²⁴ Malecki, E. J. (1994) *Entrepreneurship in Regional and Local Development*. *International Regional Science Review*, 16 (1 & 2), 119-153.

Compte tenu des variations entre les zones rurales, plusieurs typologies ont été créées avec différentes variables en ce qui concerne les facteurs ci-dessus et placent les zones rurales le long d'un continuum entre les zones rurales et les zones urbaines (Mason²²⁵ et al., 1993, Montgomery²²⁶, 1999). L'un des premiers à être mis au point a été le continuum Cocks de la ruralité, développé en Angleterre. Il est composé de cinq catégories allant de la ruralité extrême vers les villes en fonction de certaines variables. Ces variables comprennent la densité de la population, la démographie, le pourcentage de ménages disposant d'une plomberie intérieure, pourcentage de migrants et de la distance des grands centres urbains (Cloke²²⁷, 1977, Robinson, 1990).

D'autres continuums ont été mis au point pour d'autres paramètres afin de régler les détails de ces zones rurales, en raison de la variété des zones rurales et l'importance relative que les chercheurs souhaitent mettre sur différentes variables. Dans le contexte américain, Beale a mis au point une série similaire de classifications, appelée les Codes de Beale, qui mettent l'accent sur la taille de la population et de la position relative aux zones métropolitaines en ce qui a trait aux déplacements de la main-d'œuvre. Ces codes ont été plus tard modifiés pour une ultérieure utilisation dans d'autres pays (Beale, 2004, Ehrensaft et al., 1992).

En revanche, d'autres chercheurs utilisent des éléments tels que les équipements et la pauvreté des zones pour classer en catégories les périphéries urbaines (celles à l'intérieur d'un périmètre de 90 minutes d'une zone urbaine), des services et équipements et à faible densité de population (zones à faible densité de population et d'infrastructures) et d'un niveau de pauvreté (zones à forte pauvreté) à l'intérieur des États-Unis en vue d'insister sur une autre série de variables.

²²⁵ Mason, C. & Harrison, R. (1993) *Spatial Variations in the Role of Equity Investment in the Financing of SMEs*. In Curran, J. & Storey, D. (Eds.) *Small Firms in Urban and Rural Locations*. London, UK: Routledge.

²²⁶ Montgomery, J. C. (1999) *An Investigation into the Issues Shared by Professionals Living and Working in Rural Communities in British Columbia*, PhD, James Cook University.

²²⁷ Cloke, P. J. (1977) *An Index of Rurality for England and Wales*. *Regional Studies*, 11 (1), 31-46.

Une typologie similaire est utilisée dans le contexte de l'Union européenne (Blunden²²⁸ et al., 1998). Dans de nombreuses études anglaises, la classification utilisée se concentre sur les zones rurales accessibles situées principalement dans le sud de l'Angleterre et les zones rurales moyennes éloignées dans les régions du nord (Carmichael²²⁹ et al., 2004, Keeble²³⁰ et al., 1992, North²³¹ et al., 1996). L'Écosse, en réponse à des distances entre ses collectivités, a développé son propre système de classification qui prend en compte le temps de déplacement entre les centres (Scottish Executive, 2004). Cette classification est examinée plus en détail dans ce qui suit.

Pour le Canada, Polese et Shearmur (2002) s'intéressent à la périphérie, qui comprend de nombreuses zones rurales, comme les parties du pays qui sont situées à une heure et demie de route de la ville de plus de 500 000 habitants. Ils ont choisi une heure et demie, parce que ce temps est considéré comme une éventuelle limitation afin d'accéder facilement à un grand centre urbain, ce qui tend à être le centre de développement économique, politique et social, et de prise de décisions. Un inconvénient à cette définition réside dans le fait qu'elle n'a pas fait une distinction explicite entre zones urbaines et rurales dans une périphérie.

La limite de cette définition est constituée des faibles niveaux de densité de la population, il y a de nombreuses petites villes qui sont situées à plus d'une demi-heure de distance, sans pour autant être rurales. Encore une fois, cela met en lumière les défis de l'élaboration de solutions pour la recherche quand les distances par rapport aux grands centres urbains sont encore plus lointaines.

²²⁸ Blunden, J. R., Pryce, W. T. R. & Dreyer, P. (1998) The Classification of Rural Areas in the European Context: An Exploration of a Typology Using Neural Network Applications. *Regional Studies*, 32 (2), 149-160.

²²⁹ Carmichael, E. & Johnston, K. (2004) *Determining Whether Small and Medium Sized Enterprises in Rural Areas Are Disadvantaged: Evidence from SMEs in Rural and Urban Scotland, Europe at the Margins: EU Regional Policy, Peripherality and Rurality, Angers, France.*

²³⁰ Keeble, D., Tyler, P., Broom, G., et al. (1992) *Business Success in the Countryside: The Performance of Rural Enterprise, London, UK: HMSO.*

²³¹ North, D. & Smallbone, D. (1996) *Small Business Development in Remote Rural Areas: The Example of Mature Manufacturing Firms in Northern England. Journal of Rural Studies*, 12 (2), 151-167.

Bien que ces typologies commencent à fournir des indications pour une définition globale, elles présentent des limites. Par exemple, les seuils des catégories sont quelque peu arbitraires et souvent établis en l'absence de bases théoriques solides.

Au Maroc, on définit la municipalité rurale quand elle a moins de 10 000 habitants. Bien qu'on admette que ce nombre est quelque peu arbitraire, il correspond à peu près au seuil à partir duquel une communauté rurale nécessite une infrastructure urbaine pour se développer convenablement. Dans de nombreux cas, les classifications sont réglées avec la croissance démographique, avec les progrès de la technologie, de l'infrastructure et de l'évolution de bases industrielles (Robinson, 1990 ; Robinson, 2001).

I.1.3. Limites liées à la définition de l'espace rural

Bien que les définitions négatives, géographiques et sociales aient été utilisées dans de nombreuses études, elles présentent des limites qui freinent leur applicabilité à l'étude de l'entrepreneuriat rural, du fait qu'elles se focalisent essentiellement sur l'emplacement physique des entreprises rurales. Comme indiqué ci-dessus, les définitions négatives et les définitions sociales sont difficiles à mettre en œuvre parce qu'elles considèrent l'espace rural sous une seule et unique facette.

En outre, bien que de nombreuses définitions géographiques prennent en compte la notion de distance, elles le font souvent sous l'angle du déplacement de la main-d'œuvre. En d'autres termes, elles ne considèrent que le pourcentage de la population qui se rend dans les grands centres urbains pour l'emploi. Il y a deux problèmes avec cette perspective. En premier lieu, la présente étude est axée sur les défis des petites entreprises au sein de la communauté rurale, non pas sur les défis des personnes travaillant pour un employeur à l'extérieur de leur communauté. Ceux-ci peuvent être de deux séries différentes.

Deuxièmement, ces définitions ne fournissent pas une mesure précise du temps nécessaire à parcourir la distance ni d'un calcul de l'effort requis pour atteindre de grands centres urbains. L'accessibilité est un élément à prendre en considération pour l'étude des zones rurales.

Essentiellement, plus les individus ont des difficultés pour accéder d'une zone rurale à une zone urbaine, plus ils seront considérés comme défavorisés (Griffith²³², 1994, Westall et al, 2000). Cela met en évidence les différences de potentiel et les défis qui pourraient exister pour les régions rurales près des centres urbains par rapport à celles situées plus loin.

Cette inaccessibilité relative peut avoir un impact important sur la création d'entreprises et sur leur survie du fait que les grands centres urbains rassemblent toutes les infrastructures de soutien aux entreprises telles que les banques, les cabinets comptables, les fournisseurs et les avocats. Les offres de produits et services ont tendance à être limitées dans les petites communes rurales qui forcent les habitants à se déplacer vers les centres urbains (Borchert²³³, 1963, 1966, Christaller²³⁴, De Souza²³⁵, 1990, Gould²³⁶, 1985, Howland²³⁷, 1993). Les défis liés à ces services seront examinés plus en détail dans les pages qui suivent.

En général, plus une zone est importante pour une autre, plus il y aura des interactions entre elles. Ce qui peut créer des avantages pour les entreprises qui sont plus proches, que celles plus lointaines des centres économiques.

Les entreprises qui sont plus proches ont une expérience relativement plus facile, en termes de temps, d'argent, d'efforts et une facilité de réponse à leurs besoins (Deavers, 1992, Gould, 1985, Polese et al., 2002, Rousseaux, 1994).

²³² Griffith, D. A. (1994) *A Northern Territory Approach to Quantifying "Access Disadvantage" to Educational Services in Remote and Rural Australia, Issues Affecting Rural Communities, Townsville, Queensland, Australia.*

²³³ Borchert, J. R. (1963) *The Urbanization of the Upper Midwest, 1930-1960*, Minneapolis, Minnesota: University of Minnesota.

²³⁴ Christaller, W. (1966) *Central Places in Southern Germany, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.* Clark, D., Ilbery, B. & Berkeley, N. (1995) *Telematics and Rural Businesses: An Evaluation of Uses, Potentials and Policy Implications. Regional Studies*, 29 (2), 171-180.

²³⁵ De Souza, A. R. (1990) *A Geography of World Economy*, New York, New York: Macmillan Publishing Company.

²³⁶ Gould, P. (1985) *The Geographer at Work*, London, UK: Routledge.

²³⁷ Howland, M. (1993) *Applying Theory to Practice in Rural Economies. In Bingham, R. D. & Mier, R. (Eds.) Theories of Local Economic Development: Perspectives from across the Disciplines. Newbury Park, California: SAGE Publications.*

La mesure de l'accessibilité prend en considération la distance physique directe à partir de la plus grande zone urbaine ; elle peut également inclure le temps nécessaire à la fois pour la conduite et les délais d'attente pour les autres formes de transport comme les voies ferrées, les transports en commun et les avions, ainsi que l'argent et les efforts qu'il faut pour se déplacer à cet endroit, étant donné les obstacles physiques tels que l'eau, les montagnes et les réseaux routiers (Commins et al., 1999, Deavers, 1992, Gould, 1985, Rousseaux, 1994, Scottish Executive, 2004). Ces mesures peuvent alors devenir des repères pour le calcul de l'accessibilité ; plus un endroit est proche en termes de distance (en kilomètre) et de temps (minutes/heures), plus il peut être accessible (du Plessis et al., 2002, Labrianidis²³⁸, 2006). Une dernière considération est la perception de la distance, ce qui n'est pas facile à mesurer, mais encore peut être un obstacle à surmonter (Prideaux²³⁹, 2002).

Dans un récent rapport portant sur les questions économiques rurales à l'intérieur des États-Unis, SRI International (2005) a utilisé deux mesures de la ruralité. Premièrement, les chercheurs ont fait un classement préliminaire des zones urbaines et rurales de la population. Une zone métropolitaine a un centre-ville d'au moins 50.000 habitants et une population d'au moins 100 000 à l'intérieur d'un volume d'espace. Tous les secteurs qui ne répondent pas à ce critère sont considérés comme non métropolitains. Comme les auteurs le reconnaissent, cette définition ne permet pas de relever la diversité entre les zones rurales.

Compte tenu de l'importance de l'accessibilité des zones rurales pour les entreprises, la prochaine section examine une définition qui prend en compte cette considération.

²³⁸ Labrianidis, L. (2006a) *Fostering Entrepreneurship as a Means to Overcome Barriers to Development of Rural Peripheral Areas in Europe*. *European Planning Studies*, 14 (1), 3-8.

²³⁹ Prideaux, B. (2002) *Building Visitor Attractions in Peripheral Areas -- Can Uniqueness Overcome Isolation to Produce Viability*. *International Journal of Tourism Research*, 4 (5), 379-389.

I.1.4. Définition proposée intégrant la géographie et l'accessibilité

Bien que toutes les définitions aient des limites à l'égard de l'accessibilité, une définition géographique peut plus facilement incorporer une mesure d'accessibilité compte tenu de l'examen de l'emplacement physique. Tel que discuté ci-dessus, ce n'est pas possible avec les définitions négatives et les définitions sociales.

Une définition qui intègre l'accessibilité par rapport à la distance et la perspective temporelle est le modèle en huit étapes élaboré par l'exécutif écossais. Cette classification est une combinaison de la taille de la population et du temps de conduite à l'établissement le plus proche de 10 000 habitants ou plus (Atterton²⁴⁰, 2003, Carmichael et al., 2004, Scottish Executive, 2004).

Il y a plusieurs avantages à ce modèle développé par l'exécutif écossais. Premièrement, c'est le premier à avoir abordé la question de la densité de population et le temps de conduite nécessaire pour accéder aux grands centres, surtout du point de vue du propriétaire de l'entreprise. Le temps de conduite commence à refléter les différences et les limites rencontrées par les personnes dans les zones rurales en termes d'infrastructure de transport, une question qui sera examinée plus loin lorsque les défis auxquels font face les entreprises rurales seront explorés. Il est également utile de faire des comparaisons avec les expériences d'entreprises dans différentes zones rurales (Carmichael et al., 2004).

Deuxièmement, comme nous l'explorerons plus loin, la géographie de Fès-Meknès est similaire à celle de l'Écosse du point de vue des distances entre les petits centres. Ce modèle peut s'adapter à notre contexte.

²⁴⁰ Atterton, J. (2003) Entrepreneurial Networking in the Highlands and Islands of Scotland and the Implications for Economic and Social Development, *Reinventing Regions in a Global Economy Regional Studies Association International Conference*, Pisa, Italy.

Troisièmement, ce modèle insiste également sur deux facteurs qui peuvent avoir une grande incidence sur les opérations de l'entreprise, à savoir la taille de la population et la distance, tout en ignorant d'autres typologies mises en évidence dans les variables qui ne sont pas aussi importantes dans cette étude. Les chiffres de la population déterminent la taille potentielle du marché du travail local et de la mesure en distance qui influe sur la facilité avec laquelle un propriétaire peut accéder aux ressources nécessaires qui ne sont pas disponibles au sein de la communauté. Les défis qui peuvent découler de ces facteurs seront examinés plus en détail dans le prochain chapitre.

Dans ce modèle, une communauté accessible est définie comme étant à 30 minutes de route ou moins d'une communauté plus large avec une population d'au moins 10 000 habitants. Une collectivité éloignée se situe entre 30 et 60 minutes et est très éloignée de plus de 60 minutes. Le temps de déplacement est basé sur une vitesse moyenne sur un certain type de route, mais n'inclut pas les délais d'attente des trains et autres moyens de transports en commun, ce qui présente une limite de cette classification (Scottish Executive, 2004).

Le temps de déplacement, plutôt le nombre de kilomètres, devient une mesure plus exacte de l'accessibilité parce que les routes ne sont pas droites et doivent tenir compte de la géographie locale, qui comprend la ligne côtière, les chaînes de montagnes, les rivières et les différents types de routes (autoroutes, nationales ou secondaires). Ce qui signifie des vitesses de déplacement différentes. Une heure de temps est généralement considérée comme la limite relativement acceptable pour la navette (Reimer, 2004). Ce modèle est appliqué à la région Fès - Meknès dans le chapitre suivant.

Comme nous l'avons vu, il y a de nombreux défis associés à la définition du concept des zones rurales. Le terme n'est souvent pas défini explicitement. En même temps, en raison de changements sociaux, il est plus difficile de distinguer clairement entre les zones rurales et urbaines.

En outre, il existe une grande diversité entre les différentes régions rurales, ce qui signifie qu'une définition générale est limitée dans son utilité. Malgré ces défis, une définition est nécessaire pour classer les zones rurales et faciliter l'examen et la comparaison des questions de recherche.

Il y a trois principales définitions utilisées : négatives, sociales et géographiques. Étant donné l'intérêt de cette recherche porte sur le placement physique des entreprises dans les zones rurales, une définition géographique qui englobe l'accessibilité comme mesure du temps sera utilisée pour classer les collectivités rurales de Fès-Meknès.

I.2. Revue de littérature sur les entreprises rurales:

Cette section passe en revue la littérature sur les petites entreprises rurales avec une attention particulière sur leurs propriétaires et les défis qu'elles rencontrent. En s'appuyant sur cette analyse critique, le gap dans la littérature scientifique existante sera exploré.

Il y a eu relativement peu décrits sur les entreprises rurales et l'entrepreneuriat rural par rapport aux volumes relatifs à des entreprises dans les zones urbaines. Wortman, Jr. (1990a, 1990b), dans ses articles sur l'entrepreneuriat rural, souligne que la plupart des recherches sur les petites entreprises aux États-Unis ont été menées dans des milieux urbains et le peu qui a été fait sur les zones rurales est concentré sur les données du recensement, plutôt qu'à l'entreprise individuelle où les détails spécifiques sur ces entreprises rurales et leurs contextes peuvent être explorés. Bus et Lin (1990) affirment la même chose. Cela a fait écho dans d'autres pays (Mankelow et coll., 2001, Westhead, 1995) et dans les industries de services (Smith, 1993).

Malgré cela, il y a eu une focalisation accrue sur les entreprises rurales depuis l'enquête 1971 Bolton au Royaume-Uni (Curran²⁴¹ et al., 1993) et l'introduction de exigences au sein de l'Union européenne pour créer un plus grand accès et possibilité économiques pour les régions périphériques (Bryden et al., 2001).

Les gouvernements de divers pays ont également abordé ces questions vu que les zones rurales subissaient des ajustements économiques dus à la baisse dans l'agriculture et des ressources naturelles (Halseth²⁴², 2004, Lowe²⁴³ et al., 2000a, Lyon²⁴⁴, 2002, Skuras²⁴⁵ et al., 2005b). Comme on le verra dans le développement qui suivra pour les entreprises rurales et les défis auxquels elles font face, des études sur les entreprises en milieu urbain ne peuvent pas être appliquées directement sur les entreprises rurales vu que les contextes dans lesquels elles opèrent sont très différents.

I.2.1. Caractéristiques des petites entreprises rurales

Avant d'étudier les contextes des entreprises rurales, les caractéristiques des entreprises rurales et leurs propriétaires doivent être discutées. Pour comprendre l'entrepreneuriat dans un contexte particulier, les deux facteurs sont importants (Schaper et al., 2007). Cela comprend un examen des caractéristiques des entreprises telles que la taille et le type de entrepreneurs, les raisons de commencement les objectifs spécifiques, les caractéristiques de base et d'autres facteurs.

²⁴¹ Curran, J. & Storey, D. (1993) *The Location of Small and Medium Enterprises: Are There Urban-Rural Differences?* In Curran, J. & Storey, D. (Eds.) *Small Firms in Urban and Rural Locations*. London, UK: Routledge.

²⁴² Halseth, G. (2004) *Introduction*. In Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Building for Success: Explorations of Rural Community and Rural Development*. Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.

²⁴³ Lowe, P. & Talbot, H. (2000a) *Policy for Small Business Support in Rural Areas: A Critical Assessment of the Proposals for the Small Business Service*. *Regional Studies*, 34 (5), 479-499.

²⁴⁴ Lyons, T. S. (2002) *Building Social Capital for Rural Enterprise Development: Three Case Studies in the United States*. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7 (2), 193-216.

²⁴⁵ Skuras, D., Meccheri, N., Moreira, M. B., et al. (2005a) *Business Growth and Development Trajectories in Lagging and Remote Areas of Southern Europe*. *European Urban and Regional Studies*, 12 (4), 335-351.

En particulier, il est important de faire ressortir le type de personnes qui entament ces entreprises et les types d'entreprises qu'ils ont entreprises dans les zones rurales. Cette exploration définit un contexte plus large dans lequel la discussion des défis et réponse par les propriétaires sont définies. Cet examen s'appuie sur des études de l'Europe, États-Unis, Australie et d'autres zones rurales.

Avant d'aborder les défis auxquels font face les entreprises rurales, il est important de passer en revue le portrait de ces entreprises. En général, les entreprises rurales ont tendance à être axées sur le service et sont très petites, tel que mesurées par le nombre d'employés, les revenus et profits. Les études en Angleterre, en Écosse et aux États-Unis ont révélé que la majorité des entreprises rurales sont dans les industries de service, plutôt que de la fabrication et transformation (Cromie²⁴⁶ et al., 2001, Green²⁴⁷, 1994, Mochrie²⁴⁸ et al., 2004, Mochrie²⁴⁹ et al., 2006, Smith, 1993, Tosterud²⁵⁰ et al., 1992). C'est une tendance qui se observe également à l'intérieur du Maroc.

Cependant, le éventail de services n'est souvent pas clairement défini dans les travaux de recherche. Certaines études ne font que classer en commercial, fabrication ou services (Clark et al., 1995 Warren-Smith, et al., 2004) tandis que d'autres classent les entreprises en non-manufacturières comme des services ou de la vente au détail (Green, 1994, Tehrani²⁵¹ et al., 2003).

²⁴⁶ Cromie, S., Dunn, B., Sproull, A., et al. (2001) *Small Firms with a Family Focus in the Scottish Highlands and Islands*. *Irish Journal of Management*, 22 (2), 45-66.

²⁴⁷ Green, G. P. (1994) *Is Small Beautiful? Small Business Development in Rural Areas*. *Journal of the Community Development Society*, 25 (2), 155-171.

²⁴⁸ Mochrie, R., Galloway, L. & Donnelly, E. (2006) *Attitudes to Growth and Experience of Growth among Scottish SMEs*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12 (1), 7-20.

²⁴⁹ Galloway, L. & Mochrie, R. (2006) *Entrepreneurial Motivation, Orientation and Realization in Rural Economies: A Study of Rural Scotland*. *Entrepreneurship and Innovation*, 7 (3), 173-183.

²⁵⁰ Tosterud, R. J. & Habbershon, T. G. (1992) *Rural Entrepreneurship: A Preliminary Study*. *South Dakota Business Review*, 50 (3).

²⁵¹ Tehrani, M. & White, C. S. (2003) *Economic Development and Micro-Enterprises in Rural Communities: Are There Gender Differences?* *Journal of Business and Economic Studies*, 9 (1), 26-41.

Enfin, certaines études fournissent un tableau plus complet de la répartition par secteur des services (Babb et al., 1992, Bennett et al., 1995, Raley et al., 2000, Solymossy, 2000, Townroe et al., 1993). Dans leur enquête sur les microentreprises rurales dans le nord-est de l'Angleterre, Raley et Moxey (2000) ont constaté que la plupart des microentreprises avec employés fournissent des services locaux, tels que les industries, la santé, les affaires sociales, les transports et la construction.

Sans détail précis sur la gamme des services fournis, il est difficile de comparer la recherche et les études dans l'ensemble de régions pour faire des recommandations sur des politiques d'appui des réponses adéquates aux problèmes et défis soulevés. En d'autres termes, les microentreprises ne peuvent pas être traitées comme des semblables, étant donné leur diversité dans les marchés, l'emploi et les propriétaires (Westall et al., 2000). Comme indiqué ci-dessus, la taille et le placement d'une communauté peuvent souvent limiter les types d'entreprises qui peuvent y opérer. Cette question est examinée plus en détail ci-dessous dans l'analyse des données.

Les entreprises rurales ont tendance à être de petite taille, avec peu d'employés dont une bonne partie n'ayant qu'un seul employé, souvent juste le propriétaire (Keeble²⁵² et al., 1992, Phillipson²⁵³ et al., 2002, Smallbone²⁵⁴ et al., 2002, Townroe et al., 1993). Ces entreprises ont également tendance à être plus petites que celles en milieu urbain en termes de nombre d'employés et en termes de chiffre d'affaires (Robinson, 2002, déversant, 1997, Westhead, 1990). Beaucoup de ces entreprises ont également tendance à s'appuyer sur les membres de la famille en tant qu'employés (Andersson et al., 2002, Raley et al., 2000, Tetelman et coll., 1993). L'impact des caractéristiques de ces entreprises sera exploré ci-dessous, dans le cadre de l'examen des défis auxquels font face ces entreprises.

²⁵² Keeble, D. & Tyler, P. (1995) *Enterprising Behaviour and the Urban-Rural Shift*. *Urban Studies*, 32 (6), 975-997.

²⁵³ Phillipson, J., Bennett, K., Lowe, P., et al. (2004) *Adaptive Responses and Asset Strategies: The Experience of Rural Micro-Firms and Foot and Mouth Disease*. *Journal of Rural Studies*, 20 (2), 227-243.

²⁵⁴ Smallbone, D., North, D. & Kalantaridis, C. (1999) *Adapting to Peripherality: A Study of Small Rural Manufacturing Firms in Northern England*. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11 (2), 109-127.

I.2.2. Caractéristiques des entrepreneurs ruraux

En nous appuyons sur la recherche, il est possible de discerner certaines caractéristiques générales des propriétaires d'entreprise en milieu rural. Cette section présente ces caractéristiques ayant attrait à la motivation pour le démarrage, l'orientation des objectifs d'affaires antérieures, l'expérience, de l'origine et d'autres facteurs. L'importance de ces caractéristiques est l'objet d'une étude plus approfondie en défis et l'analyse de l'étude de cas des propriétaires.

I.2.2.1. Les motivations pour le démarrage

Les propriétaires de petites entreprises rurales fournissent généralement une variété de raisons pour le démarrage d'entreprises. L'une des principales raisons évoquées, c'est qu'une petite entreprise fournit un emploi et un revenu, constat particulièrement important dans les endroits avec des possibilités d'emploi limitées (du Plessis, 2004, Mankelow et coll., 2001, Raley et al., 2000, Robinson, 2001, 2004, Tervo, Townroe et al., 1993).

Une deuxième raison invoquée est le désir d'être son propre patron et être indépendant qui a été largement référencé (Gladwin²⁵⁵ et al., 1989, Robinson et al., 2001).

Une troisième raison est le désir de profiter d'une opportunité d'affaires (du Plessis²⁵⁶, 2004, Getz et al., 2000, 2006, Mankelow Josephson et al., 2001, Tetelman et coll., 1993, Westhead, 1990). Enfin, un mode de vie et le désir de vivre dans un domaine spécifique sont également définis comme des raisons pour le démarrage d'une entreprise dans une région rurale (Getz et al., 2000, Getz et al., 2004a, McKenzie, 1998).

²⁵⁵ Gladwin, C. H., Long, B. F., Babb, E. M., et al. (1989) *Rural Entrepreneurship: One Key to Rural Revitalization*. *American Journal of Agricultural Economics*, 71 (5), 1305-1314.

²⁵⁶ du Plessis, V., Beshiri, R., Bollman, R. D., et al. (2002) *Definitions of "Rural"*, Ottawa, Ontario: Industry Canada.

Comme vu ci dessous, le mode de vie est également donné comme une motivation pour le démarrage des entreprises, et non la croissance, selon et suivant les cas, ce mode de vie prime menant à la décision de rester dans une communauté avec des possibilités économiques limitées et des défis difficiles (Dabson²⁵⁷, 2003). Cependant, le terme "life style" ou mode de vie est rarement défini, mais supposé être auto-explicatif.

Comme c'est le cas avec le terme rural, qui peut signifier différentes choses pour différentes personnes. Certaines études commencent à fournir une élaboration du terme avec un focus sur l'équilibre entre travail et famille (Bock, 2004, Mankelow²⁵⁸ et coll., 2001), la flexibilité en heures (Robinson, 2001, Sullivan et al., 1997a, Sullivan et al., 1997b), et les équipements d'une zone rurale, qui peut comprendre la beauté des paysages, la qualité de l'environnement, les activités de plein air, un mode de vie détendu et l'atmosphère d'une petite ville (Beyers²⁵⁹ et al., 1996, Bruce et al.²⁶⁰, 2004, Bryden et al.²⁶¹, 2000 ; Johnson et al., 1995, McKenzie²⁶², 1998, Robinson, 2002, Townroe et al.²⁶³, 1993). Parfois, le style de vie peut également inclure les objectifs financiers et la réunion de la famille en même lieu, un facteur qui n'est pas souvent mis en évidence dans la recherche entrepreneuriale (Fairbairn²⁶⁴, 1988c).

²⁵⁷ Dabson, B. (2003) *Supporting Rural Entrepreneurship, Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Rural Entrepreneurs, Kansas City, Missouri.*

²⁵⁸ Mankelow, G. & Merrilees, B. (2001) *Towards a Model of Entrepreneurial Marketing for Rural Women: A Case Study Approach. Journal of Developmental Entrepreneurship, 6 (3), 221-235.*

²⁵⁹ Beyers, W. B. & Lindahl, D. P. (1996) Lone Eagles and High Fliers in Rural Producer Services. *Rural Development Perspectives, 11 (3), 2-10.*

²⁶⁰ Bruce, D. & Halseth, G. (2004) Le rôle des petites entreprises dans le développement économique communautaire. Dans Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Des capacités de réussite : Explorations de communauté rurale et du développement rural.*

²⁶¹ Bryden, J. & Munro, G. (2000) Nouvelles approches pour le développement économique dans les régions rurales périphériques. *Scottish Geographical Journal, 116 (2), 1-14.*

²⁶² McKenzie, F. H. (1998) *Des études de cas de femmes de l'entreprise rurale dans l'ouest de l'Australie et de leur contribution à la région. La société rurale, 8 (3), 257- 268.*

²⁶³ Townroe, P. & Choko, K., (1993) *La Fondation d'une nouvelle entreprise dans la campagne. Dans Curran, J. & Histoire, D. (Eds.) Les petites entreprises dans les régions urbaines que dans les régions rurales. London, UK : Routledge.*

²⁶⁴ Fairbairn, T. I. J. (1988c) *l'entrepreneuriat et le développement des entreprises autochtones dans les îles Cook. Dans Fairbairn, T. I. J. (éd.) Les entrepreneurs de l'île : Problèmes et performance dans le*

Un autre exemple peut être vu dans une étude en milieu rural où l'une des femmes d'affaires interrogées a fait remarquer que le succès de son affaire a été d'être en mesure d'établir son propre horaire de travail qui lui laissait le temps pour faire du ski (Josephson²⁶⁵, 2006). Pour les producteurs de sucre d'érable au Québec et au Vermont, l'entreprise était un moyen de gérer le risque et l'incertitude, créer de l'emploi toute l'année, et peut-être plus important encore, faire partie de l'identité rurale locale (Hinrichs²⁶⁶, 1998).

Les propriétaires ruraux commencent souvent leurs entreprises pour une variété de raisons, dont beaucoup s'inscrivent dans le cadre de push-pull (entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité) (Global Entrepreneurship Monitor, 2002, 2005). Les entrepreneurs ruraux sont souvent mus dans le démarrage d'une entreprise par la poursuite de certains objectifs, qui peuvent inclure l'argent, l'indépendance et la capacité de prendre leurs propres décisions. D'autres sont poussés dans le démarrage d'entreprises pour sortir d'une situation difficile ou inconfortable comme le chômage et les ressources financières insuffisantes (Gilad²⁶⁷ et al., 1986, Orhan et al., 2001²⁶⁸, Sundin et al., 1991²⁶⁹, Uhlaner et coll²⁷⁰, 2005 ; Walker²⁷¹ et al., 2004).

Pacifique. Honolulu, Hawaii : Le Centre Est-Ouest.

²⁶⁵ Josephson, J. (2006) *raconter leurs histoires : Les femmes propriétaires d'entreprises dans l'ouest du Maine, Wiscasset, Maine : Coastal Enterprises, Inc.*

²⁶⁶ Hinrichs, C. C. (1998) de côté et survie : L'économie culturelle de l'acériculture. *La sociologie rurale*, 63 (4), 507-532.

²⁶⁷ Gilad, B. & Levine, P. (1986) Un modèle de comportement de l'offre d'entreprise. *Journal of Small Business Management*, 24 (4), 45-53.

²⁶⁸ Orhan, M. & Scott, D. (2001) Pourquoi les femmes entrer dans l'esprit d'entreprise : Un modèle explicatif. *Les femmes dans l'examen de gestion*, 16 (5), 232-243.

²⁶⁹ Sundin, E. & Holmquist, C. (1991) La croissance de l'entrepreneuriat des femmes - facteurs de répulsion et d'attraction ? Dans Davies, L. G. & Gibb, A. A. (Eds.) *La recherche récente dans l'esprit d'entreprise : La Troisième Internationale EIASM Workshop*. Aldershot, Angleterre : Avebury.

²⁷⁰ Uhlaner, L. et Thurik, R. (2005) *Post-Materialism qui influencent l'activité entrepreneuriale totale entre les nations*, Jena, Allemagne : Max Planck Institute of Economics, Groupe pour l'entrepreneuriat, la croissance et la politique publique.

²⁷¹ Walker, E. & Brown, A. (2004) Facteurs de succès que sont importants pour les

1.2.2.2. L'Orientation Objectif

Les objectifs de l'entreprise affectent les entrepreneurs et les poussent à entamer leur entreprise, ils peuvent être d'ordre financier et non financier. Un tel objectif à envisager est l'orientation de l'entrepreneur vers la croissance de l'entreprise et le succès financier. On suppose que les motivations des propriétaires ruraux qui s'intéressent en premier lieu au mode de vie pourraient être différentes de celles du milieu urbain.

Les propriétaires d'entreprise portent leur intérêt sur le soutien financier et les objectifs non financiers. L'inconvénient, cependant, est que la plupart des études ne définissent pas la croissance selon leur compréhension. Elle peut signifier l'augmentation du nombre d'employés, les revenus, les profits et d'autres facteurs. Encore une fois, sans une compréhension commune, il est difficile de comparer les différentes études et les conclusions concernant les propriétaires et leur compréhension de ce que c'est la croissance.

Smallbone²⁷² et al. (2002), dans leur étude portant sur des méthodes pour encourager et soutenir les entreprises dans les zones rurales, a constaté que l'orientation de la croissance des entreprises rurales des propriétaires est semblable à celles dans les zones urbaines, mais que les résultats finaux dans les performances réelles peuvent être différents.

La croissance n'est pas le seul objectif possible pour les petites entreprises rurales. Townroe et McLaren (1993)²⁷³ ont constaté que les propriétaires d'entreprise interrogés ont dit qu'un produit/service de qualité est plus important que la croissance.

propriétaires de petites entreprises ? *International Small Business Journal*, 22 (6), 577-595.

²⁷² Smallbone, D., Nord, D., Baldock, R., et al. (2002) *Encourager et soutenir l'entreprise dans les zones rurales*, London, UK: Centre pour l'entreprise et le développement économique de la recherche, de la Middlesex University Business School.

²⁷³ Townroe, P. & Choko, K., (1993) La Fondation d'une nouvelle entreprise dans la campagne. Dans Curran, J. & Histoire, D. (Eds.) *Les petites entreprises dans les régions urbaines que dans les régions rurales*. London, UK : Routledge.

Dans une autre étude, moins de 6 % des propriétaires d'entreprise de services en milieu rural dans le nord-est du Suffolk sont intéressés par faire de l'argent leur motivation principale, par rapport à 14 % dans les zones urbaines de l'étude et 20 % des propriétaires d'entreprise de services dans Islington (Blackburn et al., 1993). Cela se retrouve également dans une étude d'entreprises rurales de l'Australie (Walker²⁷⁴ et al., 2004). Comme Robinson et Watson (2001) ont conclu dans leur étude portant sur les femmes entrepreneurs dans l'espace rural en Pennsylvanie, certaines entreprises, ont exprimé la volonté de conserver une petite taille et rester à moins de 10 employés avec peu de clients au lieu de prioriser à la croissance ; ce qui est conforme aux objectifs non financiers. Dans l'ensemble, comme Raley et Moxey (2000)²⁷⁵ ont constaté dans leur étude sur les petites entreprises rurales dans le nord-est de l'Angleterre, les propriétaires sont mitigés dans leurs attitudes à l'égard de la croissance. Ils ont trouvé qu'un tiers des répondants sont intéressés à la croissance, un autre tiers n'est pas intéressé par la croissance, et le tiers n'avait pas de préférence pour la croissance.

Cette orientation vers des objectifs autres que la réussite financière et la croissance peut également être observée dans plusieurs études en Australie, aux États-Unis et en Angleterre. Dans une étude des femmes entrepreneurs dans les régions rurales de l'Australie, le succès est défini non seulement comme succès financier, mais aussi comme la capacité de créer et maintenir une affaire dans une zone rurale choisie et y joindre la joie de vivre et se développer personnellement (McKenzie, 1998, pg 260). Dans leur examen de la documentation relative à la famille et des propriétaires-exploitants d'entreprises touristiques rurales en Australie, Getz et Carlsen (2000) soulignent que les objectifs peuvent également inclure la possibilité de rester dans la ferme familiale et de créer un style particulier. Les propriétaires d'entreprise peuvent trouver l'idée de profit peu intéressante, mais peuvent démarrer leur entreprise pour réaliser des gains financiers importants.

²⁷⁴ Walker, E. & Brown, A. (2004) Facteurs de succès que sont importants pour les propriétaires de petites entreprises ? *International Small Business Journal*, 22 (6), 577-595.

²⁷⁵ Raley, M. & Moxey, A. (2000) *les micro-entreprises rurales dans le nord-est de l'Angleterre : Les résultats de l'enquête finale*, Newcastle upon Tyne, UK : Centre pour l'économie rurale.

Dans une enquête auprès de femmes propriétaires d'entreprises dans les régions rurales du Northumberland et Shropshire, les répondants sont intéressés par un certain niveau de profits plutôt qu'à de grands bénéfices (Warren-Smith et coll., 2004)²⁷⁶.

Enfin, à la conclusion d'une étude d'entrepreneurs ruraux dans le sud des États-Unis, Green (1994)²⁷⁷ affirme que la plupart des petites entreprises ne sont pas axées sur la croissance élevée. Comme examiné dans la littérature sur les buts des entrepreneurs qui peuvent être orientés uniquement que vers la croissance, les états financiers doivent être considérés avec un certain scepticisme. Les propriétaires peuvent être confrontés, comme nous le verrons dans notre étude, à des possibilités limitées de croissance et de succès financier, chose qui ne les empêchera pas d'être à la recherche des objectifs non financiers tel que le style de vie. Une croissance et des bénéfices élevés peuvent avoir été des objectifs dès le début, mais les propriétaires se sont rapidement rendu compte que ce n'est pas toujours possible en milieu rural, ce qui exige d'eux un changement de perspective.

Une autre question à considérer est la congruence entre les motifs de démarrage et les objectifs d'affaires. Les personnes qui profitent d'une opportunité d'affaire et de profit peuvent avoir différents objectifs non financiers, car ils peuvent avoir plus de potentiel de croissance et de profits que ceux qui commencent leur entreprise juste pour créer un travail afin de rester dans leur communauté, mettant davantage l'accent sur les objectifs non financiers dès le départ. C'est quelque chose qui devrait être examiné plus en détail.

Cela dit, une distinction entre la vie des entreprises et des petites entreprises peut être faite par les différences dans les défis auxquels font face ces deux types d'entreprises et les méthodes par lesquelles leurs propriétaires y répondent.

²⁷⁶ Warren-Smith, I. & Jackson, C. (2004) Les femmes de créer la richesse par l'entreprise rurale. *Revue internationale de l'attitude entrepreneuriale et recherche*, 10 (6), 369-383.

²⁷⁷ Green, G. P. (1994) est magnifique ? Le développement des petites entreprises dans les zones rurales. *Journal officiel de la Société de développement communautaire*, 25 (2), 155-171.

Bien qu'il existe différentes définitions dans la littérature, la distinction fondamentale entre l'entrepreneuriat d'une entreprise et l'entrepreneuriat d'une petite entreprise est liée à la croissance et à la rentabilité potentielles.

1.2.2.3. L'expérience des affaires précédentes

Il est souvent reconnu que les entrepreneurs lancent des entreprises dans les secteurs dans lesquels ils ont une expérience directe ; ces connaissances peuvent ainsi être appliquées directement au démarrage de l'entreprise, réduire le risque qu'un entrepreneur encourt pour exploiter une entreprise avec succès (Townroe et al, 1993).

Cependant, il n'y a aucune démonstration claire que les entrepreneurs ruraux ont une expérience des affaires avant qu'ils ne commencent leurs activités. Townroe et McLaren (1993), dans leur étude de l'Angleterre rurale, ont constaté que la majorité des propriétaires de petites entreprises ont fait appel à des compétences similaires à partir de leur ancien emploi et les ont appliquées à leur nouvelle entreprise. En outre, près de la moitié avait une activité professionnelle auparavant. Ce constat est appuyé par une étude des entreprises rurales en Floride (Gladwin et al., 1989)²⁷⁸. En revanche, Mc Donagh et Commins (1999)²⁷⁹ ont constaté que les propriétaires de petites entreprises du secteur alimentaire dans l'Irlande rurale ont eu peu d'expérience en affaires avant le démarrage. Tetelman et Popovich (1993)²⁸⁰ relèvent la même chose dans leur étude des petites entreprises rurales dans trois états des États-Unis.

²⁷⁸ Gladwin, C. H., Long, B. F., Babb, E. M., et al. (1989) l'entrepreneuriat rural : L'une des clés de la Revitalisation rurale. *American Journal of Agricultural Economics*, 71 (5), 1305-1314.

²⁷⁹ McDonagh, P. & Commins, P. (1999) Les chaînes alimentaires, l'alimentation et les entreprises de petite taille le développement rural : Illustrations de l'Irlande. *Les études de planification*, 4 (3), 349-371.

²⁸⁰ Tetelman, A. & Popovich, M. G. (1993) *Nouvelles entreprises, l'entrepreneuriat et du développement rural : Les politiques de l'état et la génération de croissance rurale de l'intérieur*, Washington, DC : Conseil des gouverneurs de conseillers en politiques.

Le niveau d'expérience requise pour le lancement d'entreprises en milieu rural révèle un défi supplémentaire pour les entrepreneurs en l'absence d'opportunités de formation et de soutien entrepreneurial en milieu rural, élément qui sera traité ci-après.

1.2.2.4. Origine avant la vie dans les zones rurales

Une autre caractéristique commune aux propriétaires des entreprises est liée à leur origine avant leur vie dans leur communauté rurale. Il est important de comprendre d'où viennent les propriétaires de petites entreprises vu leurs implications pour le développement économique. Si la plupart des individus qui ont démarré des entreprises dans ces collectivités rurales sont d'ailleurs et que les entreprises qu'ils détiennent sont de petite taille, avec peu ou pas d'employés, alors le développement économique produit dans la communauté rurale sera insignifiant.

La littérature suggère qu'une partie importante des propriétaires de petites entreprises dans les zones rurales ne sont pas originaires de la région où ils vont par la suite établir leurs affaires. Cependant, ils n'ont pas initialement l'idée de faire évoluer la région en s'y implantant. Cette intention pourrait se manifester plus tard lorsqu'ils découvriront des opportunités à le faire ou lorsqu'ils auront besoin de compétences locales. (Josephson, 2006, Kalantaridis et coll., 2006b²⁸¹, Keeble et al., 1992, Mason, 1991, Raley et al., 2000). Il sera alors question de découvrir le éventail des activités économiques qui peuvent être entreprises dans le endroit où ils ont choisi de vivre (Schutjens et al., 2006).

Nord et Smallbone (1996) et Keeble et al. (1995, 1992)²⁸² ont constaté que 50 % des entreprises sont lancées par des personnes qui avaient déménagé dans le secteur, soit avant le démarrage de l'entreprise soit pour démarrer l'entreprise. Il y a une situation similaire parmi les nouvelles entreprises manufacturières galloises (Westhead, 1990)²⁸³ et d'entreprises du secteur du tourisme rural (Getz et al., 2005).

²⁸¹ Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006b) l'intégration locale et l'entrepreneuriat rural : Case-Study Evidence from Cumbria, Angleterre. *L'environnement et de la planification A*, 38 (8), 1561-1579.

²⁸² Keeble, D. & Tyler, P. (1995) comportement entreprenant et le changement urbain.

²⁸³ Westhead, P. (1990) en comparant les régions rurales et urbaines Formation de nouvelles entreprises au Pays de Galles

En Irlande, les exploitants de petites entreprises sont originaires de autres régions de l'Irlande, mais une partie d'entre eux retournent dans leur région d'origine après un certain temps (McDonagh et coll., 1999). Enfin, dans une étude des entreprises écossaises dans les régions rurales, les chercheurs ont constaté que les participants à l'étude sont presque à parts égales entre ceux qui avaient été élevés dans la région et ceux qui y ont emménagé. La plupart de ceux qui y avaient emménagé l'ont fait pour y vivre, mais une minorité significative l'a fait suite à une opportunité d'affaires (Mochrie et al., 2004)²⁸⁴. Par contre, dans une étude de trois états des États-Unis, les chercheurs ont constaté que la majorité des petites entreprises rurales sont lancées par les résidents de longue date (Tetelman et coll., 1993).

Tandis que les subventions pourraient attirer certaines personnes dans les zones rurales, il semble que d'autres facteurs sont à l'œuvre. Mochrie et Galloway (2004) ont constaté que les gens qui se déplacent vers les zones rurales et par la suite lancent une entreprise ont emménagé pour le mode de vie, la famille, les affaires ou les opportunités d'emploi. Dans une étude de la région de Yellowstone aux États-Unis, les propriétaires d'affaires qui se étaient déplacés d'ailleurs ont identifié certaines valeurs qui ont guidé leur décision sur leur l'emplacement de leurs entreprises. Ces valeurs comprennent la beauté des paysages, la qualité de l'environnement, et le désir d'élever leur famille dans un emplacement rural avec l'atmosphère d'une petite ville (Johnson et al., 1995). Keeble et al. (1992) ont constaté que plusieurs entrepreneurs sont attirés par l'emplacement, et déménagement et s'installent dans la zone avant la mise en place de leurs entreprises. Cela a été repris par Roberts (2002)²⁸⁵ et reflète les discussions entourant les motivations de démarrage des propriétaires d'entreprises.

²⁸⁴ Mochrie, R. & Galloway, L. (2004) Les motivations pour le démarrage d'entreprises en Ecosse, *l'économie de l'Agriculture 78e Conférence annuelle de la société*, , Londres, Royaume-Uni.

²⁸⁵ Roberts, S. (2002) *Facteurs clés du développement économique et de l'inclusion dans les zones rurales : L'étude d'orientation initial de la Base de données socio-économiques pour le DEFRA*, London, UK : Ministère de l'environnement, de l'Alimentation et des Affaires rurales.

Il y a des études qui suggèrent que les entrepreneurs locaux démarrent plus d'entreprises que les immigrants. Une étude soutient, au moins pour l'Italie, qu'il n'y a plus d'entrepreneurs locaux dans une région que les entrepreneurs d'ailleurs et que ces entrepreneurs locaux avaient le plus d'entreprises en termes de valeur de marché, de nombre d'employés et de capital que les nouveaux venus. Les auteurs suggèrent que les résidents de longue date connaissent mieux les opportunités et ont un meilleur accès aux capitaux locaux leur permettant de démarrer plus facilement des entreprises. (Michelacci et al., 2005). Hayter (1997)²⁸⁶ proposent l'hypothèse qui affirme que les individus ont tendance à lancer des entreprises là où ils peuvent tirer parti de leurs connaissances locales, réduisant ainsi l'incertitude et le risque. Les gens qui sont basés dans une région seraient probablement en possession des connaissances sur la surface d'installation, les ressources humaines, les sources de financement, les fournisseurs et les marchés (Hayter, 1997, Kalantaridis et coll., 2006a, Schutjens²⁸⁷ et al., 2006).

Cette idée pourrait aussi suggérer que, pour acquérir cette connaissance, les personnes doivent vivre dans une zone pendant un certain temps avant de démarrer une entreprise. La question qui se pose alors est sur la durée appropriée de temps nécessaire pour acquérir cette connaissance. En d'autres termes, quand est-ce qu'un nouveau venu devient "local" ? Ces arguments sont à l'opposé de l'idée que les immigrants ont souvent les compétences de gestion nécessaires, les informations, les contacts et les finances pour démarrer des entreprises, qui manquent aux autres (Kalantaridis et coll., 2006b, Labrianidis, 2004b).

Il y a également certains éléments qui suggèrent que les "locaux" démarrent des types d'entreprises différentes que celles des immigrants.

²⁸⁶ Hayter, R. (1997) *La dynamique de localisation industrielle : L'usine, l'entreprise et le système de production*, Chichester, UK : John Wiley and Sons.

²⁸⁷ Schutjens, V., Mackloet, A. & Korteweg, P. J. (2006), entreprise à domicile : La découverte de la Place de l'attachement des entrepreneurs, *ERSE Conference 2006*, Volos, Grèce.

Dans leur étude des entrepreneurs en milieu rural, Cumbria et Kalantaridis Bika (2006b)²⁸⁸ ont constaté que les artisans sont les habitants locaux alors que les immigrants sont des entrepreneurs professionnels qui sont en mesure d'accéder à leurs connexions avec le monde "extérieur" pour créer des marchés pour leurs produits et services. Comme il sera examiné plus tard, l'impact potentiel de l'origine du propriétaire sera soulevé de nouveau, dans le cadre de l'examen des entreprises en difficultés.

1.2.2.5. Le sexe

Le dernier facteur à considérer est le sexe du propriétaire de l'entreprise rurale. Il ressort de la variété de enquêtes menées que les entreprises rurales ont tendance à être administrées principalement par des hommes (Bird et al., 2004, Vert, 1994, Phillipson et al., 2002, Raley et al., 2000, Tetelman et coll., 1993, Townroe et al., 1993).

L'industrie du tourisme fait exception à ce constat. Getz et Carlsen (2000)²⁸⁹ ont constaté que 66% des entreprises du secteur du tourisme rural en Australie sont la propriété de couples mariés. Raley et Moxey (2000) ont constaté une situation similaire dans le nord-est de l'Angleterre rurale. C'est également repris par Skuras et al. (2005b) dans leur recherche sur les régions en retard de développement en Europe. Au Maroc, les statistiques ont constaté que le taux d'auto-emploi dans les activités génératrices de revenus est plus élevé chez les hommes dans les zones rurales ; cependant l'écart entre les hommes et les femmes se rétrécit (Plessis et al., 2005)²⁹⁰.

²⁸⁸ Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006b) l'intégration locale et l'entrepreneuriat rural : Case-Study Evidence from Cumbria, Angleterre. *L'environnement et de la planification A*, 38 (8), 1561-1579.

²⁸⁹ Getz, D. & Carlsen, J. (2000) Caractéristiques et objectifs de la famille et des entreprises exploitées par le propriétaire- dans les secteurs du tourisme et de l'accueil en milieu rural.

²⁹⁰ Du Plessis, C. & Cooke-Reynolds, M. (2005) l'activité au travail indépendant des Canadiens des régions rurales. *Tendances sociales canadiennes*, printemps, 18-23.

Bien que la petite entreprise soit considérée comme une opportunité pour les femmes de sortir de la pauvreté et avoir des revenus, on remarque un faible taux de femmes-chefs d'entreprises rurales, et beaucoup de femmes ne profitent pas de ces opportunités (Bock, 2004²⁹¹, Egan, 1997, Sullivan et al., 1997a, Warren-Smith et coll.²⁹², 2004). C'est une question qui requiert davantage de recherche. Une explication possible est que ces femmes sont activement impliquées dans les entreprises familiales, mais leur rôle n'est pas reconnu, et c'est un problème commun dans l'entreprise (Danishet al., 2005, Kirkham, 1986²⁹³). Ils soulignent la nécessité de poursuivre les recherches afin d'explorer profondément le rôle des femmes dans les entreprises rurales.

Avec cette revue de littérature sur les petites entreprises et leurs propriétaires, l'attention sera portée sur l'examen des défis auxquels ces propriétaires font face que dans leur contexte rural. La section suivante examine les types de défis qui ont été identifiés comme tels et les domaines où il y a des lacunes.

I.2.3. Défis rencontrés par les entreprises rurales

Suite à une définition géographique de ce qui est rural, il est maintenant possible d'examiner l'impact potentiel de l'emplacement physique sur les entreprises rurales, une question clé pour cette recherche. Comme Dabson (2003)²⁹⁴, le démarrage et le développement d'une entreprise ne sont pas faciles pour toute personne, cependant, les entreprises rurales font face à des défis particuliers qui peuvent les rendre plus difficiles à exploiter.

²⁹¹ Bock, B. B. (2004) dans le raccord et multitâche : Ferme néerlandaise les stratégies des femmes dans l'entrepreneuriat rural. *Sociologia Ruralis*, 44 (3), 245-260.

²⁹² Warren-Smith, I. & Jackson, C. (2004) Les femmes de créer la richesse par l'entreprise rurale. *Revue internationale de l'attitude entrepreneuriale et recherche*, 10 (6), 369-383.

²⁹³ Kirkham, J. (1986) actifs cachés : L'utilisation des ressources nationales dans la petite entreprise, *ISBE*, Glen Eagles, en Écosse.

²⁹⁴ Dabson, B. (2003) soutenant l'entrepreneuriat rural, *les rues principales de demain : Et le financement de plus en plus d'Entrepreneurs ruraux*, Kansas City, Missouri.

Ces défis peuvent inclure la distance et l'accessibilité au marché, les lacunes en matière d'infrastructure, de capacité à attirer les ressources humaines nécessaires et d'autres facteurs. C'est repris par Stathopoulou et al. (2004) qui affirment que malgré le fait que le processus entrepreneurial est le même dans les zones urbaines et rurales, le contexte rural crée des opportunités différentes, qui peuvent inclure des avantages tels que des marchés de niche et d'une concurrence limitée, mais également des contraintes, ce qui pourrait compromettre la survie à long terme des entreprises. Westall et al. (2000)²⁹⁵ suggèrent également que les propriétaires de petites entreprises dans les zones défavorisées peuvent faire face à des difficultés plus grandes que les propriétaires d'entreprises en général. En revanche, en examinant les taux de survie des entreprises rurales et urbaines, Bus et Lin (1990) estiment qu'il n'est pas plus risqué de démarrer une entreprise dans une région rurale qu'en milieu urbain. Ils suggèrent que surmonter les défis permet en fait, de rendre ces entreprises plus solides et en mesure de mieux relever les défis à venir. Cependant, ils admettent qu'il y a encore beaucoup à faire pour comprendre cette relation.

Les défis auxquels font face les entreprises rurales sont nombreux, comme examinés ci-dessous. Cette section décrit les défis potentiels que rencontrent les entreprises dans un emplacement. Cela nous permettra d'en faire une trame de fond pour l'exploration des défis auxquels sont confrontés les propriétaires de petites entreprises dans les régions rurales de Fès-Meknès ainsi que leurs réponses à ces défis.

Un examen de la littérature suggère que l'impact d'une zone rurale peut se faire sentir dans plusieurs grandes catégories décrites par Hoy et Vaught (1980)²⁹⁶, Polese et Shearmur (2002)²⁹⁷, et McDaniel (2001).

²⁹⁵ Westall, A., Ramsden, P. & Foley, J. (2000) *Micro-Entrepreneurs : La création de collectivités dynamiques*, London, UK : Institute for Public Policy Research.

²⁹⁶ Hoy, F. & Vaught, B. C. (1980) *L'Entrepreneur Rural -- une étude dans la frustration*.

²⁹⁷ Polese, M. & Shearmur, R. (2002) *La périphérie face à l'économie du savoir : La dynamique spatiale de l'économie canadienne et l'avenir de la non-régions métropolitaines du Québec et des provinces de l'Atlantique*, Montréal, Québec : L'Institut canadien de recherche sur le développement régional et l'Institut national de la recherche

Il s'agit notamment de :

- Localisation en fonction de la distance, l'accès au marché ;
- L'infrastructure ;
- Les ressources humaines, et la Communauté.

Ces facteurs sont interdépendants et il est difficile de discuter de l'un sans faire référence aux autres ou de suggérer lequel pourrait être le plus important. Almeida et al. (2005)²⁹⁸ donnent un aperçu en suggérant que la distance, l'accessibilité et la taille du marché potentiel sont les plus importants défis qui découlent de ces facteurs primaires. Elles seront affinées par la discussion de l'étude de cas de entreprises.

1.2.3.1. Défis liés à l'emplacement en fonction de la distance

L'impact de la distance de l'endroit rural peut influencer les entreprises rurales de plusieurs manières et démontrer des différences entre les entreprises qui sont plus proches des zones urbaines et celles qui en sont plus éloignées. Tel que discuté ci-dessus, cette distance peut être définie de plusieurs façons. Premièrement, elle peut être exprimée par une stricte mesure de kilométrage. De nombreuses zones rurales sont à plusieurs kilomètres des grands centres urbains, à la fois en vol d'oiseau et par une route sinueuse. Deuxièmement, comme examinée dans la discussion des définitions rurales, cette distance peut également être définie dans le temps. La distance physique peut prendre du temps à couvrir, d'autant plus que de nombreuses routes ne peuvent pas être parcourues à grande vitesse. Dans la majorité des cas, le système routier n'est pas idéal, avec une dépendance à l'égard des routes secondaires qui sont parfois très peu ouvertes et très sinueuses, ce qui réduit encore davantage la vitesse de déplacement. Enfin, la distance peut aussi être définie en termes d'infrastructure de transport. Pour quelques emplacements, les horaires ainsi que les délais d'attente des moyens de transport en commun doivent être pris en compte dans le cadre de la mesure de la distance. Ces formes de transport rallongent la durée du transport.

scientifique/NRS-urbanisation culture et société.

²⁹⁸ Almeida, A., Martins, I., Andrade, J., et al. (2005) l'entrepreneuriat, l'isolement géographique et d'étudiants universitaires : Des données issues de l'Atlantique, *European Regional Science Association*, Vienne, Autriche.

Tout ceci impacte les opérations de l'entreprise rurale, en particulier de celles situées plus loin des centres urbains. Compte tenu de ces distances, les coûts de transport ainsi que le temps requis pour mettre à disposition les produits et services peuvent être plus élevés qu'en milieu urbain. Cela peut influencer la capacité de l'entreprise d'être aussi productive et concurrentielle qu'une entreprise en milieu urbain (Bollman et coll., 2006, Bruce et al., 2004, Kalantaridis et coll., 2006a, Patterson et al., 2003, Schurmann et al., 2000, Stathopoulou et coll., 2004).

De plus, ces distances peuvent aussi avoir un impact sur la capacité d'une entreprise de rencontrer ses clients, ses fournisseurs, ses consultants, les banques et autres organismes connexes sur une base régulière, qui peuvent tous être des sources importantes d'information, d'innovation et d'appui (bière²⁹⁹, 2004, Bennett³⁰⁰ et al., 2002, Ferrao³⁰¹ et al., 2004, Hitchens, 1997, Stathopoulou et coll., 2004). L'influence de ces distances et l'accessibilité ne doivent pas être sous-estimées.

Bien que la technologie de l'information ait facilité certaines formes d'interactions, il ne peut pas remplacer la valeur tirée des interactions en face à face. Celles-ci deviennent la source de beaucoup d'innovation, de créativité et d'idées, nécessaire à l'évolution de la commercialisation, des produits et des services, des opérations et d'autres domaines au sein de l'entreprise (bière, 2004, Gould, 1985, Labrianidis et coll., 2004, Polese et al., 2002).

²⁹⁹ La bière, S. (2004) La situation périphérique et la circulation de l'information dans les domaines de l'île de l'Écosse, l' *Europe en marge : La politique régionale européenne, la situation périphérique et la Ruralité*, Angers, France.

³⁰⁰ Bennett, R. et Smith, C. (2002) l'influence de l'emplacement et la distance sur la fourniture de conseils d'affaires. *L'environnement et de la planification A*, 34 (2), 251-270.

³⁰¹ Ferrao, J. & Lopes, R. (2004) pour mieux comprendre les zones rurales périphériques comme des contextes de développement économique. Dans Labrianidis (éd.), L. *L'avenir de l'Europe périphériques rurales*. Aldershot, Angleterre : Ashgate Publishing.

1.2.3.2. Les défis liés à l'accessibilité du marché

Étant donné les caractéristiques d'une zone rurale, la capacité d'accéder à un marché, à la fois localement et au-delà de la communauté, devient critique. Étant donné la faible densité de population dans les zones rurales, le marché local a tendance à être de petite taille, d'où la difficulté pour l'entreprise de développer des économies d'échelle ou l'exploitation d'une entreprise durable à long terme. Dans ce contexte, la pérennité est définie comme la capacité d'une entreprise à couvrir au moins ses dépenses sur le long terme et l'idéal serait de faire des profits. En l'absence de groupe de clients plus importants, les économies d'échelles ne sont point possibles, ce qui rend les entreprises rurales moins concurrentielles.

En outre, les entreprises rurales peuvent aussi avoir des frais de transport plus élevés, parce qu'elles se déplacent pour la fourniture et la livraison des produits et services à l'extérieur de la communauté (Anderson, 2000, Lichtenstein et al., 1996, Polese et al., 2002, Raley et al., 2000, Stathopoulou et coll., 2004).

Comme examiné ci-dessous, les lacunes dans l'infrastructure ont également un impact sur la capacité d'une entreprise à accéder aux clients. Le simple fait d'augmenter les prix pour couvrir les frais dans un marché limité peut ne pas être une alternative viable, en particulier pour les commerces de détail qui se sentent limités sur le marché local (Bryant, 1994). Avec des améliorations dans l'infrastructure du transport, le développement des grandes surfaces dans les centres urbains et le commerce électronique, ces entreprises font face à de nouvelles formes de concurrence sans précédent. De plus, les résidents de la collectivité passent parfois outre leurs communautés immédiates pour leurs achats, ignorant le magasin local.

Les commerces de détail en milieu rural doivent prendre en compte cette concurrence lors de l'élaboration de leurs stratégies pour assurer leur survie (Byrom et al., 2001, 2003, Jussila³⁰² et al., 1992, Kirby³⁰³, 1982, 1987, Leistriz³⁰⁴ et al., 1992, Siemens³⁰⁵, 2006, Smith et al., 2000).

De nombreuses entreprises sont en train d'explorer l'utilisation des technologies de l'information, plus particulièrement l'utilisation de l'internet, comme moyens d'élargir leur clientèle géographiquement (Labrianidis et coll., 2004, Leatherman³⁰⁶, 2000, Malecki³⁰⁷, 2003, Morrison et al., 2002, Premkumar³⁰⁸ et al., 1999). Cependant, malgré ces limites, le petit marché local peut créer des avantages pour les petites entreprises rurales. Dans une étude de l'alimentation au détail à distance des magasins dans les îles occidentales de l'Écosse, les chercheurs ont constaté que le petit marché local signifie que les propriétaires de magasin connaissent bien leurs clients et, par conséquent, peuvent développer une compréhension claire des besoins du marché. Cette connaissance peut guider pour de meilleures prévisions parce que le propriétaire, par exemple, saura probablement l'ampleur de l'impact de ses actions sur les ventes du magasin (Byrom et al., 2001).

³⁰² Jussila, H., Lotvonen, E. & Tykkylainen, M. (1992) Les stratégies d'affaires des commerces en milieu rural dans une région périphérique. *Journal of Rural Studies*, 8 (2), 185-192.

³⁰³ Kirby, D. A. (1982) le cas de l'épicerie du village. *Et le commerce de détail, la gestion*, 10 (5), 28-30.

³⁰⁴ Leistriz, F. L., Ayres, J. S. & Stone, K., E. (1992) de revitaliser le secteur du commerce de détail dans les communautés rurales : Les leçons de trois États du Midwest. *Le développement économique*, 10 (4), 49-

³⁰⁵ Siemens, L. (2005) Défis des collectivités rurales et éloignées à l'entreprise touristique de l'île de Vancouver : Une étude exploratoire, *Onzième Congrès canadien sur la recherche en loisirs*, Nanaimo (Colombie-Britannique).

³⁰⁶ Leatherman, J. C. (2000) *Le commerce électronique : Implications pour les communautés rurales*, Washington, D.C. : Le développement économique de l'Administration.

³⁰⁷ Malecki, E. J. (2003) Le développement numérique dans les zones rurales : Et les pièges potentiels.

³⁰⁸ Premkumar, G. & Roberts, M. (1999) l'adoption de nouvelles technologies de l'information dans les petites entreprises rurales. *Omega, l'International Journal of Management Science*, 27 (4), 467-

1.2.3.3. Les défis liés à la disponibilité et à l'état des infrastructures

La disponibilité et l'état de l'infrastructure peuvent présenter des défis pour les propriétaires d'entreprises rurales et les opérations commerciales (Fairbairn, 1988a). L'examen de l'infrastructure nécessaire pour l'exploitation des entreprises est requis, tel que les télécommunications, l'internet, les routes et les banques, mais aussi celle de l'infrastructure sociale, comme les écoles et les centres de santé.

La présence ou l'absence de ce type d'infrastructure peut donc influencer la décision de savoir si un propriétaire à long terme restera au sein d'une communauté ou non (Baldacchino, 2005, Getz et al., 2005, Halseth et al., 2004, North et al., 2004, Robinson, 2002, Rowley et al., 1993).

Bien qu'il n'y ait pas de liste arrêtée du type d'infrastructures qui est requis par les particuliers et les entreprises, les statistiques de l'Irlande du Nord et de l'Agence de recherche ont étudié les types de services qui sont importants pour une communauté indépendante. Il s'agit notamment de la présence d'épiceries, garages, restaurants, bureau de poste, les services bancaires, les services professionnels, soins de santé, des bibliothèques, des télécommunications, de l'éducation et les services de police (Northern Ireland Statistics & Research Agency, 2005). Ceci sera examiné plus en profondeur dans la discussion des études de cas.

Parfois, l'infrastructure elle-même ou l'accès peuvent être limités ou moins développés que dans les zones urbaines (Diochon³⁰⁹, 2003, Labrianidis, 2006a). Tel que discuté ci-dessus, l'état de l'infrastructure influe directement sur la distance physique à partir de grands centres urbains, le temps de voyage impacte négativement la capacité d'une entreprise à accéder à un marché au-delà de la communauté locale. Les gouvernements, comme les entreprises, ont également des difficultés à fournir l'infrastructure de façon économique, en raison de la distance et la faible densité de population, en conséquence, décident de ne pas y investir, ce qui signifie que les personnes et les entreprises doivent souvent fournir leurs propres infrastructures.

³⁰⁹ Diochon, M. C. (2003) *l'entrepreneuriat et le développement économique communautaire*, Montréal, Québec : McGill-Queen's University Press.

Cela peut inclure la fourniture d'une fosse septique et de collecte des ordures (Deavers, 1992, Furuseth, 1998, Rightmyre, 2003).

Il y a eu des progrès réalisés dans la technologie des télécommunications. Cette technologie peut faciliter la communication et l'accès aux zones urbaines, ce qui a permis à certains emplois et activités de l'entreprise de se déplacer vers les zones rurales (Galloway³¹⁰ et al., 2005, Jack³¹¹ et al., 1997, McKenzie³¹², 1998). Cependant, il y a des défis avec cette technologie dans les zones rurales. Ces mêmes entreprises sont tracassées avec l'accès à la technologie qui peut être lent, coûteux, ou soumis à des interruptions de service (beer, 2004, Labrianidis et coll., 2004, Polese et al., 2002). Dans certains cas, l'infrastructure, tel que l'internet haut débit, peuvent ne pas être disponible pour tous. En conséquence, en milieu rural, les personnes et les entreprises peuvent être lentes à adopter ces technologies (Huggins et al., 2002, Leatherman, 2000).

Un autre aspect important de l'infrastructure des affaires est la disponibilité des services de soutien à l'entreprise, tels que des avocats, des comptables et des banquiers. En général, ces services sont concentrés dans les centres urbains à une certaine distance des zones rurales, étant donné la relative faiblesse de la demande dans les collectivités rurales (Grimes, 2000, Hitchens, 1997, Keeble et al., 1992, Labrianidis et coll., 2004, Polese et al., 2002, SRI International, 2005). Ces services peuvent être d'importantes sources d'information pour la comptabilité, le marketing, l'exploitation, le financement, l'informatique, la planification stratégique et des conseils juridiques. L'utilisation efficace de ces services peut améliorer les taux de réussite des entreprises (Chrisman et al., 1989, Chrisman et al., 2000, Harris et al., 2005, Keeble et al., 1992, Lowe³¹³ et al., 2000b, Mazzarol et al., 2006).

³¹⁰ Galloway, L. & Mochrie, R. (2005) l'utilisation des TIC dans les entreprises rurales : Une politique orientée- Revue de littérature. *Info*, 7 (3), 33-46.

³¹¹ Jack, S. L. et Bower, D. J. (1997) Succès et les Entrepreneurs : Un point de vue écossais, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Park, Massachusetts.

³¹² McKenzie, F. H. (1998) Des études de cas de femmes de l'entreprise rurale dans l'ouest de l'Australie et de leur contribution à la région. *La société rurale*, 8 (3), 257- 268.

³¹³ Lowe, P. & Talbot, H. (2000b) *fournir des conseils et de l'information à l'appui des*

Un autre élément clé de l'infrastructure est l'accès aux services bancaires, à la fois pour les entreprises et les membres de la communauté. Par exemple, dans le cas de l'Australie, lorsque les banques communautaires ont fermé dans certaines communautés rurales, les gens voyageaient très loin pour accéder aux services bancaires, engendrant des coûts à la fois en temps et en argent pour les entreprises et les particuliers. En outre, les gens ont tendance à dépenser leur argent dans les communautés qui disposent de banques, plutôt qu'à l'intérieur de leur communauté d'origine (Oborn, 2000). C'est une tendance également observée au Canada, où il y a eu un déclin de la disponibilité des services bancaires dans les communautés rurales, à la fois avec le service direct et indirect par les distributeurs automatiques (Bowles³¹⁴, 2000, Halseth³¹⁵ et al., 2004, 2006). Cette expérience est aussi présente dans les communautés rurales (Leistriz³¹⁶ et al., 1992). Compte tenu de l'absence de services bancaires dans les collectivités rurales, les propriétaires doivent se déplacer souvent aux banques afin d'effectuer des dépôts. Compte tenu de la discussion ci-dessus à propos de la distance et du temps requis, cette exigence présente des défis supplémentaires.

Comme annoncé par les banques et autres, des services bancaires par Internet et par téléphone peuvent commencer à répondre en partie à ces contraintes (Petersen et al., 2002). La technologie permet à l'entrepreneur de suivre la trace des transactions et des soldes des comptes. Toutefois, à un certain moment, l'entrepreneur aura besoin de visiter la banque, surtout s'il souhaite demander un financement ou bien effectuer des dépôts et des retraits en espèces.

micro-entreprises rurales, Newcastle upon Tyne, UK : Centre pour l'économie rurale.

³¹⁴ Bowles, P. (2000) L'évaluation de l'impact des fusions bancaires proposées sur les communautés rurales : Une étude de cas de la Colombie-Britannique. *Social Indicators Research*, 51 (1),

³¹⁵ Halseth, G. (2004) Introduction. Dans Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Des capacités de réussite : Explorations de communauté rurale et du développement rural*.

³¹⁶ Leistriz, F. L., Ayres, J. S. & Stone, K., E. (1992) de revitaliser le secteur du commerce de détail dans les communautés rurales : Les leçons de trois États du Midwest. *Le développement économique*, 10 (4), 49-54.

Dès lors que les décisions de prêt sont souvent basées sur l'interaction personnelle entre le banquier et le client, la distance entre les deux peuvent avoir un impact sur la capacité d'une entreprise d'avoir accès au financement.

En Belgique une étude examinant la concurrence sur les taux des prêts et l'impact de la distance a permis de penser que le taux du prêt diminue à mesure que la distance entre la banque et le client augmente (Degryse et al., 2005)³¹⁷. En revanche, Bus et Yancer (1999) suggèrent dans leur étude de la question aux États-Unis que les entreprises rurales sont en mesure de se débrouiller le financement. Ils n'ont pas trouvé de preuve d'un écart de crédit parce que les propriétaires sont en mesure d'avoir accès à d'autres sources de financement.

Les réseaux de transport comme une composante de l'infrastructure peuvent également présenter un défi pour les entreprises rurales. Il peut y avoir un certain degré d'inflexibilité avec les calendriers d'expédition lorsque l'on travaille avec des commandes et qu'on se déplace par la route. D'où la nécessité d'augmenter ses stocks pour éviter toute rupture. L'augmentation des coûts du carburant s'ajoute à cette charge, étant donné la distance à parcourir pour accéder aux fournisseurs et aux clients (Byrom et al., 2001). Dans certains cas, le manque d'accès aux aéroports et/ou aux routes peut même limiter le type d'entreprises qui peuvent fonctionner dans des zones rurales (Dabson, 2003, Polese et al., 2002).

L'amélioration de l'infrastructure de transport et de télécommunications peut être une arme à double tranchant ; toute amélioration qui permettrait aux entreprises rurales de déplacer facilement leurs produits et services aux marchés extérieurs faciliterait également l'accès pour les entreprises de l'extérieur, créant ainsi plus de concurrence dans ces domaines (Kilkenny, 1998, Labrianidis et coll., 2004, Leatherman, 2000, Premkumar et al., 1999, Rowley et al., 1993).

³¹⁷. Degryse, H. & Ongena, S. (2005), les relations à distance, et de prêt la concurrence. *Le journal des finances*

1.2.3.4. Les défis liés aux ressources humaines

Entreprises dans les zones rurales font face à plusieurs défis en ce qui concerne les ressources humaines, ce qui a une incidence sur la capacité d'un propriétaire pour démarrer et exploiter une entreprise avec succès. Premièrement, compte tenu de la faible densité de population, il y a tendance à avoir juste une poignée de main-d'œuvre disponible localement. En outre, les résidents des régions rurales ont tendance à avoir des niveaux d'éducation et de compétences relativement bas, compte tenu de l'absence relative de l'accès à l'enseignement supérieur (Beshiri et al., 2004³¹⁸, Bollman et coll., 1992, Bryden, 2003, Kalantaridis et coll., 2006a, Kalantaridis et coll., 2006b, Leatherman, 2000, Tickamyer et coll., 1991³¹⁹). Cela peut se traduire par une pénurie de travailleurs qualifiés (Besser, 1998, Keeble et al., 1992, Page et al., 1997, Polese et al., 2002, Raley et al., 2000)

La recherche est relativement silencieuse sur les spécificités des compétences requises pour les entreprises rurales qui pourront varier selon l'industrie et les types d'entreprises.

Alors que la formation peut résoudre une partie du problème, il peut être difficile pour un propriétaire d'entreprise à organiser la formation pour lui-même et pour son personnel vu que la formation a tendance à être fournie dans les zones urbaines. De nombreux propriétaires ont peu de temps et de fonds pour les déplacements (Bennett et al., 1995, North et al., 1996, O'Dwyer³²⁰ et al., 2000, Page et al., 1997, Smallbone et al., 2002). Une partie de la formation peut être réalisée grâce à l'internet.

³¹⁸ Beshiri, R., BOLLMAN, R., Rothwell, N., et al. (2004) un croquis de la population des régions rurales et petites villes du Maroc. Dans Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Des capacités de réussite : Explorations de communauté rurale et du développement rural*.

³¹⁹ Tickamyer, A. R. & Duncan, C. M. (1991) le travail et la pauvreté dans les régions rurales du Nord. En Flore, C. B. & Christenson, J. A. (Eds.) *Les politiques rurales pour les années 90*. Boulder, Colorado : Westview Press.

³²⁰ O'Dwyer, M. & Ryan, E. (2000) Les questions de développement de gestion pour les propriétaires/gestionnaires des microentreprises. *Journal of European Industrial Training*, 24 (6), 345-353.

Cependant, de nombreuses personnes en milieu rural n'ont pas les compétences nécessaires pour tirer pleinement parti de cela, même si la technologie est disponible (Field et al., 2004, Labrianidis et coll., 2004, North et al., 2004, Polese et al., 2002).

Le manque de compétences technologiques disponibles dans une communauté met en lumière un problème particulier dans de nombreuses collectivités rurales. Les jeunes, qui sont souvent ceux qui adoptent les nouvelles technologies, ont tendance à quitter une communauté rurale pour la poursuite des études et les opportunités qui peuvent ne pas être disponibles dans leurs régions (Bryant et al., 2001, Grimes³²¹, 2000, Lichtenstein et al., 1996, North et al., 2006). Indépendamment de ces facteurs, il y a une action en faveur de l'acceptation de la technologie dans ces communautés et elle vient souvent des personnes qui se déplacent d'une région et ensuite lancent une entreprise (Malecki, 2003). Ces personnes ont eu accès à la technologie, voir son potentiel, et qui veulent la présenter dans leur nouvelle communauté.

1.2.3.5. Les défis liés à la communauté

Enfin, il y a peut-être les défis découlant de la communauté elle-même. Tout d'abord, de nombreuses communautés rurales ont été fondées autour d'un seul secteur ou d'un employeur, ce qui crée des limites. Cela peut signifier que le niveau de compétence relative et la diversité au sein d'une communauté sont étroits parce qu'il peut y avoir eu peu d'opportunités d'emploi et d'expériences qui peuvent fournir les compétences nécessaires au démarrage des entreprises. Il peut également y avoir une instabilité économique à l'intérieur de la communauté, en particulier dans celles qui ont été influencées par les industries mondiales. Un cycle d'expansion-récession crée souvent des impacts négatifs sur la communauté, qui a une capacité limitée à y répondre (Bryant et al., 2001, Diochon, 2003, Johnstone et al., 2004, Lichtenstein et al., 1996, Mason, 1991).

³²¹ Grimes, S. (2000) les zones rurales dans la société de l'information : Distance diminuant ou augmentant la capacité d'apprentissage. *Journal of Rural Studies*, 16 (1), 13-21.

Aussi, l'existence d'un seul employeur peut également signifier un manque de diversité économique au sein de la communauté à cause du nombre limité de petites entreprises à l'appui de l'employeur principal, et lorsque cet employeur ferme, toutes les autres suivent (Bryant et al., 2001 Dabson, 2003, Mason, 1991).

Une autre limitation searticule autour des raisons qui attirent les gens vers ces communautés rurales. Les gens se déplacent souvent pour la cohésion, pour un endroit où les gens se connaissent et se soutiennent mutuellement. Cette proximité est souvent présentée comme un avantage des communautés rurales. Cependant, elle peut facilement devenir un inconvénient lorsqu'elle limite le comportement entrepreneurial parce qu'il est perçu comme différent. Cela peut avoir des répercussions sur la réussite globale de l'affaire (Bryden et al., 2004, Ho et al., 2001, Mason, 1991, Mueller, 1988, Portes, 1998). Comme Lauer³²² (2005) traite dans son examen d'une nouvelle industrie en milieu rural dans le Maine, les résidents locaux qui sont en train d'explorer une nouvelle industrie sont limités dans leurs options pour le développement des entreprises, car les normes de la communauté limitent leurs actions. Les étrangers ne sont pas liés de la même façon à ces normes et ont tendance par conséquent, à atteindre le succès à long terme.

Une partie importante du processus entrepreneurial est l'innovation, qui provient souvent de l'interaction des individus qui font le commerce de l'information et des idées à appliquer à des opportunités d'affaires. Toutefois, la faible densité de population dans la zone rurale limite cette quantité potentielle d'interaction sociale, qui, à son tour, peut potentiellement limiter l'innovation. En conséquence, l'activité d'innovation peut être limitée dans les régions rurales (Polese et al., 2002, Rightmyre, 2003).

³²² Lauer, S. R. (2005) Les processus d'entreprise dans une ressource émergente de l'industrie : L'intégration de la communauté dans le centre de l'industrie de l'oursin. *La sociologie rurale*, 70 (2), 145-166.

1.2.4 Le gap dans la littérature abordée sur les entreprises rurales

Bien que la documentation fournisse un tableau général de l'ensemble des petites entreprises en milieu rural, il existe plusieurs lacunes qui seront examinées ci-après. Ces lacunes sont axées sur des hypothèses, l'unité d'analyse, les contextes géographiques, et la méthodologie de recherche. Cette recherche est destinée à répondre à certaines de ces lacunes afin de fournir une meilleure compréhension des défis auxquels font face les entreprises rurales.

1.2.4.1. Gap en matière d'hypothèses dans la littérature

Premièrement, un bon nombre de défis du monde rural sont supposés être les mêmes que ceux rencontrés dans les zones urbaines, alors que ces derniers peuvent avoir des expériences et défis différents (Anderson et al., 2001, Bus et al., 1990, Byrom et al., 2003, Shield, 2005, Stathopoulou et coll., 2004). Bus et Lin (1990)³²³ affirment, que de nombreux économistes et experts en développement estiment que l'environnement rural est par nature hostile aux petites entreprises; toutefois, ils ne fournissent pas de preuve de cette affirmation. De plus, dans les publications de l'incubation d'entreprises rurales, Lichtenstein et Lyons (1996, 2001)³²⁴ décrivent plusieurs défis auxquels font face les entreprises rurales sans explorer leurs hypothèses relatives à ces défis. Sur un plan plus pratique, Beer (2004) a constaté que les décideurs n'ont pas toujours conscience du coût des déplacements jusqu'à ce que les demandes de remboursement leur soient présentées.

Shields (2005) a questionné les entreprises rurales dans la région du centre du littoral atlantique des États-Unis et a constaté que de nouveaux défis communément admis en tant que tels, comme les contraintes des ressources (de financement, de technologie et des transports), en fait, ne sont pas identifiés de la sorte par ces propriétaires.

³²³ Bus, T. F. X. et Lin, (1990) La survie des entreprises dans les régions rurales de l'Amérique : Une étude de 3 états. *La croissance et le changement*, 21 (3), 1-8.

³²⁴ Lichtenstein, G. A. & Lyons, T., S. (1996) *l'incubation de nouvelles entreprises : Un Guide pour réussir la pratique*, Washington, D.C. : L'Institut Aspen.

En outre, de nombreuses études n'incluent pas la volonté d'accéder aux populations autochtones (Mankelow et coll., 2001, pg. 221) comme le font les entreprises en zone urbaine. Si ces groupes n'ont pas été inclus dans une étude, les résultats ne peuvent pas être généralisés. Par conséquent, la recherche devrait être spécifiquement conçue pour se concentrer sur ces populations (Mankelow et coll., 2001). Byrom et al. (2003) font valoir le même point pour les détaillants en milieu rural et suggèrent que la recherche doit être élaborée en intégrant l'hypothèse que commerçants en milieu rural font face à un autre contexte que ceux des zones urbaines.

Étant donné que le contexte rural est différent de l'urbain, Harris III et al. (2005) et Shields (2005) tous les deux soutiennent qu'il est important d'explorer et de comprendre le contexte rural de sorte que les propriétaires de petites entreprises puissent structurer leurs opérations de façon efficace. De plus, en comprenant les difficultés rencontrées par les entreprises rurales telles que définies par eux, les politiques et les programmes peuvent être conçus pour atténuer ces difficultés et soutenir plus efficacement le développement des petites entreprises. Ce besoin est également renforcé dans le contexte européen, où les chercheurs soutiennent qu'il est important d'examiner les facteurs qui facilitent ou entravent l'entrepreneuriat dans ces milieux afin d'encourager le développement des petites entreprises (Anderson et al., 2001, Dinis, 2006, Labrianidis, 2006a, McAdam et al., 2004, Shelleman et coll., 2003, Stathopoulou et coll., 2004). Pour comprendre le contexte et les défis, les propriétaires de petites entreprises rurales doivent être questionnés directement, plutôt que de faire des hypothèses (Harris et al., 2005, Shields, 2005).

1.2.4.2. Les lacunes dans l'unité d'analyse

La plupart des études portant sur l'environnement des affaires rurales se concentrent sur le niveau communautaire et les méthodes nécessaires pour faire de la communauté d'accueil un espace favorable et en faveur des petites entreprises (Dabson et coll., 2003, Dinis, 2006, Diochon, 2003, Flora et al., 1990, Lord kipanidze et al., 2005, Reimer, 2003, Walisser³²⁵ et al., 2005).

³²⁵ Walisser, B., Mueller, B. & McLean, C. (2005) *La ville résiliente : Document de*

Le propriétaire de l'entreprise et ses activités ne sont souvent pas considérés dans ce contexte. Cependant, malgré cette orientation au niveau du développement économique, les théories du développement local avec leur focus bottom-up, ont tendance à placer les propriétaires de ces petites entreprises au centre de leur intérêt. Ces personnes sont au centre du processus entrepreneurial, car ce sont eux qui traduisent une idée en actions, contribuent au développement économique au niveau communautaire (Bryant, 1989, Coffey et al., 1984, 1985, Dinis³²⁶, 2006, Friedman, 1987, Hinrichs, 1998, Lichtenstein et coll., 2001, Malecki, 1994, Polese et al., 2002, Stockdale, 2005). La identification de l'acteur clé et des défis auxquels il fait face est nécessaire pour que la communauté puisse mieux répondre aux sollicitations de ces entrepreneurs. En comprenant les défis identifiés directement par le propriétaire de l'entreprise, la communauté peut s'assurer que leurs réponses aux défis répondent effectivement aux besoins des propriétaires d'entreprises.

Fait intéressant, les réponses aux défis posés par la personne propriétaire de l'entreprise sont souvent ignorées dans les enquêtes portant sur le développement communautaire. Par exemple, dans une étude portant sur les obstacles au sein des communautés rurales en Nouvelle-Écosse, réalisée par la Fédération écossaise des entreprises indépendantes, les exploitants de petites entreprises ont été sollicités pour avis sur les moyens de surmonter les défis énumérés. Les réponses à choix multiple considéraient uniquement la gamme de réponses possibles qu'une communauté pourrait mettre en œuvre (Hachey, 2002)³²⁷. Cependant, il n'était pas possible pour les petites entreprises d'expliquer leurs propres réponses aux défis qu'ils ont à surmonter.

*travail du Groupe de travail de Vancouver, Vancouver (Colombie-Britannique) :
Gouvernement de la Colombie-Britannique.*

³²⁶ Dinis, A. (2006), Marketing et Innovation : Des outils utiles pour la compétitivité dans les régions rurales et périphériques. *European Planning Studies*, 14 (1), 9-22.

³²⁷ Hachey, L. (2002) *Les régions rurales de la Nouvelle-Écosse et les affaires : La petite entreprise et du développement rural* : Fédération canadienne de l'entreprise indépendante.

Autre exemple, dans un examen des communautés résilientes après arrêt de l'industrie primaire, les auteurs de ce rapport ont passé en revue les acteurs impliqués dans la transformation de la communauté. Ces acteurs: organismes nationaux, provinciaux et locaux, de l'industrie en déclin, et les organismes communautaires (Walisser et al. 2005). Encore une fois, l'entreprise individuelle, comme un potentiel créateur d'emplois et de possibilités, n'est pas considérée comme un acteur pertinent. Pour cette approche de bas en haut à la réussite du développement économique, le jeu de l'entreprise individuelle doit être exploré et traité pour créer la croissance souhaitée.

Selon Kirchoff (1994)³²⁸, les typologies des entreprises rurales sont classifiées selon les mêmes critères que les entreprises en zone urbaine. Ces entreprises n'ont pas les "éléments des plus héroïques de la culture entrepreneuriale" (Smith, 2006, p 44)³²⁹ en comparaison avec les grandes entreprises. Ces entreprises se soucient davantage de leur pérennité que de leur développement (Smith, 2006). Cependant ces petites entreprises constituent l'essentiel des entreprises existantes en milieu rural. La compréhension et le soutien de ces entreprises de la part de la collectivité et l'aide du gouvernement contribueront au développement économique dans ces régions.

1.2.4.3 Les lacunes de l'examen d'un contexte géographique spécifique

Plusieurs recherches publiées sur les petites entreprises rurales ont été menées au Royaume-Uni (Kaikkonen, 2005)³³⁰, un pays très urbain avec peu de endroits à plus d'une heure de route d'un grand centre urbain (Curran et al., 1993, Townroe et al., 1993).

³²⁸ Kirchoff, B. A. (1994) *l'entrepreneuriat et le capitalisme dynamique : L'économie de la formation et de la croissance des entreprises commerciales*, Westport, Connecticut Praeger Publishers

³²⁹ Smith, R. (2006) relatant le déclin de l'esprit de subsistance dans une communauté de pêcheurs écossais 1934-2004. *Revue internationale de l'attitude entrepreneuriale et recherche*

³³⁰ Kaikkonen, C. (2005) Book Review: Lois Labrianidis (éd.): *L'avenir de l'Europe périphériques rurales*. *International Small Business Journal*, 23 (5), 571-574.

Ce débat sur l'applicabilité de l'étude de recherche est présent même dans le Royaume-Uni. Atterton (2003) affirme que les études menées dans les régions rurales de l'Angleterre pourraient ne pas être pertinentes pour l'Écosse rurale, en raison de la diversité des degrés de ruralité et l'éloignement. En conséquence, les recherches spécifiques au site sont nécessaires pour déterminer l'applicabilité de la recherche à partir d'autres endroits.

En outre, il y a également la pertinence limitée de certaines études centrées principalement sur les entreprises rurales ayant des activités agricoles (Bock, 2004, Carter, 1998, Carter et al., 1998, Warren-Smith et coll., 2004). Par exemple, dans une comparaison de l'Irlande et les États-Unis, l'une des variables à l'étude des activités agricoles (Commins et al., 1999). À ce jour, il y a eu relativement peu de recherches sur les entreprises rurales au Maroc, ce qui signifie qu'il y a peu d'informations sur les défis auxquels font face les entreprises rurales.

1.2.4.4. Les lacunes dans la méthodologie de recherche des études antérieures

L'écart final se concentre sur la méthodologie de recherche. Une grande partie de la recherche précédente s'est appuyée sur des enquêtes (Aldrich, 2005a, Davidsson, 2005). Par exemple, plusieurs études ont été faites sur les entreprises rurales au Royaume-Uni avec de grands échantillons (Keeble et al., 1992, Westhead, 1995). Ces enquêtes fournissent des informations importantes, mais peu sur les réponses aux défis de l'entreprise individuelle. Elles sont également limitées dans leur capacité à fournir une explication (Curran et al., 2001).

Dans ce projet de recherche, l'objectif est de comprendre les méthodes utilisées par les propriétaires ruraux à surmonter leurs défis. Cette information pourrait éventuellement être transposée à d'autres entreprises afin d'améliorer leurs chances de survie et de succès. Pour obtenir une connaissance plus détaillée sur une question particulière, les entretiens approfondis sont appropriés (Kaikkonen, 2005). La méthodologie de cette recherche, sur des études de cas et des entretiens en profondeur, a été sélectionnée pour cette raison, comme il sera indiqué plus loin dans le chapitre sur la méthodologie.

Après avoir passé en revue les différentes définitions du terme rural, les défis auxquels sont confrontées ces définitions ainsi que les lacunes des recherches menées dans ce domaine, il est nécessaire de dresser l'état des lieux de l'espace rural marocain.

II- Cas du Maroc:

II.1. L'espace rural au Maroc

Conscients des enjeux socio-économiques et politiques que représentent le monde rural et les difficultés qui le caractérisent, tous les acteurs du tissu économique se sont penchés sur la question des défis du monde rural et les perspectives de son développement.

D'une part le faible niveau du développement humain des populations rurales, la persistance des inégalités socio-économiques, l'enclavement, la marginalisation et la pauvreté accentuée qui touche davantage les populations les plus vulnérables des campagnes marocaines constituent des freins et des situations à risque à l'encontre du développement. D'autre part, le monde rural est pourvoyeur de main-d'œuvre et renferme des gisements de richesses qu'il convient de mobiliser au service du développement durable de la nation.

Dans la section suivante, il sera question de décrire le monde rural marocain, ses caractéristiques ainsi que les efforts déployés pour son développement

II.1.1 Etat des lieux du monde rural au Maroc

Malgré les nombreuses initiatives de développement et les efforts de l'état déployés par tous les acteurs intervenants face aux défis démographiques, de changements de modes de vie et de création d'emploi en milieu rural, la situation du monde rural demeure très inquiétante ; des disparités se manifestent aussi bien entre le monde rural dans sa globalité comparé au monde urbain qu'entre mondes ruraux, et notamment en matière d'accès aux services sociaux de base, d'infrastructures et d'équipements.

Cela a pour effet l'accentuation de l'exode rural et de la pression sur les villes et par conséquent sur les terres à grande production agricole par le fait de l'urbanisation et donc de l'extension des villes et la recherche permanente des sécurités alimentaire et économique des personnes.

Ces différentes problématiques interpellent quant à l'efficacité et l'efficience des politiques publiques mises en place à ce jour, à la bonne gouvernance, à la convergence et cohérence des plans et programmes, à la vision stratégique nationale du développement du monde rural.

Il est certain que des avancées notables ont été enregistrées sur le plan constitutionnel dans le but d'assurer aux citoyennes et citoyens l'accès aux droits fondamentaux. La constitution de 2011 stipule que l'État, les établissements publics et les collectivités territoriales œuvrent à la mobilisation de tous les moyens à disposition pour faciliter l'égal accès des citoyennes et citoyens aux conditions leur permettant de jouir de leurs droits, quelle que soit leur localité.

Le Maroc s'est également engagé à réaliser les Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) en 2000. Ces objectifs se sont focalisés, entre autres, sur les questions de pauvreté, de santé, d'éducation, d'inégalités entre homme et femme, et d'accès à l'eau et à l'assainissement en milieux urbain et rural. L'année 2015 a été la dernière année de présentation des résultats atteints des huit objectifs suivants:

- 1- Éliminer l'extrême pauvreté et la faim ;
- 2- Assurer l'éducation primaire pour tous ;
- 3- Promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes ;
- 4- Réduire la mortalité des enfants ;
- 5- Améliorer la santé maternelle ;
- 6- Combattre le VIH/sida, le paludisme et d'autres maladies ;
- 7- Assurer un environnement durable ;
- 8- Mettre en place un partenariat mondial pour le développement.

Selon le HCP, le Maroc peut se prévaloir d'avoir été en mesure de honorer ses engagements au titre des OMD en 2015. Les huit objectifs ont été, en quasi-totalité, réalisés ou en voie de l'être.

La problématique de développement du monde rural est donc au cœur des ODD et des cibles préconisées, pour lesquels des actions seront conduites et mises en œuvre avec la participation de tous les acteurs concernés à savoir les administrations, le secteur privé, la société civile, les élus et les populations locales.

II.1.2. Caractéristiques du monde rural au Maroc:

Le monde rural constitue une préoccupation politique en raison de son importance démographique, sociale et économique. Il s'étend sur 90% de la superficie du Royaume et représente 40% de la population nationale. Il regroupe 85% (soit 1282 communes rurales sur 1503) des communes. 13% des communes rurales disposent d'un centre urbain et on dénombre environ 33 000 douars et centres ruraux. Il recèle 43% des actifs du pays et couvre les besoins 65% des besoins en céréales, 96% des besoins en lait, 98% des besoins en viandes rouges, 100% des besoins volaille, 48% des besoins en sucre et 9% des besoins en huile.

Cependant, l'impact des programmes et projets de développement en milieu rural demeure en deçà des attentes et des besoins des populations qui souffrent: de la faiblesse des infrastructures, de zones enclavées, faible accès aux services de base, insuffisance des infrastructures économiques, sociales et éducatives. Malgré les avancées enregistrées le rural au Maroc vit encore dans un contexte de accroissement de l'exode rural, de transformation démographique, de l'analphabétisme des populations encore élevé, de persistance de la pauvreté et de la précarité (79,4% des personnes pauvres et 64% des personnes vulnérables vivent dans le monde rural). C'est dire que la croissance propauvre devrait avoir vocation à devenir une croissance prorurale dans notre pays.

De par le monde en développement, la population marocaine demeure plus rurale qu'urbaine, près de 3,1 milliards de personnes, soit 55% de la population totale vivent en milieu rural. Selon certaines prévisions, la population rurale totale atteindra un pic avant d'entamer son déclin, et la population urbaine du monde en développement dépassera sa population rurale.

Au Maroc, la population rurale régresse depuis 1993 à cause de l'exode rural due essentiellement aux années de sécheresse qui ont marqué la dernière décennie, elle est passée de 49% en 1994 à 40% en 2014, soit près de 13,5 millions d'habitants, auxquels il faut ajouter les ruraux qui vivent à l'intérieur des périmètres urbains et qui restent attachés à leur ruralité et leur territoire. Selon les estimations du HCP, la population rurale sera de 35% en 2030. Cependant en valeur relative, on assiste à une augmentation de la démographie des ménages en milieu rural.

Cette transition se est accompagnée par une transformation profonde du territoire marocain, qui se est manifestée par le développement accéléré et anarchique de nouvelles villes aux alentours des grandes villes en l'absence d'une politique intégrée d'aménagement du territoire tenant compte du développement socioéconomique des populations. Ainsi les zones périurbaines ont subi et continuent de subir une forte pression foncière et démographique avec tous les problèmes et risques que peut engendrer la concentration de populations hétérogènes et souvent pauvres sur un territoire.

Par ailleurs, d'autres facteurs souvent interdépendants sont susceptibles d'impacter le développement socio-économique futur du monde rural, mais aussi du Maroc, et sont à prendre en considération dans la réflexion et la recherche de politiques publiques adéquates:

- le vieillissement de la population rurale (9,7%8 de la population rurale, estimée à 13,5 millions d'habitants, sont âgée de 60 ans et plus) ;
- la féminisation progressive et croissante du travail agricole en monde rural ;
- l'accroissement de l'exode rural : les plus jeunes et les plus instruits quittent le monde rural, ce qui implique que l'agriculture pour les jeunes reste comme un recours de dernier ressort lorsqu'ils ne trouvent pas d'autres moyens de subsister ;

- L'avènement dans les zones riches et à forte potentialité agricole d'une nouvelle catégorie d'agriculteurs « agro . citadins » attirés par la défiscalisation du secteur, coïncidant avec le lancement du Plan Maroc Vert. ;
- la mécanisation (modernisation) de l'agriculture ;
- le morcellement des terres (héritage, etc.), et l'augmentation des superficies de moins de 5Ha ;
- la faiblesse de la production agricole notamment dans les années de sécheresses et l'insuffisance de la diversification des activités avec une saturation des activités agricoles.
- L'intégration de l'approche genre dans la planification stratégique qui demeure limitée puisque les politiques publiques ne fournissent pas toujours des mécanismes opérationnels et accessibles aux femmes. De même, sur le plan de l'autonomisation économique, les femmes continuent d'être touchées par la pauvreté et l'exclusion, la discrimination et l'exploitation de manière disproportionnée particulièrement en milieu rural. La discrimination entrave l'accès aux ressources de production financières (revenu, épargne, crédit), physiques (accès à la terre, au logement, à la technologie .).
- La dimension mobilité sociale intergénérationnelle qui se rapporte aux déplacements des individus à l'échelle sociale d'une génération à une autre et qui demeure l'un des facteurs de blocage au développement particulièrement du monde rural. En effet, la mobilité sociale descendante est plus fréquente parmi les femmes (60,7%) et les ruraux (44,4%), comparés aux hommes (24,1%) et aux urbains (19,3%). Quant à la mobilité sociale ascendante, elle est principalement masculine et urbaine (51,1% des urbains et 14,8% des ruraux; (43,7% pour les hommes et 17,9% pour les femmes).

Ainsi, les changements nouveaux (démographiques et humaines, économiques et sociales) enregistrés durant ces dernières années au niveau des zones rurales, qui d'ailleurs, diffèrent d'une zone à l'autre, interpellent tous les acteurs du pays et devraient figurer parmi les préoccupations des décideurs au niveau central, régional et local, en vue de les inscrire en priorité dans les stratégies et plans de développement que l'État et les autres acteurs, notamment le secteur privé, comptent réaliser au profit des populations et particulièrement la catégorie des personnes vulnérables.

Les inégalités sociales et la marginalisation ne sont pas les seules problématiques auxquelles sont confrontées les populations rurales, les discriminations ancrées dans les traditions culturelles et les mentalités des gens envers les populations rurales continuent aussi à exister dans la société marocaine matérialisée surtout par l'image négative et parfois les termes dégradants utilisés pour nommer les habitants du monde rural.

Les études sociologiques et anthropologiques récentes traitant ces phénomènes sont limitées. Néanmoins, force est de constater que l'on continue à utiliser des expressions de nature minimalistes à l'encontre des populations rurales en raison du faible développement du monde rural.

À côté de ces aspects sociaux, les populations rurales vivent en général dans des situations d'angoisse à cause des difficultés auxquelles elles sont soumises et liées particulièrement à :

- leur mode de vie caractérisé par l'insuffisance du minimum de conditions décentes, notamment dans les centres ruraux implantés sans plan d'aménagement,
- au manque de visibilité quant à l'avenir de leurs enfants en raison de l'accès limité à l'éducation et à la formation,
- l'étroitesse des services sociaux de base offerts en leur faveur,
- au devenir de leurs exploitations agricoles du fait du morcellement excessif et le manque de mesures incitatives pour faciliter l'immatriculation de leurs propriétés foncières.
- La précarité de l'emploi à laquelle ils sont exposés, ne leur permettant pas de subvenir aux besoins quotidiens de leurs familles surtout dans des périodes marquées par des sécheresses sévères.

II.1.3. Les efforts déployés pour encourager l'entrepreneuriat rural

Les efforts déployés par les pouvoirs publics en matière d'encouragement de l'entrepreneuriat rural et de promotion sociale, ont enregistré, ces dernières années des progrès perceptibles, attestés par une légère évolution positive de certains indicateurs notamment de l'accès à l'éducation, aux infrastructures et services de base, mais n'ont réduit ni les inégalités de manière générale, ni les inégalités de développement existantes entre le monde urbain et le monde rural et entre homme/femme.

- En matière d'éducation: Les politiques poursuivies depuis l'indépendance en matière d'éducation avaient pour principaux objectifs d'élargir l'accès au système d'éducation et de formation et d'en améliorer la qualité. Le système éducatif a effectivement progressé sur le plan de l'élargissement de l'accès à la scolarisation, mais il a perdu malheureusement en qualité.
- La formation professionnelle des jeunes dans la perspective de les préparer à prendre la relève pour la gestion des exploitations agricoles devrait figurer parmi les priorités des décideurs au niveau national et régional. En outre, et étant donné que l'agriculture et le monde rural ont été exclus du statut de l'autoentrepreneur, il est important de mettre en place un cadre législatif approprié définissant les métiers découlant de l'agriculture ainsi que des autres métiers ruraux.
- En plus des actions entreprises en matière de services sociaux (éducation, santé, etc.), afin de réduire les déficits constatés en développement humain en milieu rural, plusieurs programmes publics de services de base ont été élaborés à partir des 1995 et mis en œuvre à nos jours, il s'agit du Programme d'approvisionnement groupé en eau potable des populations rurales (PAGER), le programme d'électrification rurale global (PERG), le programme national des routes rurales (PNRR). Des programmes d'infrastructures numériques ont été également lancés durant ces dernières années, mais l'accès à l'information et aux moyens de communication en milieu rural demeure encore très limité.

- Les infrastructures de base relatives aux routes visant le désenclavement du monde rural deviennent actuellement une priorité essentielle pour améliorer la circulation des hommes, des biens et services et assurer un développement économique et social équitable des populations rurales. Dans cette partie, seront traitées les actions mises en œuvre en matière de désenclavement du monde rural et les obstacles qu'il faut surmonter pour améliorer les conditions de transport et le cadre de vie des populations vivant en milieu rural.
- Des investissements ont été réalisés au cours des 20 dernières années permettant ainsi de développer le réseau routier. Un effort de désenclavement du monde rural a été engagé depuis 1995, matérialisé par le lancement d'un programme spécifique de rattrapage en milieu rural. Il s'agit du programme national des routes rurales (PNRR1), lancé pour la période 1996-2005, d'une longueur de 11 200 km avec un coût de 7 milliards de dirhams. Ce programme a permis d'augmenter le taux d'accès de la population rurale de 34% en 1995 à 54% en 2005.
- En matière de santé: en ce qui concerne l'espérance de vie à la naissance, elle est passée de 47 ans en 1962 (57 en milieu urbain et 43 en milieu rural) à 75,5 ans en 2014 (77,8 en milieu urbain et 72,6 en milieu rural), soit un gain d'espérance de 28 ans en un peu plus d'une quarantaine d'années. Cette progression résulte de l'amélioration de plusieurs déterminants de la santé, notamment la nutrition, l'hygiène, l'accès à l'eau potable, l'accès aux soins, la vaccination
- Les infrastructures numériques (réseaux de fibres optiques, réseaux internet haut débit, réseaux de transmission par satellite, etc.) ont un rôle important dans la structuration du territoire, car elles sont indispensables pour la mise à disposition des citoyens des services à distance, le renforcement de la compétitivité des entreprises et l'encouragement de l'attractivité des territoires.

- En effet, le programme dénommé PACTE (Programme de généralisation de l'accès aux moyens des Télécommunications) adopté en 2005 vise le déploiement des services de la téléphonie et internet au niveau de 9263 localités rurales, qualifiées de zones blanches (c'est-à-dire des zones dépourvues de moyens d'accès aux réseaux de télécommunications). Le rapport annuel de l'ANRT de 2015, révèle qu'au 31 décembre 2015, l'état de couverture des localités PACTE se présente, de la façon suivante : les localités couvertes sont de 99%, et les localités ayant des difficultés de terrains et d'électrification et celles irréalisables, inaccessibles ou abandonnées représentent respectivement 0,8% et 0,2%. D'autres projets de généralisation des TIC sont toujours en cours. Il s'agit des programmes GENIE, INJAZ et CAC tous inscrits dans le cadre du plan « Maroc Numeric 2013 ».

II.1.4 La définition du rural au Maroc

Le découpage des communes en deux catégories distinctes, rurales et urbaines est officiel et fait l'objet d'un dahir sur suggestion du ministère de l'intérieur. Le premier en date est celui de 1958 et le dernier en date est celui de 2009, promulgué à l'occasion des élections communales qui ont engendré une révision de la charte communale. Le nouveau découpage a été réalisé suivant une démarche qui se veut participative et qui implique les élus et les acteurs locaux. Seulement, nous n'avons trouvé aucune trace des critères qui expliquent le classement des communes en communes urbaines ou communes rurales.

Ce nouveau découpage a été rendu nécessaire pour : « adapter le cadre territorial à l'évolution des indicateurs démographiques, spatiaux, sociaux et économiques ». Il est clairement mentionné par le ministère de l'intérieur marocain que l'objectif est de renforcer la démocratie locale et la proximité. Il a abouti à 1503 communes dont 1282 sont rurales.

Seulement, par rapport à l'ancien découpage le nombre de communes rurales a diminué. Il était de 1298. Le passage de 16 communes rurales au statut de communes urbaines est considéré comme une évolution positive de celles-ci.

La recomposition des territoires dans laquelle s'est engagé le Maroc ne concerne pas seulement le niveau communal. Un découpage régional a eu lieu en 1997. L'objectif reste celui de la promotion des territoires et de la multiplication des efforts de décentralisation pour le développement d'une démocratie locale pour la participation des acteurs locaux dans le développement des territoires. En plus des aspects de proximité et de dessouplissement démographique, l'objectif est de tenir compte de la fonctionnalité de ces territoires notamment communaux et cela est observé à travers la dénomination des nouvelles communes dont certaines mettent en avant leur caractère touristique ce qui est selon Boujrouf, S et al (2008) une volonté des pouvoirs publics d'intégrer les territoires locaux dans la mondialisation, la concurrence et la compétitivité, en vue d'attirer plus de touristes, de capitaux et d'entrepreneurs.

Les territoires ruraux sont désignés par un acte politico-administratif et les données statistiques suivent cet état de fait. Il n'existe pas de critères de définition du rural. Seulement, la détermination des communes rurales adopte, de plus en plus, une démarche fonctionnelle et vise, du moins théoriquement, à promouvoir les territorialités. Toutefois, contrairement au cas algérien où le ministère de l'Agriculture et du Développement rural a adopté la commune comme unité pour l'élaboration d'une typologie des territoires ruraux, le ministère de l'agriculture marocain a élaboré un Atlas où le territoire national a été divisé en unités de plusieurs échelles, mais qui a, tout de même, comme base statistique la commune rurale. À partir de là des territoires d'action ont été identifiés et définis. Il s'agit des Unités Territoriales de l'Agriculture (UTA) et des petites régions agricoles. Il est précisé dans l'Atlas de l'agriculture que le découpage en Unités Territoriales de l'Agriculture a été le fruit d'un consensus d'experts, d'agronomes, de géographes et de chercheurs de différentes disciplines dans le cadre d'un groupe de travail du Conseil Général du Développement Agricole (CGDA) (Juin, Juillet 2000).

L'activité agricole, sa nature (traditionnelle, moderne) ou ses performances (marchande ou de subsistance) sont les critères essentiels de ce découpage. Plus concrètement, il est précisé dans l'Atlas que « Les critères du découpage en UTA tiennent compte principalement du relief, des données pluviométriques, de la profondeur des sols, des aptitudes agropastorales et du degré d'intensification de l'agriculture, notamment de l'irrigation. Les critères tiennent compte également de facteurs sociaux et techniques et de données de l'économie agricole ». Ceci montre que les UTA sont le résultat d'une approche purement agricole, délimités pour asseoir une politique nationale de développement agricole qui s'adapte aux potentialités agricoles territoriales. L'UTA est défini comme suit : « C'est un espace géographique présentant des potentialités, des systèmes d'utilisation de potentialités, fruit d'un développement historique et d'une adaptation progressive ». Afin de justifier la notion de « territoire » qui figure dans la les limites administratives des UTA sont celles des communes, mais c'est un ensemble de communes qui constitue une UTA.

La dénomination de ces unités, une carte des tribus a été positionnée sur des entités géographiques connues. L'identité humaine est alors calquée sur l'identité physique et géographique des espaces qui sont déterminés, essentiellement, par leurs caractéristiques agricoles.

Par contre, l'autre entité mise en avant par l'Atlas de l'agriculture marocaine est la « petite région agricole ». Ce « concept » a été identifié dans le cadre de la stratégie 2020 de développement rural, donc avant le plan Maroc vert. La définition qui est donnée de la « petite région agricole » montre clairement qu'elle est inspirée de la notion de « pays » en France « On définit cette échelle comme un espace de mise en cohérence territoriale intégrant une ville centre, des communes rurales et le maillage des petits "bourgs ruraux". La petite région se présente comme un "bassin de vie", un bassin de services, mais aussi, le plus souvent, comme un espace d'appartenance auquel se réfèrent ses habitants. La petite région est importante dans les approches de développement parce qu'elle constitue le niveau préférentiel d'un projet de territoire ». La petite région est donc un territoire d'identité et d'appartenance, mais aussi et surtout un territoire d'action.

Toutefois, tout en précisant que « la petite région » ne constitue pas un échelon de l'administration, il est mentionné dans l'Atlas que « dans la majorité des cas, la petite région rurale pourrait correspondre à l'échelon du « cercle ».

Au fait, malgré l'existence théorique de définitions fonctionnelles de entités rurales déterminées dans un cadre sectoriel (l'agriculture), ces définitions dont les critères ne sont pas clairement identifiés, si ce n'est que celles correspondent aux cercles et que celles démarrent forcément d'une petite ville, sont très centrées sur le développement agricole. L'objectif est que cette échelle puisse concrétiser les stratégies et programme « C'est, en effet, à ce niveau que l'on peut réinsérer l'agriculture dans son tissu économique primaire, dans son réseau de relations avec les services de la ville, les structures de commercialisation, l'agro-industrie » (Ministère de l'agriculture et de la pêche maritime, 2009a). Toutefois, contrairement à ce qui s'est passé en France où ce genre de entités appelées à être des territoires de projets de développement ont été appropriées par les acteurs locaux qui ont créé des organisations et des institutions locales de gestion telle que les conseils de développement et le contrat de pays, les UTA et les PRA au Maroc sont encore, depuis 2009, des entités théoriques sans aucune fonctionnalité réelle.

II.2 Caractéristiques des PME marocaines

Les services sociaux et les infrastructures telles que les routes, l'électricité, l'eau potable, etc., permettent certes d'améliorer le mode de vie des populations vivant en milieu rural, mais ne contribuent pas à procurer un revenu satisfaisant renforçant le pouvoir d'achat des populations rurales. Pour ce faire, il est nécessaire de créer des opportunités économiques autour de filières porteuses en vue d'assurer une dynamique de l'économie rurale.

Dans tous les pays du monde, c'est la création des PME qui contribuent à la dynamique productive de leur économie, mais leur rôle est peut-être encore plus grand dans les pays émergents tel que le Maroc. La section qui suit décrit les petites et moyennes entreprises marocaines ainsi que leur secteur d'activité dans les zones rurales.

II.2.1 Les petites et moyennes entreprises

D'après la Fédération de la PME (affiliée à la CGEM³³¹), les PME marocaines constitueraient 95 % du tissu économique du pays et seraient implantées pour 72 % dans le commerce et les services.

En 2002, elles auraient occupé plus de 50 % des salariés du secteur privé et auraient contribué à hauteur de 31 % aux exportations marocaines et de 51 % aux investissements privés nationaux. Toutefois, alors qu'elles représenteraient environ 40 % de la Production nationale, elles ne participeraient qu'à hauteur de 10 % de la Valeur Ajoutée du pays.

Acteurs majeurs de l'économie marocaine, les P.M.E. souffrent de nombreuses difficultés qui handicapent leur mise à niveau :

- manque de transparence des comptes
- sous- bancarisation et difficultés d'accès au financement* (coût du crédit et garanties exigées souvent rédhibitoires)
- faible productivité et obstacles culturels à l'amélioration de la compétitivité (forte centralisation du pouvoir décisionnel, faible taux de encadrement, culture orale des affaires, absence de comptabilité rigoureuse, culture financière insuffisante)
- absence de préparation et de ouverture à l'international des dirigeants

Jusqu'en juillet 2002, il n'existait pas de définition « officielle » de la P.M.E. au Maroc. Jusqu'alors deux approches prévalaient :

- La première, largement répandue, consistait à considérer comme P.M.E. toute entreprise dont le Chiffre d'Affaires était m75 millions DH.
- La seconde, avait été proposée en septembre 2001 par les auteurs du document Vision de l'avenir du Maroc . quelle vision pour les P.M.E./P.M.I. rédigé à l'occasion du projet « Maroc . Vision 2020 ».

³³¹ CONFEDERATION GENERALE DES ENTREPRISES DU MAROC

Suite à une réflexion approfondie sur la notion de PME au Maroc et à partir de la stratification d'un échantillon composé de près de 10 000 entreprises, ceux-ci proposaient de définir les P.M.E./P.M.I. marocaines sur la base des trois critères suivants :

- Total effectifs : < 200 personnes
- Chiffres d'affaires : < 50 millions DH
- Total bilan : < 30 millions DH

Toutefois, depuis la loi 53-00 formant « Charte de la P.M.E. » du 23 juillet 2002, cette catégorie d'entreprise a une définition « officielle ». Selon l'article premier de cette loi, la P.M.E. est une entreprise gérée et/ou administrée directement par les personnes physiques qui en sont les propriétaires, copropriétaires ou actionnaires et qui n'est pas détenue à plus de 25 % du capital ou des droits de vote par une entreprise, ou conjointement par plusieurs entreprises, ne correspondant pas à la définition de la P.M.E. (ce seuil peut, toutefois, être dépassé lorsque l'entreprise est détenue par des fonds collectifs d'investissement, des sociétés d'investissement en capital, des organismes de capital risque, des organismes financiers habilités à faire appel à l'épargne publique . à condition que ceux-ci n'exercent, à titre individuel ou conjointement, aucun contrôle sur l'entreprise).

Par ailleurs, les P.M.E. doivent répondre aux deux conditions:

- avoir un effectif permanent ne dépassant pas 200 personnes,
 - avoir réalisé, au cours des deux derniers exercices, soit un chiffre d'affaires hors taxes inférieur à 75 millions de DH, soit un total de bilan inférieur à 50 millions de DH.
- Cette même charte propose également des critères spécifiques aux entreprises nouvellement créées (c'est à dire celles qui ont moins de deux années d'existence) : "sont considérées comme PME les entreprises ayant engagé un programme d'investissement initial inférieur à 25 millions de DH et respectant un ratio d'investissement par emploi inférieur à 250 000 DH."

TYPE D'ENTREPRISE	EFFECTIF	CHIFFRES D'AFFAIRES ou	TOTAL DU BILAN
PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE	≤ 200 personnes	≤ 75 millions DH	≤ 50 millions DH

Lorsque la PME détient directement ou indirectement plus de 25% du capital ou des droits de vote dans une ou plusieurs entreprises, il est fait addition des effectifs permanents et des C.A. H.T. ou des totaux des bilans annuels de ladite P.M.E. et des autres entreprises précitées.

Tableau 3: Caractéristiques des PME au Maroc

Bien entendu, ce type de définition n'est jamais définitif et peut faire l'objet, au gré des circonstances économiques et sociales, de aménagements de la part des opérateurs économiques et des institutionnels.

C'est notamment le cas de la commission mixte, composée de représentants de Bank Al-Maghrib et du GPBM (Groupement Professionnel des Banques Marocaines), qui est chargée de élaborer les nouveaux systèmes de rating bancaire, dans le cadre de l'alignement des banques marocaines sur les nouveaux standards européens issus des accords de « Bâle II ». Le nouveau système proposé, qui devrait être adopté par l'ensemble des banques marocaines au cours du deuxième semestre 2004, propose des échelles de notation différenciées suivant la catégorie d'entreprise concernée (grande entreprise, PME, microentreprise), ces dernières étant définies sur les bases suivantes :

TYPE D'ENTREPRISE	EFFECTIF PERMANENT	CHIFFRES D'AFFAIRES ou	TOTAL DU BILAN
GRANDE ENTREPRISE	≥ 250 salarié	≥ 75 millions DH	≥ 90 millions DH
PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE	< 250 salariés	< 75 millions DH	< 90 millions DH
MICRO-ENTREPRISE	< 10 salariés	< 10 millions DH	< 15 millions DH

Tableau 4: Classification des entreprises.

II.2.2 Les très petites entreprises:

Les très petites entreprises des pays en voie de développement jouent un rôle économique et social fondamental. Elles couvrent le manque des gros investissements dans ces pays et créent ainsi un tissu économique primaire qui permettra le développement de ces économies. (Ferrier, 2002).

C'est un secteur générateur de revenus appréciables et créateurs de emplois importants. D'ailleurs, la création de emplois se fait de plus en plus dans les T.P.E. alors que les effectifs des salariés progressent plus lentement dans les P.M.E. et régressent dans les grandes entreprises. De même en période de crise, les T.P.E. ont plusieurs qualités. Elles sont dynamiques, créatives et flexibles. Cependant, elles souffrent de plusieurs difficultés. Elles sont hétérogènes et disparaissent par grand nombre dans les premières années d'existence. Ce qui rend difficile la proposition des théories et des concepts qui leur sont adéquats (Ferrier, 2002).

Le marché des T.P.E. est encore très important, avec 500 millions de micro entrepreneurs et pour un besoin de financement total estimé à 250 milliards de dollars (Maarouf³³², 2011), c'est pourquoi la contrainte financière reste la première préoccupation.

La plupart des travaux de recherche insistent sur les difficultés d'accès des T.P.E. au financement formel, celui des banques (Mourji³³³, 2002). Or dans les pays du Sud, la banque est un modèle importé qui ne convient pas à la majorité des T.P.E. Quant à la finance informelle, elle a toujours été pratiquée, elle s'inscrit naturellement dans la vie de tous les jours, et convient parfaitement aux acteurs du secteur informel. C'est d'ailleurs cette finance qui a fait émerger la micro finance, elle-même liée à des comportements traditionnels qui ne évoluent que lentement (Lelart, 2006). Les institutions de micro finance I.M.F. ou association de microcrédit A.M.C., introduites dans plusieurs pays en développement, ont mis en place des services et produits financiers notamment le micro crédit qui connaît un grand engouement. Toutefois la crise de croissance que connaît ce secteur au Maroc en 2007 et bien avant dans d'autres pays comme l'Inde et la Bolivie suscitent beaucoup de questions sur l'efficacité de ce moyen de financement.

La très petite entreprise fait habituellement référence à un critère dimensionnel. Cependant, le critère de taille devra être expliqué et enrichi par d'autres critères qualitatifs.

³³² Maarouf M. (1994), Economie de la petite pêche artisanale : cas de Tifnit, Annales Marocaines d'Economie, n° 9

³³³ Mourji, Faouzi (1998), Le développement des micro entreprises en question, Edition REMALD, Rabat.

Dans la plupart des pays, la notion de très petite entreprise n'est pas précisée. Les auteurs retiennent le plus souvent un critère quantitatif : le nombre de salariés, une T.P.E. a moins de x salariés (CEPAM, 1987). D'autres critères comme le chiffre d'affaires, la valeur ajoutée (Ferrier, 2002) et les actifs peuvent être utilisés, mais ils rencontrent des problèmes d'hétérogénéité des branches ou de dévaluation.

D'après l'O.C.D.E., nous avons cinq types d'entreprises selon le critère du nombre de salariés: la microentreprise : de 1 à 4 salariés, la T.P.E. : de 5 à 19 salariés, la P.E. : de 20 à 99 salariés, la M.E. : de 100 à 500 salariés et la G.E. avec plus de 500 salariés (Ferrier, 2002).

Il n'existe cependant pas d'unanimité sur le nombre de salariés. La Commission Européenne définit la TPE comme une entreprise de zéro à neuf salariés. Il faut moins de huit salariés pour la TPE chinoise MORRIS (1998), moins de six pour ROBERTS et WOOD (2002), moins de cinq pour JULIEN et MARCHESNAY (1992), moins de quatre pour d'autres chercheurs américains évoqués par MORRIS (1998) (Foliard, 2008).

Au Maroc, la T.P.E. est définie comme étant une entreprise employant moins de 10 salariés. Et il faut distinguer entre la micro entreprise (1 à 9) et la petite entreprise (10 et plus). À l'intérieur des micro-entreprises nous avons les plus petites entreprises (PPE) de 1 à 3 qui sont les véritables microentreprises (stricto sensu) et celles moins petites de 4 à 5 et surtout 6 à 9 personnes qui sont de très petites entreprises (TPE) (Hamdouch³³⁴ et al., 2004).

Le deuxième critère quantitatif retenu au Maroc est celui du chiffre d'affaires. Toute entreprise réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 3.000.000dh hors taxe sur la valeur ajoutée par an est une très petite entreprise (Ministère de l'économie et des finances, 2011).

La taille de l'entreprise reste sujette à de nombreuses controverses. Les critères purement quantitatifs présentent beaucoup de limites. Ils sont très simples d'accès, mais ils ne disent pas ce qu'est une T.P.E. Le Maroc devra donc introduire les critères qualitatifs de classification des entreprises.

³³⁴ HAMDOUCH B. et Al. (2000), Les Marocains résidant à l'étranger, une enquête socio-économique, NSEA, Rabat

Un autre critère adopté au Maroc est celui de la distinction entre les unités informelles et formelles. En effet, la structure du secteur des T.P.E. au Maroc regroupe les T.P.E. formelles qui sont au nombre de 733 000 selon le dernier recensement économique de 2001/2002 (HCP, 2001) et des unités de production informelles qui a vu son effectif passé de 1,233 million en 1999/2000 à 1,550 million en 2007 (HCP, 2009).

La littérature sur T.P.E au Maroc se confond avec les études sur ce qu'on appelle le secteur informel. Celles-ci, si l'on exclut celles sur le secteur artisanal, sont récentes. Elles datent de la seconde moitié des années 80, et suivent le développement rapide qu'a connu le secteur depuis deux décennies, comme conséquence notamment de la crise et des effets socioéconomiques du programme d'ajustement structurel : réduction de la croissance, aggravation du chômage et de la précarité, exode rural, émigration à l'étranger.

Plusieurs études ont été menées au Maroc et qui caractérisent ce secteur.

Le Ministère du Plan a mené trois enquêtes, une quatrième a été réalisée pour le compte du Ministère du Développement Social.

1. Ministère du Plan (1986): L'Enquête de structure sur le secteur du bâtiment et des travaux publics.
2. Ministère du Plan (1988): Enquête nationale sur les entreprises non structurées localisées.
- 3- Ministère de la Prévision économique et du Plan (2003) : Enquête nationale sur le secteur informel (1999-2000): L'Enquête a été menée par la Direction de la statistique et a porté sur un échantillon de près de 9000 unités de production informelles fixes ou mobiles dont près du quart (23%) se trouvent en milieu rural.
- 4- Ministère du Développement social (1999): Enquête sur le secteur informel localisé en milieu urbain

Le tissu économique Marocain est fortement dominé par les micro-unités avec des résultats qui varient en fonction des sources, principalement en nombre d'unités. Ces difficultés sont principalement liées à une part de l'économie informelle fortement représentée chez les TPE.

Cependant l'ensemble des sources s'accordent à dire, que 98 % des entreprises emploient moins de 10 salariés (Planet Finance, GERES, 2008) et offrant un emploi à plus de 75 % de la main d'œuvre. (Maarouf ,2011).

Selon l'étude conjointe du ministère de l'Industrie du commerce et de l'Ambassade de France, les TPE représentaient de 1.464.000 entreprises et 2.420.000 de personnes «occupées» soit 53% des actifs en milieu urbain (Planet Finance, GERES, 2008) ;

Selon le Haut Commissariat au plan, les P.M.E et T.P.E. contribuent à environ 40% de la production, mais ne participent qu'à hauteur de 10% à la valeur ajoutée. La part globale des T.P.E. dans le PIB reste inférieure à 10%. Quel que soit leur statut formel ou informel : commerce et artisanat sont représentés.

Plus de 77% de ce chiffre est réalisé par les TPE issus du secteur commercial, 10% par l'artisanat, 8.8% par les services et le reste étant réalisé par le secteur de la construction (Planet Finance , GERES, 2008).

Dans un but de élargir la assiette de l'impôt, la Loi de Finances 2011 a instauré un taux de imposition spécifique de 15 %, en faveur des très petites entreprises (TPE) réalisant un chiffre d'affaires inférieur ou égal à 3 millions de dirhams, hors taxe sur la valeur ajoutée. Cette disposition est applicable au titre des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2011(Ministère de économie et des finances,2011).

Le secteur des T.P.E. regroupe des entreprises formelles et de autres informelles. Ce dualisme de l'économie va de pair avec le dualisme de la finance. Le secteur moderne est financé par les banques, alors que les petites entreprises privées sont tributaires du secteur financier informel (OCDE, 2005).

II.2.3. Les domaines d'activités de l'entrepreneuriat rural

Les services sociaux et les infrastructures telles que les routes, l'électricité, l'eau potable, etc., permettent certes d'améliorer le mode de vie des populations vivant en milieu rural, mais ne contribuent pas à procurer un revenu satisfaisant renforçant le pouvoir d'achat des populations rurales. Pour ce faire, il est nécessaire de créer des opportunités économiques autour de filières porteuses en vue d'assurer une dynamique de l'économie rurale.

Cette dynamique ne devrait pas se limiter à l'agriculture seule, car avec les changements et mutations socio-économiques marquant le paysage marocain et ses campagnes, elle est devenue incapable de stimuler le développement économique des zones rurales. Le recours à des secteurs aussi importants comme le tourisme rural et l'artisanat reste une locomotive efficace pour redynamiser et développer l'économie du monde rural.

Il s'agit d'améliorer les revenus des populations rurales en diversifiant leurs activités, en créant plus d'emplois non agricoles à travers le lancement de grands projets structurants, et en renforçant les capacités des acteurs et organisations des populations rurales, et en encourageant une exploitation rationnelle des potentialités et richesses naturelles dont disposent les zones rurales.

II.2.3.1. Une nouvelle agriculture pour un milieu rural en mutation

Le secteur agricole au Maroc est l'un des moteurs essentiels du développement économique et de la lutte contre la pauvreté. Sa contribution au PIB national varie en fonction des années, selon le HCP, elle est passée de 13,3% en 2013, à 13,7% en 2015. L'agriculture emploie 40% de la population active, constitue une source de revenus pour 80% de la population rurale et participe annuellement à hauteur de 11% de la valeur totale des exportations³⁴.

La superficie globale du Maroc est de l'ordre de 71 millions d'hectares dont 8,7 millions d'hectares sont des terres arables. Cette superficie est répartie en terres irriguées (1,5 million d'hectares) et en terres bour (7,2 millions d'hectares).

L'intervention de l'État dans le monde rural se caractérise par la réalisation de plusieurs programmes et projets intégrés visant le développement de l'agriculture et du monde rural. Rappelons à cet égard la politique des barrages lancée en 1974 qui a fortement contribué à l'amélioration de la production agricole notamment dans les zones irriguées, et une série de projets de développement intégrés, les projets de mise en valeur en bour (PMVB), les DRI-PMH, et DRI- gestion des ressources naturelles.

La politique de l'État « volet agricole » a connu des mutations importantes notamment celle d'ajustement structurel; le désengagement de l'État visant entre autres la redéfinition du rôle des organismes publics, la suppression des plans d'assolement et la privatisation, la politique de libéralisation des marchés.

L'avènement de la stratégie 2020 de développement rural dans le début des années 90 a donné un nouveau souffle à la politique de l'État, mais cette stratégie n'a pas pu atteindre les résultats escomptés ; une évaluation a été faite par la Banque Mondiale et la FAO en 2004-2005, a pu dégager les réalisations et les insuffisances de cette stratégie.

Cette dynamique a été renforcée par les stratégies sectorielles ayant une composante importante du rural, notamment le PMV, lancé en 2008, la « Vision 2020 du Tourisme » et la « Vision 2015 de l'Artisanat » et la stratégie du développement de l'espace rural et des zones de montagne élaborée en mars 2016.

les projets et stratégies menés jusqu'à aujourd'hui n'ont pas permis pour autant au monde rural de bénéficier amplement des retombées de ces stratégies et même l'agriculture souffre encore des carences et déficiences au niveau :

- des structures et statuts fonciers,
- de l'articulation avec l'amont et l'aval des filières de productions (dépendance des intrants importés, absence ou faible valorisation industrielle),
- des systèmes de distribution et des circuits de commercialisation,
- de l'organisation professionnelle et de l'enseignement-encadrement et de la recherche-action.
- de la différence importante entre la proportion de la population active agricole (40%) et la contribution de l'agriculture au PIB (13,7%).

Face à des besoins croissants, des ressources limitées des populations rurales et des changements socio-économiques et démographiques qui s'opèrent en milieu rural, il est important de repenser la politique de développement rural et agricole, car actuellement avec la multiplicité des intervenants institutionnels pour le développement rural, tout a été pensé par rapport aux facteurs qui favorisent ce développement sans pour autant porter d'intérêt à l'acteur principal de ce développement: l'entrepreneur.

II.2.3.2. Le tourisme rural: vecteur de développement du monde rural

Considéré parmi les secteurs prioritaires de l'économie nationale depuis les années soixante, le secteur touristique est devenu aujourd'hui un domaine essentiel contribuant à la création de richesses, d'emploi et source génératrice de devises du pays.

S'agissant du développement du tourisme rural, le Maroc s'est lancé dans ce secteur depuis plusieurs décennies, mais sans avoir une approche globale et intégrée dédiée au développement de ce type de produit. En effet, plusieurs expériences ont été menées pour valoriser les ressources naturelles et le potentiel dont dispose le Maroc. Toutefois, ces expériences n'ont pas pu créer un écosystème de production de valeur permettant d'assurer l'attractivité du monde rural.

Si la stratégie nationale du développement touristique « Vision 2010 » a permis de donner au secteur touristique un nouvel élan en mettant en place une nouvelle approche pour le tourisme rural sous la marque pays d'accueil touristique (PAT), la Stratégie touristique nationale «vision 2020 » vise entre autres à valoriser les ressources naturelles et rurales tout en les préservant, et à veiller au respect de l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil en leur offrant des avantages socioéconomiques.

Parmi les principales réalisations en relation avec le développement du monde rural, il convient de citer le développement de stations touristiques intégrées et de villages de vacances familiales dans des zones bien définies, permettant ainsi d'améliorer l'accessibilité et la mise à niveau des villages avoisinants à ces stations, mais aussi le renforcement des capacités locales et l'animation via la création des équipements socio - culturels.

En dépit des efforts consentis au fil des années par les acteurs concernés pour le développement du tourisme rural au Maroc, il reste sous-exploité avec seulement 70.000 touristes, et des problématiques restent à résorber liées particulièrement au produit touristique en raison de (i) l'absence de pôles de compétitivité (cluster) (offre diversifiée avec une taille critique pour être vendable), (ii) l'absence de circuits intégrés et thématiques (différenciation, visibilité, etc.) et (iii) la faible taux d'accompagnement sur le plan de la qualité (formation, sensibilisation, etc.), de la performance opérationnelle (emploi des NTIC, réglementation des acteurs), et l'appui à la création des TPE et PME (accès au financement et aux marchés).

Sur le plan de financement, l'absence de mécanismes de l'État pour le financement de l'offre touristique est le principal handicap, car il y a peu de financement et de soutien pour les produits non marchands. La gouvernance pose également un vrai problème du tourisme rural en raison de l'absence d'un intégrateur qui sera chargé de la mise en œuvre ordonnée et cohérente du développement du produit touristique (exécution, exploitation et commercialisation).

Le développement de l'activité touristique dans l'arrière-pays et l'amélioration des conditions de vie de la population rurale restent tributaires de l'intégration réelle des interventions des acteurs concernés en vue de mettre en place les infrastructures de base nécessaire à savoir les accès, les dessertes en eau, en électricité et en assainissement.

Dans la perspective de mise en œuvre des actions visant le développement du tourisme rural, il est important de s'occuper également de tout ce qui est tourisme social et solidaire en raison de son importance et de sa contribution à la promotion et au développement local.

En matière de commercialisation et de achats des produits émanant de l'artisanat rural, l'encouragement de l'intermédiaire professionnel facilitera l'écoulement de la production, mais à condition de respecter les normes des prix et en tenant compte des situations de travail et de production locale de la marchandise. L'absence de contrôle pour l'achat des produits touristiques en milieu rural et le manque d'accompagnement dans ce domaine font défaut également.

II.2.3.3 - L'artisanat rural, vecteur du développement du monde rural insuffisamment exploité

L'artisanat demeure un secteur important pour la dynamisation de l'économie rurale. Est un levier essentiel pour la promotion du développement du monde rural en raison de son importance dans l'amélioration des revenus des artisans ruraux et la création de l'emploi de la majorité de ceux qui exercent le métier d'artisan. Parmi les principaux métiers exercés, il convient de citer le tissage traditionnel, tapisserie, poterie, céramique et bois .

Avant 2005, plusieurs initiatives ont été lancées pour accompagner les artisans notamment en milieu rural. Mais les résultats obtenus n'ont pas pu pour autant améliorer les conditions de vie d'une tranche importante d'artisans opérant dans ce domaine. C'est dans ce cadre que le département en charge de ce secteur a lancé en 2005 une nouvelle stratégie nationale baptisée « vision 2015 » pour le développement de l'artisanat marocain.

Cette stratégie, orientée vers l'avenir, vise à répondre à un double objectif. D'une part, adopter une politique volontariste pour créer suffisamment de nouveaux emplois. D'autre part, illustrer le nouveau rôle de l'administration qui doit passer d'une administration de gestion à une administration de développement.

En ce qui concerne le monde rural, deux cibles ont été identifiées pour améliorer la commercialisation des produits mono-artisans ruraux ; le tourisme rural, visant à intégrer les espaces d'artisanat dans les circuits du tourisme rural et la clientèle nationale de proximité à travers :

- (i) L'organisation des foires commerciales pour ce segment via l'allocation par la Maison de l'Artisan au profit des chambres de budgets pour les activités commerciales et les foires,
- (ii) La création d'espaces de rencontres régulières entre mono-artisans ruraux (regroupés en coopératives) et intermédiaires ou clients finaux pour assurer une régularité des débouchés commerciaux,
- (iii) Le regroupement en coopératives des artisans ruraux permet, d'une part, de mutualiser l'achat de matières premières et, d'autre part, de renforcer le pouvoir de négociation avec les intermédiaires ou clients finaux.

Par ailleurs, des mesures d'accompagnement portant particulièrement sur l'amélioration de la production, le volet financement et la couverture sociale des artisans ont été prévus et qui profiteront pleinement aux mono-artisans ruraux.

II.2.4 L'Initiative nationale du développement humain : nouvel acteur institutionnel

Lancée en mai 2015, l'INDH est devenue, au fil des ans, un levier important en faveur des couches vulnérables et un catalyseur des potentialités existantes au niveau des villes et des campagnes marocaines. Elle a contribué à l'amélioration des conditions de vie des populations cibles à travers la réalisation de plusieurs actions et activités visant la lutte contre la pauvreté et l'enclavement en milieu rural. Ces actions portent sur la mise en place des structures de santé et de scolarisation, la promotion des activités génératrices de revenus (AGR), l'amélioration de l'accès à l'électrification, aux pistes et aux routes rurales, à l'eau potable et l'assainissement.

Le programme de lutte contre la pauvreté en milieu rural a touché durant la première phase 403 communes rurales dont le taux de pauvreté est supérieur ou égal à 30%, soit 30 % des communes rurales du Royaume, et 702 communes rurales dans la deuxième phase, dont le taux de pauvreté est supérieur ou égal 14%, soit 58 % des communes rurales au niveau national, ainsi que l'accompagnement des communes rurales cibles de la première phase.

En ce qui concerne le programme de mise à niveau territoriale, il vise particulièrement la réduction des disparités en matière d'accès aux infrastructures de base, des équipements et des services de proximité (pistes rurales, santé, éducation, électrification, eau potable) des populations relevant de 22 provinces marquées par un relief montagneux ou enclavé. Le budget de la première phase est de 10 milliards de dh, et celui réservé à la deuxième phase est de 17 milliards de dh.

Dans le cadre du programme rural, environ 26.000 projets et 2.880 actions ainsi que 5.216 Activités génératrices de revenus ont été réalisés au profit de 5 millions de bénéficiaires. Le budget global d'investissement est 12,7 MMD, la contribution de l'ANDH est de 8,4 MMD. Quant au programme de mise à niveau territoriale, il a permis de réaliser, depuis son lancement en 2011, des résultats significatifs à juste titre, 158 douars sont alimentés en eau potable et 543 projets de points d'eau ont été réalisés. En plus 400 douars ont bénéficié de l'électrification rurale. En matière d'enclavement, 1887 km de routes et pistes ont été aménagées avec la construction de 40 ouvrages de franchissement. Cependant, la question qui se pose est comment assurer la pérennité de ces réalisations, leur entretien et leur fonctionnement notamment les équipements et les constructions afin d'améliorer le cadre de vie des bénéficiaires.

II.2.5 La valeur ajoutée de l'entrepreneuriat rural

Dans la plupart des pays à revenu faible ou intermédiaire, l'agriculture est encore le principal secteur d'emploi pour les franges pauvres de la société et assure une part importante des moyens de subsistance. Selon la FAO l'agriculture représente environ 10 % du PIB dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, et elle emploie 45% environ de la main-d'œuvre totale (travailleurs rémunérés ou non occupant un emploi formel ou informel, y compris la main-d'œuvre familiale présente sur l'exploitation). En effet, de nombreuses personnes vivent d'un emploi agricole ou de activités paysannes propres dont le produit est destiné à l'autoconsommation familiale et le reste à la commercialisation.

Au Maroc, l'agriculture emploie 40% de la population active et constitue une source de revenus pour 80% de la population rurale. Selon les données du HCP, après une création exceptionnelle de 136.000 postes en 2013, le secteur (de l'agriculture, forêt et pêche) a enregistré des pertes de 7.000 postes et de 58.000 postes au cours des années 2014 et 2015, puis en raison de la forte sécheresse qui a sévi au Maroc, ce secteur a perdu 175.000 emplois en 2016, ce qui correspond à une baisse de 4% du volume d'emploi du secteur.

Ainsi, l'analyse de la situation du marché du travail au deuxième trimestre de l'année 2016, selon les secteurs d'activité économiques et par milieu de résidence, montre qu'en moyenne le secteur de (l'agriculture, forêt et pêche) a perdu 154.000 postes d'emploi, soit à une baisse de 3,8% du volume de l'emploi du secteur. En revanche, tous les autres secteurs ont créé des emplois, 40.000 dans le secteur des "services" (+6% du volume de l'emploi du secteur); 26.000 dans le secteur des BTP (+6,8%); 24.000 postes dans celui de l'industrie y compris l'artisanat (+11,4%).

En ce qui concerne le taux de chômage, celui-ci a enregistré une légère baisse entre 2014 et 2015 de 1,6% pour se stabiliser à 9,7% au niveau national en 2015 contre 9,9% en 2014. Le chômage en milieu urbain reste toujours élevé avec un taux de 14,6% en 2015 contre 14,8% en 2014. Quant au taux de chômage dans le milieu rural, il est passé de 4,2% en 2014 à 4,1% en 2015. De son côté le taux de sous-emploi est passé de 10,8% à 11,7% au niveau national, de 9,7% à 10,5% en milieu urbain et de 12% à 12,5% en milieu rural. Au niveau national, le taux de sous-emploi des hommes (13,6%) représente plus que le double de celui des femmes (5,9%). En milieu urbain, ce taux (10,7%) est presque égal à celui des femmes (9,7%), alors qu'en milieu rural, il est environ cinq fois plus important, soit respectivement 17,4% et 3,5%.

Par ailleurs, force est de constater que l'une des caractéristiques de l'emploi en agriculture c'est l'accroissement de plus en plus du travail des femmes en remplacement de celui des hommes et des jeunes qui préfèrent quitter la campagne vers les villes pour une vie meilleure.

En effet, dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, les femmes fournissent 43% de l'ensemble de la main-d'œuvre agricole, et leur part atteint au moins 50% dans de nombreux pays d'Afrique subsaharienne et ailleurs, surtout là où la pauvreté est profondément enracinée et où les femmes disposent de peu d'autres débouchés.

La participation des femmes à l'emploi reste toujours très faible. En effet, l'année 2015 marque le recul du taux d'activité des femmes qui est passé à 24,8% en 2015 contre 25,2% en 2014 (et 25,9% en 2010). Ce taux est d'autant plus faible en milieu urbain où il atteint 17,4% contre 36,6% en milieu rural.

Par ailleurs, au niveau national, les femmes sont plus présentes dans le secteur de "l'agriculture, forêt et pêche" avec une part de 59,9% de l'emploi féminin. Le secteur des "services" constitue le deuxième secteur pourvoyeur d'emplois pour les femmes avec une proportion de 27,9% et enfin, le secteur de "l'industrie" contribue avec 11,8% des postes d'emploi féminins. Cette structure de l'emploi selon les secteurs d'activité économique cache des disparités par milieu de résidence. En milieu rural, la majorité des postes féminins sont dans "l'agriculture, forêt et pêche" (93,2%); alors qu'en milieu urbain, les femmes travaillent principalement dans le secteur des "services" (68,6%). De même, plus des trois quarts des femmes actives occupées (75,2%) travaillent comme ouvrières ou manœuvres de l'agriculture ou de la pêche et 17,9% sont des exploitantes agricoles, pêcheuses, forestières ou chasseuses.

L'analyse de ces données enseigne que le secteur agricole lorsqu'il est affecté par les aléas climatiques reste peu générateur d'emploi en milieu rural. La sécheresse, qui est devenue un phénomène conjoncturel, a un impact considérable sur la création de l'emploi en milieu. De ce fait, l'encouragement de l'investissement public et privé dans le cadre de grands projets structurants à implanter en milieu rural selon la vocation de chaque région, le recours à la pluriactivité et à la création des petites et moyennes entreprises rurales (PMER) constituent en réalité une nouvelle vision de promotion de l'emploi agricole et rural et permettent de relever les défis multiples auxquels s'affronte le monde rural.

La création des emplois non agricoles dans les zones rurales, permettra aux populations rurales notamment les petits agriculteurs de diversifier leurs sources de revenus et offriront une alternative à ceux qui ne vivent pas décemment de la production agricole. Les industries et services de amont et de aval de l'agriculture (transformation des produits agricoles, industries alimentaires, agrofourniture, mécanisation) constituent des gisements de emplois encore largement sous-exploités en milieu rural.

L'encouragement des jeunes pour s'investir plus dans le domaine agricole est très important, car ils préfèrent quitter le rural pour s'installer en ville. On note un désintéressement vis-à-vis des travaux liés à l'agriculture aussi bien dans les plaines que dans les zones de montagnes et oasiennes. Pour ce faire, une prise en charge des jeunes depuis leur enfance et un encadrement de proximité s'avère opportun, et ce à travers le renforcement du préscolaire, du primaire et de leur adhésion dans des associations locales œuvrant dans le domaine agricole et environnemental. Ce qui contribuera à une meilleure implication de ces jeunes dans la vie active.

Conclusion

En guise de conclusion de cette partie, notons que les programmes et projets réalisés restent très sectoriels et sont conçus de façon à répondre à des questions urgentes qu'affronte le monde rural. La multiplicité de ces programmes et la diversité des actions opérées en milieu rural ont entraîné certes des transformations économiques et sociales et continues, auxquelles les populations rurales essayent de s'adapter, en tirant profit des opportunités qui leur sont offertes. Mais ces interventions n'ont pas été accomplies d'une manière équitable sur les différents territoires du pays, faute d'une vision commune d'ensemble, et parce que le souci du développement rural est relégué au dernier rang des priorités et préoccupations des acteurs concernés par les affaires du monde rural.

Ceci se reflète dans la fracture entre les villes et les campagnes, dans l'accès limité des populations rurales aux services sociaux de base, dans le sous-emploi des jeunes en milieu rural notamment dans les années de sécheresses ainsi que les fortes inégalités des revenus et la persistante de la pauvreté des populations vulnérables et l'analphabétisme.

Le monde rural a également connu des mutations profondes sur le plan économique et social reflétées par une amélioration significative de l'accessibilité et de la mise en place des infrastructures et des services sociaux de base. Toutefois, cette dynamique n'a pas été accompagnée par une amélioration des revenus des populations rurales et de leur bien-être. De nombreux obstacles devraient être levés, ils peuvent être intrinsèques aux ménages eux-mêmes, à leurs milieux ou à leurs capacités financières. Ce qui a impacté le niveau de vie des populations rurales qui a resté largement en deçà du souhaitable.

Également les petites entreprises des régions rurales n'ont pas fait l'objet de recherches soutenues comparativement aux recherches réalisées sur les entreprises en milieu urbain. La littérature suggère que les entreprises rurales ont tendance à être petites tant en termes de ressources que d'employés et les chiffres se sont concentrés dans les industries de services.

Les entrepreneurs, en général des hommes, expriment une variété de raisons pour le démarrage de leur entreprise. Ils ne mettent généralement pas l'accent sur la croissance de leur entreprise, mais plutôt sur l'utilisation de leur entreprise pour répondre aux besoins de style de vie. Ces propriétaires ont souvent vécu à la commune rurale, puis y ont commencé leur activité.

La littérature suggère également que ces propriétaires font face à des défis différents de ceux des entreprises urbaines. Ces défis semblent être répartis en différentes catégories plusieurs grandes catégories, qui englobent l'accès aux services usuels, l'accès aux marchés, à l'infrastructure, à la disponibilité des ressources humaines et du soutien communautaire. Ces différents problèmes sont liés entre eux et il est difficile de se concentrer sur l'un sans l'examen des autres.

Notre recherche vise à combler les lacunes auxquelles les petites entreprises et leurs propriétaires dans les régions rurales font face, à savoir :

- Premièrement, bon nombre de défis sont supposés ou sont formulés du point de vue de l'entrepreneur en milieu urbain.
- Deuxièmement, plusieurs études sur l'environnement rural des affaires se concentrent sur le niveau communautaire avec peu de considération pour l'individu propriétaire de l'entreprise.
- Troisièmement, il y a eu peu de recherches au Maroc sur les questions de l'entreprise rurale. Compte tenu de l'écart dans les zones rurales en général, on ne peut pas supposer que la situation dans une région s'applique à l'autre.
- Enfin, une grande partie des recherches s'est appuyée sur des enquêtes, qui fournissent peu d'informations sur les actions des entreprises.

Nous tenterons de combler ces lacunes en recourant à des entretiens approfondis avec les entrepreneurs ruraux, en vue de détecter les défis qu'ils affrontent. Cette recherche explore également un lieu géographique qui n'a pas été examiné précédemment.

Malgré les défis, les individus démarrent les petites entreprises dans les zones rurales et tiennent à ce qu'elles survivent (Anderson et al., 2001, Bus et al, 1990, Kalantaridis et coll., 2006a). La question à laquelle font face les individus, les communautés et le gouvernement est de trouver des moyens de appuyer ces entreprises pour atteindre les objectifs de croissance économique.

Nous chercherons modestement à contribuer à ce débat en explorant les défis de expériences des entrepreneurs et les méthodes par lesquelles ils les ont surmontés.

En travaillant sur la région Fès-Meknès. Le chapitre suivant fournit plus de détails sur le contexte de la recherche et de la méthodologie utilisée.

Chapitre 3 : Méthodologie de recherche

Introduction

Ce chapitre présente et justifie dans une première section la méthodologie adoptée par un examen de l'approche de recherche, de la population et de l'échantillonnage, les méthodes de collecte des données, analyse des données

Brièvement, la recherche adopte une approche inductive par l'utilisation de études de cas et des données qualitatives recueillies au cours des entretiens.

Dans la deuxième section de ce chapitre on présente le contexte de l'étude en se focalisant sur la géographie de région Fès-Meknès, de la répartition de la population, base économique, l'infrastructure disponible et de la classification de la région collectivités en degrés de ruralité.

La région de Fès-Meknès occupe une position géographique stratégique. Donnant sur l'Europe au Nord et jouxtant la frontière algérienne à l'Est, cette région est prédestinée à jouer le rôle de carrefour de communication et d'échanges maghrébins et européens et constituer un trait d'union entre l'Afrique et l'Europe.

I- Le design de la recherche

Il y a deux hypothèses fondamentales qui sous-tendent cette conception de la recherche. Tout d'abord, en s'appuyant sur une posture de recherche de type interprétativiste, il est entendu que le participant à la recherche joue un rôle de collaboration et d'interprétation de son environnement et de ses réactions. En conséquence, un chercheur ne peut comprendre les actions des participants lorsqu'il explore les interprétations que des participants font de leur propre réalité. Par conséquent, cette recherche est conçue pour être conduite par les participants afin d'accéder à leur interprétation et leur compréhension.

De plus, cette conception de la recherche demeure souple afin de répondre aux facteurs importants que le participant identifie. C'est le contraire de l'école du positivisme qui affirme que le comportement peut être prédit à l'avance.

Deuxièmement, comme indiqué au chapitre précédent, il existe un gap dans les connaissances théoriques sur les spécificités des entreprises rurales et leurs caractéristiques. En conséquence, cette recherche adopte une approche exploratoire à travers des études de cas et la poursuite du raisonnement inductif, avec l'intention de conclure aux principales spécificités à partir des données recueillies.

Une méthode d'étude de cas avec des interviews comme moyen de recueil des données primaires est utilisée. Le contexte rural joue un rôle important tant pour déterminer les caractéristiques propres aux entrepreneurs ruraux et leur environnement, que pour étayer le déroulement du processus entrepreneurial.

Pour ce faire, la recherche a besoin d'explorer ce contexte. Ce type de recherche est qualifié de recherche qualitative (Audet³³⁵ et al, 2001, Locke³³⁶, 2001, Marshall³³⁷ et al., 1999, Miles³³⁸ et al., 1994, Rubin³³⁹ et al., 1995, Symon³⁴⁰ et al., 1998).

³³⁵ Audet, J. & d'Amboise, G. (2001) l'étude multi-site : Une méthodologie de recherche novatrice. *Le rapport qualitatif*, Volume 6 No 2.

³³⁶ Locke, J. (2001) *Théorie ancrée à la recherche en gestion*, London, UK : SAGE Publications.

³³⁷ Marshall, C. & Rossman, G. B. (1999) *La conception de la recherche qualitative*, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.

³³⁸ Miles, M. B. et Huberman, A. M. (1994) *L'analyse des données qualitatives : Un élargissement Sourcebook*, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.

³³⁹ Rubin, H. J. & Rubin, I. S. (1995) *les entrevues qualitatives : L'Art de l'audience des données*, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.

³⁴⁰ Symon, G. & Cassell, C. (1998) Réflexions sur l'utilisation de méthodes qualitatives. Dans Symon, G. & Cassell, C. (Eds.) *Les méthodes qualitatives et l'analyse dans la recherche organisationnelle : Un guide pratique*. London, UK : SAGE Publications

Conformément à l'approche qualitative, les études de cas sont utilisées pour explorer comment et pourquoi les participants répondent à leur contexte d'expérience et à leur environnement (Chetty³⁴¹, 1996, Cope, 2005a, Curran³⁴² et al., 2001, Hill³⁴³ et al., 1999, Romano³⁴⁴, 1989, Yin³⁴⁵, 2003). Comme indiqué dans les questions de recherche, ce contexte devient important pour l'analyse du processus entrepreneurial en milieu rural. Les études de cas constituent également une approche appropriée lorsque la recherche est de nature exploratoire et/ou axée sur la réponse aux questions du "comment" et du "pourquoi" (Chetty, 1996, Yin, 2003).

Dans une étude de cas, le chercheur explore plusieurs sites afin de comprendre un phénomène plus vaste et élaborer la théorie à partir de ses constats. En outre, les études de cas multi sites peuvent être efficaces dans le cas des petites entreprises, car elles peuvent faciliter l'extension de la théorie développée à ce type d'entreprises (Romano, 1989).

Avec le développement récent des recherches entreprises par des études de cas, cette approche est de plus en plus acceptée dans la recherche entrepreneuriale sur les petites entreprises. Les études de cas sont recommandées dans les situations où la compréhension du contexte est importante pour comprendre les phénomènes à l'étude (Audet et al., 2001, Perren et al., 2004).

³⁴¹ Chetty, S. (1996) La méthode d'étude de cas pour la recherche dans les petites et moyennes entreprises. *International Small Business Journal*, 15 (1), 73-85.

³⁴² Curran, J. & BLACKBURN, R. (1994) *Les petites entreprises et les réseaux économiques locaux : La mort de l'économie locale ?* London, UK : Paul Chapman Publishing Ltd.

³⁴³ Hill, J. McGowan, P. (1999) Les petites entreprises et le développement des entreprises : Des questions sur la méthodologie de recherche. *Revue internationale de l'attitude entrepreneuriale et de recherche*, 5 (1), 5-18.

³⁴⁴ Romano, C. A. (1989) Stratégies de recherche pour les petites entreprises : Une approche d'étude de cas. *International Small Business Journal*, 7 (4), 35-43.

³⁴⁵ Yin, R. K., (2003) *Étude de cas Recherche : Conception et méthodes*, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.

Pour leur étude des femmes rurales entrepreneurs en Australie, Mankelow et Merrilees³⁴⁶ (2001) soutiennent que les études de cas peuvent être particulièrement utiles dans l'étude des petites entreprises parce qu'elles donnent une image de la vraie vie des participantes et de leur expérience. Cela permet aux chercheurs de répondre à des questions relatives au contexte des participantes.

Audet et Amboise (2001) utilisent cette approche pour leur étude sur l'analyse stratégique des petites entreprises afin de développer une théorie. Ils expliquent que la plupart des études antérieures avaient été principalement de nature descriptive, plutôt que d'être axées sur les théories de développement. Robinson (2001) soutient que l'approche des études de cas est appropriée pour l'étude des motivations entrepreneuriales et leur influence sur la façon dont les femmes propriétaires d'entreprises rurales gèrent leur personnel, parce qu'elles ont peu de contrôle sur les événements (ce qui élimine les possibilités d'expériences). Un contexte particulier peut être plus facilement détecté au moyen de entretiens que par enquêtes parce que d'autres questions lors de l'entretien peuvent approfondir la compréhension. Les enquêtes, d'autre part, sont très structurées et conçues de façon à s'assurer que les participants répondent au même groupe de questions dans le même ordre à chaque fois, étapes nécessaires pour assurer la validité et la fiabilité de la recherche (Saunders et al., 2003)³⁴⁷.

Enfin, Anderson (2000) se concentre sur deux études de cas pour examiner le potentiel d'entreprises dans les zones rurales des Highlands écossais, avec l'intention de présenter le processus entrepreneurial. Anderson soutient que l'objectif de cette recherche est mieux accompli à travers des études de cas, ce qui facilite la collecte des descriptions des actions des entrepreneurs et leur propre perception des événements.

³⁴⁶ Mankelow, G. & Merrilees, B. (2001) Vers un modèle de Marketing d'entreprise pour les femmes en milieu rural: Une approche d'étude de cas. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6 (3), 221-235.

³⁴⁷ Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2003) *Méthodes de recherche pour les étudiants*, Essex, Angleterre : Pearson Education Limited.

Il a également fait valoir dans un article ultérieur que l'approche qualitative est utile lorsque la compréhension d'un phénomène est plus importante que sa mesure (Anderson et al., 2003).

Pour conclure, l'approche qualitative présente plusieurs avantages pour notre étude par rapport aux méthodes quantitatives. Les méthodes qualitatives sont souvent choisies quand il s'agit de l'exploration et la compréhension du contexte (Cope, 2005a, Gartner³⁴⁸ et al., 2002).

Ces méthodes sont aussi utiles lorsqu'il est important de comprendre et d'interpréter à partir de la perspective des participants, et de prendre en compte l'interaction d'une entreprise avec son environnement (Byrom et al., 2003, Cope, 2005a, Curran et al., 2001, Hill et al., 1999, Locke, 2001, Marshall et al., 1999). Ces méthodes permettent au chercheur de découvrir et d'explorer de nouveaux domaines de recherche, ce qui peut conduire à une nouvelle théorie du développement (Carson et al., 1996, Cope, 2005a, Egan, 2002, Eisenhardt³⁴⁹, 2002, Frazier³⁵⁰ et al., 2004, Marshall et al., 1999, Romano, 1989).

À l'aide de méthodes qualitatives, les chercheurs peuvent explorer les nuances et les différences, ce qui peut être difficile dans les méthodes quantitatives, par les enquêtes (Lean, 1998, Rubin et al., 1995 ; Smith et al., 1989). Enfin, les méthodes qualitatives, en utilisant Les entretiens comme outil de collecte des données, permettent également aux participants d'être impliqués dans la création et l'expression de leur propre compréhension du contexte dans lequel ils évoluent (Johansson, 2004, Marshall et al, 1999, Romano, 1989, Rubin et al., 1995, Tregear, 2005).

³⁴⁸ Gartner, W. B. & Birley, S. (2002) Introduction à l'édition spéciale sur les méthodes qualitatives de recherche en entrepreneuriat. *Journal of Business Venturing*, 17 (5), 387-395.

³⁴⁹ Eisenhardt K., M. (2002) Les théories de construction à partir de recherche sur les études de cas. Dans Huberman, A. M. & Miles, M. B. (Eds.) *Le chercheur qualitatif's Companion*. Thousand Oaks, California : SAGE Publications.

³⁵⁰ Frazier, B. J. & Niehm L., S. (2004) Exploration de réseaux d'information des petits détaillants dans les communautés rurales. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9 (1), 23-42.

II. Terrain de l'étude, population étudiée

II.1. Le terrain de l'étude : La région Fès Meknès

La région Fès - Meknès est constituée de zones naturelles disparates, qui peuvent être regroupées en cinq unités géographiques appartenant notamment aux domaines naturels du Rif, Pré Rif, le Moyen Atlas:

- **Le plateau de Saïss**, 400 m à 700 m d'altitude, les causses d'El Hajeb et les collines préifaines de Zerhoun qui se caractérisent par un climat semi-continental de type méditerranéen.
- **Les zones des montagnes** qui couvrent une bonne partie de la région. Elles sont constituées de plusieurs sous-ensembles de massifs montagneux :
- **Le Rif central et oriental**: au nord de la région, couvrant le nord des deux provinces de Taounate et de Taza. Cette zone très accidentée de la région est exposée à la fois aux perturbations océaniques et méditerranéennes, connaît de très importantes précipitations (jusqu'à 150 cm de pluie par an).
- **Le Pré-Rif** : couvrant une partie des provinces Moulay Yaâcoub et l'Est de Meknès.
- **Le Moyen Atlas** : considéré comme le principal château d'eau au nord du Maroc, et le point de départ des plus importants cours d'eau de la région. Avec un point culminant de 2796 m à Tichoukt.
- **Le Haut-Atlas** : au sud de la région, touchant une petite partie du sud de la province de Boulemane.
- **Les collines du pied du Rif**, situées entre le début des collines du Prérif et les montagnes du Moyen Atlas, cette zone occupe la partie centrale et Est du bassin de Saïss avec une altitude variant entre 400 m et 500 m.
- **Les hautes collines du Missouri**, A l'Est et au Sud-Est du Moyen Atlas (700 m à 1200 m) où se situent les plateaux de la Moulouya centrale, offrant un climat doux par rapport au reste de la région et des terres cultivables.
- **Le domaine Mésétien des Hauts Plateaux**, situé entre le pré-Rif et le Moyen Atlas à l'égal du château d'eau, les collines des zones Nord et Est de la région, à relief doux et à climat sec, entravant toute possibilité d'agriculture.

Au Sud de la région, on retrouve les montagnes de l'Est du Moyen Atlas couvertes de forêts et constituées de rochers durs en calcaire. Cet ensemble montagneux contraste avec les unités voisines, aussi bien en ce qui concerne les composantes du sol que la rudesse du climat. La zone de Bouyablane et Bounacer est caractérisée par une altitude élevée atteignant plus de 2900 m.

À travers ces unités abruptes s'intercalent d'autres formations géologiques telles que: la plaine alluviale de Nekkour, les plaines de Guercif et Moulouya situées entre l'Est du Moyen Atlas et les prolongements des Hauts Plateaux orientaux, ainsi que les plateaux désertiques de la région de Guercif à l'Est.

Concernant le sol, on peut identifier trois grands types :

- Les sols minéraux, à la province de Boulemane ;
- Les sols bruns, dans la plaine de Saïs, caractérisés par leur formation épaisse, fertile et riche en éléments nutritifs ;
- Les sols tirs et vertisols de Saïss et Sefrou, possédant la meilleure valeur agricole.

On constate à travers cette présentation que c'est l'une des régions marocaines les plus vastes et qui est majoritairement rurale, ce qui la rend un champ propice pour notre recherche. On constate également que la nature et la disparité géographique est l'un des défis à surmonter par l'entrepreneur en zones rurales citées ci-dessus à savoir l'infrastructure routière qui n'est pas facile à mettre en place dans ces conditions géographiques (zones montagneuses).

La région de Fès-Meknès dispose d'une importante richesse naturelle susceptible de renforcer sa position économique. Cette richesse est un atout incontournable à exploiter en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat rural. Il est à signaler que ces ressources sont en parfaite adéquation avec les ressources nécessaires pour les domaines d'activités de l'entrepreneuriat rural cités dans le chapitre précédent (agriculture, tourisme, artisanat).

II.1.1 Ressources de la région:

II.1.1.1. Climat et précipitations:

La région est caractérisée par un climat allant du Méditerranéen au continental à hiver froid et à été chaud, notamment dans la province de Boulemane. Le climat des zones élevées du Rif et Pré Rif, est clément en été, alors qu'en hiver il est plus froid avec des gelées fréquentes et fortes. Les zones continentales sont sujettes aux coups du Chergu qui contribue à l'élévation des températures.

Les disparités géographiques à l'intérieur de la région introduisent des distinctions importantes au niveau de la pluviométrie dont on peut distinguer :

- **Les zones humides** : Ce sont celles qui reçoivent un volume de précipitations assez important. Il s'agit là des zones élevées du Moyen Atlas et du Rif. Le Rif est le plus arrosé, car il reçoit plus de 800 mm/an, alors que le Moyen Atlas reçoit en moyenne 600 mm/an.
- **Les zones moyennement arrosées** : Elles reçoivent en moyenne 400 mm/an de pluies, il s'agit des zones du Pré Rif et du flanc septentrional de la région.
- **Les zones sèches** : Ce sont les zones alfatières du Sud-est de la région recevant des précipitations annuelles de moins de 300 mm. Elles comprennent les plaines de la Moyenne-Moulouya qui est pratiquement aride. La rareté de l'eau qu'elle connaît ne permet qu'une végétation de type steppique, Alfa et Garrigue.

II.1.1.2. Ressources hydrographiques

Pour ce qui est des ressources en eau, la région jouit d'une situation privilégiée, tant pour les eaux superficielles que pour les eaux souterraines qui qualifient sa partie (Moyen Atlas Central) de « **château d'eau du Maroc** » d'où partent le Sebou, l'Oum Er Rbia et une partie de l'eau de la Moulouya.

En effet, les apports des cours d'eau sont de l'ordre de 990 mm³/an, contenus à l'intérieur de deux grands bassins versants : le Sebou (56%) et le Moulouya (44%).

Il est à préciser que aucun de ces deux bassins versants ne se trouve en totalité à l'intérieur de l'espace régional.

La région recèle de grandes potentialités en eau de surface matérialisées par la subsistance d'importants cours d'eau (Oued Ouergha, Oued Innaouen, Oued Moulouya, Oued Ghiss, Oued Nekkor). En revanche, vu la dominance de formations géologiques imperméables, les réserves en eaux souterraines demeurent assez modestes.

II.1.1.3. Eaux de surface

- **Le bassin versant de MESSOUN** : C'est un sous bassin de la Moulouya, il se déploie sur une superficie de 2600 km² avec 29.2% de parcours et 25.3% de matorrals. Le relief y est très accidenté et l'érosion spécifique y atteint l'ordre de 570 t/km²/an.
- **Le bassin versant de Bab Louta** : C'est également un sous bassin de la Moulouya, il s'étend sur une superficie de 12171 km², il est aussi caractérisé par d'importantes précipitations variant entre 560 et 1110 mm/an. Les forêts occupent 52% de l'espace du bassin alors que 11% sont occupés par les parcours. L'érosion spécifique au niveau de ce bassin atteint l'ordre de 1000t/km²/an.
- **Le bassin versant de Oued Ouergha** : C'est un sous bassin de Sebou, il s'étend sur une superficie de 6140 Km², il est caractérisé par un régime pluviométrique annuel variant entre 500 et 1700 mm, ce qui se traduit par la violence des crues de Oued Ouergha provoquant des inondations catastrophiques. Ledit bassin connaît également une érosion spécifique de l'ordre de 98t/ha/an.
- **Le bassin versant de Oued Innaouen** : C'est aussi un sous bassin de Sebou, il s'étend sur une superficie de 3680 km², il draine les eaux de surface vers le Barrage Driss Ier. Oued Innaouen est le plus important cours d'eau de ce bassin dont Oued Larbâa est l'un de ses principaux affluents, lequel est connu par ses crues torrentielles.

La région dispose d'une infrastructure importante de barrages composée essentiellement de:

- **Barrage Driss Ier**, sur Oued Inouène avec un volume de stockage de 1156.8 Mm³ et a pour fonction la production d'énergie et l'irrigation,
- **Barrage Sidi Chahed**, situées dans la Province de My Yaâcoub sur Oued Mikkés avec un volume de stockage de 170 Mm³ et a pour fonction l'alimentation en eau potable et l'irrigation.
- **Barrage Allal Al Fassi**, situé dans la Province de Sefrou sur Oued Sebou avec un volume de stockage de 63.7 Mm³ et a pour fonction l'alimentation en eau potable, l'irrigation et l'énergie.
- **Barrage Enjil**, de grandeur moyenne, et située sur l'oued Taghoucht (Oued Enjil) affluent rive gauche en amont de la haute Moulouya à 16 km au sud de la ville de Boulemane . Il est doté d'une capacité de 12 Mm³, destiné essentiellement à l'AEP et à l'irrigation.

Ces grands barrages sont épaulés par des petits barrages (El Agba, Moulay Arfa et Aggay) destinés essentiellement à la protection des villes contre les inondations et des lacs collinaires servant à l'alimentation en eau potable, l'abreuvement du cheptel ou l'irrigation.

II.1.1.4 Eaux souterraines

Les réserves de la région en eaux souterraines sont considérées comme modestes vu l'abondance de formations géologiques imperméables évitant la pénétration des eaux de pluies ou de neiges fondues. Cependant la région recèle un ensemble d'étendues d'eau souterraine allant de nappes phréatiques très discontinues ou peu significatives jusqu'aux nappes continues à exploitation facile :

- **Les nappes préifaines** : Ce sont des petites nappes isolées contenues dans des terrains perméables, elles sont extrêmement utiles pour l'approvisionnement en eau pour les populations locales.
- **La nappe de Saïss** : Elle est constituée par un aquifère profond et un aquifère phréatique séparés par les eaux de pluie, par les apports du Causse Moyen Atlasique, et les pertes du réseau hydrographique.

La surexploitation de ces deux nappes précitées et les sécheresses répétitives ont conduit à la baisse de la pression des forages artésiens, la chute des niveaux piézométriques (2,8 m/an) et le tarissement des sources.

- **La nappe du bassin de Guercif** : C'est une nappe assez profonde (30 à 40 m), elle s'écoule du Sud-est vers le Nord-ouest et donne naissance à une dizaine de sources d'eau.
- **La nappe des Causses Moyen Ā Atlasique** : constituée de nombreuses nappes aquifères qui assurent le rôle de réservoir dans l'alimentation des oueds superficiels
- **La nappe de Tigrigra** : C'est une nappe d'environ 200 Km² de superficie dans les basaltes. Alimentée par l'abouchement à partir du Moyen Atlas. Les débits maximaux sont de l'ordre de 10 l/s.
- **La Meseta Centrale** : Les formations de la Mesta n'ont pas de aquifères importants, on y trouve uniquement quelques petites cuvettes avec logement dans le calcaire et d'intérêt purement local, ou des nappes phréatiques utilisées pour les besoins ménagers de l'eau et souvent presque sans débit en été.
- **La nappe de Taza** : C'est une nappe assez profonde (30 à 40 m), elle s'écoule du Sud-est vers le Nord-ouest et donne naissance à une dizaine de sources d'eau. L'alimentation de la nappe est assurée par l'infiltration des eaux de pluie. Elle est exploitée pour l'AEP de Matmata, Tahla, Oued Amlil,..., ainsi que pour l'irrigation.

La région offre également des opportunités considérables en matière de sources thermales minérales. Il s'agit des sources de Sidi Hrazem, Moulay Yaâcoub et Aïn Allah.

II.1.1.5 Les ressources forestières

Le potentiel forestier que recèle la région contribue au développement socio-économique des populations en leur assurant : la matière première qui est le bois, des jours de emploi, des parcours pour l'élevage, etc.

La diversité bioclimatique des milieux écologiques et le caractère montagnard de la région se traduisent par une grande diversité des essences et espèces forestières naturelles (1.446.160 ha² de forêts soit 16% du total national). La province de Boulmane dispose de la superficie forestière la plus importante, 50%, soit 724.420 ha, la forêt au sein de la province de Taza occupe 409.400 ha enfin, la forêt à l'intérieur de la province de Sefrou s'étend sur une superficie de 106.100 ha.

On distingue alors à l'intérieur de l'espace géographique de la région les espèces forestières suivantes :

~ **Cédraie** : le cèdre se distingue par ses exigences écologiques (à partir de 1600 m d'altitude et une pluviométrie de plus de 800 mm/an). La région renferme deux espaces de cédraies : la cédraie de Tazekka (le moyen Atlas), et la cédraie de la montagne du Rif ;

~ **Forêts à base de Chêne Zen** : vu l'exigence de l'espèce en eau (soit une pluviométrie de plus de 800 mm/an), les forêts pures à base de chêne Zen s'étendent sur de petites superficies et se concentrent dans le Rif et le Moyen Atlas ;

~ **Forêts à base de Chêne-liège** : existantes dans le Rif et le Moyen Atlas, les plus belles formations et les plus productives aussi se trouvent dans la province de Taza (forêt de Bab Azhar) ;

~ **Forêts à base de Chêne vert** : se trouvent dans des espaces caractérisés par un bioclimat semi-aride et subhumide de la province de Taza et du nord de la province de Boulemane ainsi que la bande centrale de la province d'Ifrane.

~ **Forêts de Thuya** : se localisent dans des espaces caractérisés par un bioclimat semi-aride des provinces de Taza, Sefrou et Taounate.

Les efforts de reboisement entrepris par le Haut-Commissariat aux Eaux et forêts et à la Lutte contre la désertification ont commencé à donner leur fruit et la superficie forestière a connu une augmentation de 2% entre 2000 et 2010. La part de la région en termes de superficies reboisées représente 18% de superficie totale nationale avec une prédominance de la province de Taza (41% de la superficie reboisée régionale).

II.1.2. Contraintes au développement de la région

Les infrastructures de la région Fès-Meknès telles que celles sont décrites dans la section sont très limitées, ceci dit, cette section révèle les insuffisances que l'entrepreneur rural considère comme contraintes au développement de son activité entrepreneuriale.

II.1.2.1 Le réseau routier

Le réseau routier joue un rôle crucial dans l'implantation des activités économiques, l'installation et les mouvements des populations. De même, il est vital pour promouvoir les différents échanges aussi bien au sein de la région qu'avec les autres régions du pays.

L'accessibilité régionale et la desserte provinciale ou locale sont assurées par la route, l'autoroute, la voie ferrée et les aéroports.

Le réseau routier de la Région Fès-Meknès totalise une longueur de 8689 km, soit 21% du total du réseau routier marocain.

Les routes nationales dans la région s'étendent sur une longueur de 1173,24 km, le réseau régional se développe sur 1744,5 km et le réseau provincial totalise 5771,2 Kms.

L'autoroute qui traverse la région, a amélioré d'une façon considérable la qualité de la desserte routière de la région, en assurant en 2013 un trafic journalier moyen de environ 12.093 véhicules entre Fès et Meknès.

Les contraintes qui entravent le développement de l'infrastructure routière dans la région peuvent être résumées comme suit :

- Les difficultés d'accessibilité dans certaines zones montagneuses du Moyen et du Haut Atlas.
- Les fortes chutes de neige engendrent des coûts élevés de l'exploitation des routes.
- L'adaptation de certaines routes à l'évolution du trafic.

L'autoroute A2 qui relie Rabat à Oujda entrée en service en 2011 et dont une longueur totale de 496 kilomètres constitue un grand axe structurant Est-Ouest qui traverse la région avec une longueur d'environ 200 Kms.

II.1.2.2. Le réseau ferroviaire

En matière d'infrastructure ferroviaire, la région est desservie par un chemin de fer d'une longueur de 200 km. Ainsi, ce réseau permet la liaison de Fès et Meknès aux destinations de Marrakech, Tanger et Oujda.

II.1.2.3. L'infrastructure aéroportuaire

La région est dotée d'un aéroport international, c'est celui de Fès-Saïs. Malgré sa vaste emprise au sol de 223 ha, le nombre des mouvements d'avions est extrêmement réduit, puisque le trafic régulier ne dépasse pas, en moyenne annuelle, six vols par jour.

La région dispose, en plus de l'aéroport militaire de Bassatine au niveau de la ville de Meknès d'aéroports régionaux : aéroports civils à Ifrane et à Taza (aérodrome de Sidi Hammou) dont l'état actuel nécessite une réhabilitation.

Du point de vue trafic aérien en général, l'aéroport de Fès-Saïss a enregistré un total de 7.281 mouvements d'avions en 2012 assurant ainsi un nombre de passagers de 659.807 voyageurs représentant 4% par rapport à l'ensemble des aéroports du Maroc .

Cependant, d'une capacité de près de 500.000 passagers, l'aéroport a montré ses limites et l'infrastructure d'accueil arrive à saturation avec l'arrivée de nouvelles dessertes, notamment celles programmées au départ de Londres, Bruxelles et Milan. Les études sont en cours pour la construction d'un nouveau terminal.

Pour les autres destinations, les passagers sont obligés de transiter par l'aéroport Mohammed V de Casablanca.

L'aéroport enregistre également un faible trafic international vu que les vols intérieurs représentent environ 83% des mouvements totaux de avions.

II.1.2.4. Alimentation en Eau potable

L'approvisionnement en eau potable est assuré surtout, par un ensemble de barrages tels que Bab Louta, Sahla.., et un ensemble de stations de traitement telles que les stations de Oued Sebou, Oued Innaouen et Oued Ouargha. À signaler que la production d'eau superficielle par ces stations a connu une diminution de 8 % entre 2009 et 2011.

La production totale en eau potable dans la région est estimée à environ 99,5 millions de m³, soit 11% de la production nationale, produits par l'ONEP à hauteur de 22 millions de m³. Le reliquat est produit par la RADEM (Meknès), la RADEEF (Fès) et la RADEETA (Taza).

L'alimentation en eau potable dans le milieu urbain est relativement satisfaisante ou en cours de satisfaction ; celle du monde rural, en revanche, est déficitaire en dépit des efforts consentis ces dernières années. La majorité de la population doit se procurer en eau dans des conditions qui ne répondent pas aux normes sanitaires.

II.1.2.5. L'électrification

L'essentiel de l'énergie électrique de la région provient du réseau national à partir de la station thermique de Jerada à travers Oujda et la station de transformation El fouarrat à travers Toulal situé dans la wilaya de Meknès. Les stations hydrauliques de Bab Jdid et Jenjfour à Fès renforcent la production électrique au moment où la demande est importante.

La production d'électricité dans la région a atteint en 2012, 2.500 millions de KWh (soit 9% de la production nationale), assurant de la sorte une couverture de l'ordre de 62% de la consommation d'électricité dans la région.

La dépendance énergétique a engendré un faible niveau d'équipement. Si l'infrastructure électrique semble suffisante dans la préfecture de Meknès et dans la province de Frane, la province de Boulemane et Taounate restent faiblement dotées. Au niveau de la distribution de cette énergie, les centres urbains ne connaissent pas de grandes difficultés, excepté quelques problèmes liés surtout au besoin d'extension du réseau aux périphéries, à cause de la croissance rapide et non maîtrisée de l'urbanisation.

Pour le milieu rural, l'extension du réseau doit faire face aux contraintes liées à la dispersion de l'habitat et au relief accidenté, auxquelles s'ajoute la faible demande d'énergie des noyaux ruraux puisque les activités de ces derniers sont peu consommatrices d'énergie électrique.

Beaucoup d'efforts sont déployés par l'État et les collectivités locales, ces dernières années à travers un certain nombre de programmes, surtout le Programme d'Électrification Rurale Global qui a eu des effets positifs sur le taux d'électrification rurale.

À fin avril 2014, le nombre des villages mis sous tension a atteint 4.167 villages, ce qui représente 11,5% du total des villages marocains mis sous tension.

II.1.2.6. Poste et télécommunications

Vu l'importance économique et sociale du secteur des postes et télécommunications, les opérateurs télécom continuent d'améliorer et de développer leurs prestations tant au niveau national que régional. Il en est de même pour la région de Fès-Meknès où il a été procédé durant ces dernières années, à l'instar des autres régions du Royaume, à la réalisation de plusieurs projets portant sur la création de nouvelles infrastructures et équipements.

II.1.3.Secteurs productifs:

Les secteurs d'activités étayés dans la partie suivante confirment la prédominance des zones rurales dans la région Fès Meknès, des activités basées essentiellement sur les produits naturels de la région. Ces activités génèrent de faibles marges ce qui rend le développement de la région très difficile, et par conséquent la création d'activités nouvelles est nécessaire pour accélérer la cadence de développement de la région.

II.1.3.1 L'Agriculture

Le secteur agricole est l'un des secteurs prometteurs de la région. En effet, la superficie agricole utile au niveau de la région Fès-Meknès est estimée à 1.335.639 hectares, soit 15% de la superficie agricole utile nationale. La superficie totale des terres irriguées est de l'ordre de 1.251.456 hectares, soit 9% de la superficie totale des terres agricoles de la région.

La Région bénéficie ainsi d'un grand patrimoine foncier arable (environ 1,4 million ha), d'un climat favorable, de ressources humaines importantes quantitativement (plus de 1,7 million de ruraux), et qualitativement [ce potentiel humain est renommé pour un savoir-faire touchant les diverses branches de ce secteur (systèmes agro-sylvo-pastoraux traditionnels, mobilisation des ressources en eau)], des conditions pédoclimatiques en général favorables pour la mobilisation des grandes surfaces destinées à la céréaliculture et aux cultures maraîchères, des sols riches, globalement à fort potentiel productif notamment le plateau du Saïs, les vallées de Tigrigra, la Haute Moulouya, le plateau du Guigou,

La contribution de la région à la production céréalière nationale demeure importante, elle est de l'ordre de 21 % lors de la campagne 2011-2012.

La culture céréalière a enregistré une production totale de près de 11 millions de quintaux. Elle est constituée de blé dur, de blé tendre, de l'orge et du maïs.

Le Blé tendre est de loin la céréale la plus cultivée dans la région. En effet, la culture du blé tendre représente 52% de la production céréalière dans la région. Le blé dur occupe la deuxième place avec 28% de la production suivie de l'orge avec 20%.

Ces productions procurent à la région une vocation agricole évidente avec une production végétale très variée, des céréales de toutes sortes aux cultures industrielles (tournesol, colza, soja) en passant par les légumineuses, l'arboriculture fruitière (pommier, pêche, poirier, prunier, cerisier, cognassier, grenadier, vigne, amandier, noyer, dattier) et les espèces tropicales.

Elles offrent également des opportunités de production de plants de fraisiers, des semences de betterave sucrière et des semences de pommes de terre notamment sur l'axe Ifrane-Khénifra et la tomate à Saïss.

Cependant, le secteur agricole souffre également d'une multitude d'insuffisances et de contraintes qui entravent son évolution, à savoir :

- Le morcellement de la propriété agricole empêche souvent d'être rentable.
- L'extension urbaine et la spéculation sur les terres au détriment de la propriété agricole.
- À l'exception des plateaux de la Moulouya centrale, qui offrent un climat doux par rapport au reste de la région et des terres cultivables, l'activité agricole demeure tributaire de la pluie et des eaux souterraines, ce qui se répercute négativement sur la surface cultivée et sur la production d'une année à l'autre.
- L'absence des technologies modernes et l'utilisation des méthodes traditionnelles par les petits agriculteurs entraînent des rendements faibles.
- La multiplicité des structures foncières : à côté des terres Melk, on trouve les terres collectives, les terres de l'État, les terres des Guichō
- L'érosion des sols, la désertification et l'appauvrissement du terroir en minéraux entraînent un rétrécissement des terres cultivables et une détérioration des pâturages.

II.1.3.2 L'élevage

À l'instar de l'agriculture, Fès-Meknès recèle un potentiel de production animale englobant toutes les espèces du Maroc (bovin, ovin, caprin, camelin, équidés) et une longue tradition d'élevage.

Cette activité se caractérise par la prédominance du cheptel ovin constitué essentiellement de deux races : Timahdite et Dammane. La première est de renommée nationale (productivité, qualité), la deuxième est unique au monde par son potentiel prolifique et productif (jusqu'à quatre agneaux par portée).

En effet, le cheptel englobe un total de 4.097 milliers de têtes, soit 14% du total national, dont 74% d'ovins, 32, 17% de caprins et 9% de bovins. Le cheptel bovin, il est réparti entre la production du lait, qui se concentre près des centres de consommation, comme le Saïss et la production de la viande rouge. À l'intérieur de la région, la province de Taza, avec 623,2 milliers de têtes d'ovins, occupe la première place, suivie de la province de Boulemane qui produit un total de 592,6 milliers de têtes, soit 40% du cheptel régional produit par les deux provinces. La province d'Ifrane vient en troisième place avec une part de 19%.

L'élevage de bovins prédomine dans les rares zones irriguées qui favorisent la culture fourragère et céréalière, tandis que l'élevage des ovins et des caprins abonde vu le potentiel que renferme la région en termes de parcours.

L'extension des périmètres irrigués et la production assurée de différentes cultures fourragères permettent de développer un élevage intensif et moderne. Il est d'ailleurs le seul moyen de subsistance de la population de certaines parties de la région. Ceci explique la grande importance accordée à la production des viandes et du lait.

Malgré les tentatives d'amélioration de la production animale régionale par introduction des espèces animales importées, la sécheresse qu'a connue la région au cours des dix dernières années a limité la capacité fourragère de la forêt et des parcours. Par conséquent, elle a influencé négativement le secteur de l'élevage notamment l'élevage des caprins et des bovins de race locale.

II.1.3.3. L'industrie

La région de Fès-Meknès compte une des zones d'activités industrielles les plus importantes du Maroc. Elle bénéficie de plusieurs atouts susceptibles d'encourager la promotion du secteur, notamment:

- La abondance d'une main-d'œuvre qualifiée,
- La disponibilité de la matière première notamment d'origine agricole, sylvestre et minière,
- La situation géographique à l'intersection de deux axes principaux reliant les différentes villes du royaume,
- L'existence d'une infrastructure d'accueil importante.

Ainsi, le tissu industriel régional compte 995 établissements qui emploient environ 49.620 personnes, soit 9% au niveau national.

L'industrie participe à hauteur de 6% de la production nationale. Les unités de production ont réalisé une production de près de 22 milliards de dirhams (2011).

Les exportations industrielles de la région ont réalisé plus de 2,6 milliards de dirhams, soit 2,4% des exportations industrielles nationales.

La valeur ajoutée de la région est élevée à plus de 24,5 milliards de dirhams, dont 73% générés par les secteurs agroalimentaires, textiles et cuir.

Le tissu industriel est marqué par une nette concentration à la préfecture Fès (plus de 61% des entreprises industrielles) suivie de la préfecture de Meknès qui en concentre 18%. Cependant une timide délocalisation est perceptible en raison de la présence de certaines unités à travers la région.

En 2011, ces établissements ont offert 49.620 postes d'emploi permanents pour un total de salaires évalué à 1.884 millions de DH. Ces mêmes unités industrielles ont investi 815 millions de dirhams, qui ne représentent que de 3% de l'investissement total national. Les préfectures de Fès et de Meknès attirent **90%** des investissements.

II.1.3.4. Les mines

La région Fès-Meknès est l'une des principales régions minières du Royaume. Cette vocation minière est favorisée par la présence d'une structure géologique variée et réputée par la concentration de nombreuses substances minérales qui font l'objet de recherche ou d'exploitation comme le plomb, le zinc, l'argent, le manganèse, la barytine, l'antimoine et le talc.

La région est surtout réputée par ses gisements de Ghassoul. Il s'agit d'un produit typiquement marocain constitué d'une terre argileuse brune qui possède des propriétés détersives et dégraissantes. Il est utilisé dans l'industrie chimique, para chimique, alimentaire ...etc.

Les gisements de Ghassoul sont situés près de Ksabi (province de Boulemane) où se trouve la carrière de Tamdafelt qui s'étend sur 25.000 ha. Ces gisements produisent annuellement 2830 tonnes dont 75% sont destinées à l'export, soit une valeur marchande de 1,9 Milliard de DH.

De nombreux gisements de Sel sont également exploités dans la région au nord de la Wilaya de Fès. Le plus important est celui de Chouachi situé au niveau de la route Fès-Tissa à proximité d'Aïn Kansara.

Des gisements de Calcite sont situés au Sud-Est de Boulemane à Jbel Mehdi. Des travaux de prospection révèlent l'existence d'autres réserves évaluées à 15 millions de tonnes. Les essais technologiques effectués sur le Calcite ont montré qu'il présente des caractéristiques le prédisposant pour une utilisation dans la fabrication du papier, de la peinture, du caoutchouc, du plastique...etc.

D'autres potentialités minières importantes ont été identifiées dans la région, telles que les schistes bitumineux de Timahdite, dont les réserves sont estimées à 18 milliards de tonnes, la fluorine, le fer etc.

Outre ces gisements, 324 carrières³⁵¹ sont exploitées dans la région pour la production de différents matériaux de construction, de matières premières pour les poteries et les briques, le marbre. La préfecture de Meknès compte à elle seule plus de 75 exploitations, Taza en compte 74 et Séfrou 66.

II.1.3.5. Le tourisme

Le tourisme doit constituer l'un des leviers les plus puissants dans le développement de la région Fès-Meknès, non seulement parce que les pouvoirs publics comptent désormais en faire une locomotive essentielle du développement socio-économique à l'échelle nationale, mais aussi parce que la région regorge de richesses touristiques attrayantes et diversifiées pouvant jouer un rôle important dans son développement socioéconomique. En effet, grâce à son patrimoine historique et architectural de renommée internationale, la région peut développer un tourisme essentiellement culturel.

La culture et les traditions font de cette région un pôle d'attraction unique dans son genre. En effet, la région dispose de deux des quatre grandes villes impériales du Maroc, ce sont deux cités médiévales qui ont fait désormais l'objet d'une attention particulière, par plusieurs organismes nationaux et internationaux pour préserver leur authenticité, il s'agit des deux grands patrimoines universels déclarés par l'UNESCO: la ville de Fès en 1976 et la ville de Meknès en 1996 :

- Fès, capitale spirituelle du Royaume, où se concentre une grande partie des activités touristiques, est connue par ses arts traditionnels et son patrimoine architectural riche,
- Meknès, offre à la visite un vaste complexe royal.

En outre, la région abrite une multitude de monuments, de manifestations et de production artistiques et artisanales qui lui confèrent une véritable vocation culturelle:

- Le Massif du Zerhoun accueille des éléments du patrimoine culturel du pays: My IdrissZerhoun et Volubilis ;

³⁵¹Inventaire national des carrières, 2012, Ministère de l'Équipement, du Transport et de la Logistique

- Les chaînes de l'Atlas qui renferment aussi de véritables trésors culturels : les architectures locales, les arts populaires, les pratiques sociales séculaires, l'artisanat, les zaouiats et sanctuaires religieux, les moussemsõ .
- Pour ses sources minérales et stations thermales, notamment celles de Moulay Yaâcoub et Sidi Hrazem, la région est considérée comme une destination de choix pour les amateurs du tourisme de repos et de cureõ
- Au niveau des paysages, la région offre une gamme des milieux géographiques fort variés, allant des collines pittoresques du pré-Rif au nord jusqu'aux étendues et dunes du milieu désertique au sud, en passant par le plat pays du Saïss, les paysages karstiques et volcaniques, en grande partie boisés et parsemés de lacs et de sources du Moyen Atlas et les cimes du Haut-Atlas.

À fin 2012, la région comptait 238 établissements classés (y compris les résidences touristiques, les maisons d'hôtes, les auberges touristiques, les motels et les gîtes) dont 116 se trouvent à Fès. Il est à noter que le nombre de ces établissements a connu une hausse de 20% par rapport à l'année précédente (2011).

La capacité totale d'accueil de ces établissements a atteint 16.264 lits à fin 2012 enregistrant ainsi une hausse de 777 lits par rapport à l'année 2011. La préfecture de Fès offre à elle seule plus de 51% des capacités litières de la région, notamment au niveau des hôtels de 5 étoiles. La région offre ainsi une variété d'établissements d'accueil pouvant faire d'elle un important pôle d'attraction touristique.

La région ne constitue pas une destination touristique à part entière, mais plutôt commercialisée à partir d'un circuit ayant comme point de départ Marrakech ou Casablanca. En plus, la région souffre d'un grand manque de animation touristique, de la dégradation du paysage urbain et d'un parc hôtelier, qui est non seulement insuffisant, mais qui manque parfois de esthétique.

II.1.3.6 L'Artisanat

La ville de Fès est considérée comme la capitale de l'artisanat par excellence. Elle concentre la majorité des artisans et des activités artisanales. Elle est suivie de la ville de Meknès puis les autres villes, comme Sefrou et Boulemane, qui se caractérisent par une diversité d'activités artisanales en rapport avec les spécificités agricoles de la région.

Le chiffre d'affaires de l'artisanat est à fort contenu culturel par Ville en 2013 (en millions de Dh) montre la contribution importante de la région, la ville de Fès affiche 16% du chiffre d'affaires national (elle vient en deuxième position après Casablanca) alors que les villes de Meknès et de Taza n'en affichent respectivement que 4% et 1%.

Les principales activités artisanales sont : la céramique et la poterie, la tapisserie, la boissellerie, la vannerie, l'orfèvrerie, l'argenterie, le cuivre et la dinanderie, la soierie et la broderie, la maroquinerie, l'habillement en cuir, la sculpture et la peinture du bois, la ferronnerie ...etc.

À l'échelle nationale, l'emploi artisanal³⁵² se concentre en milieu urbain (70% de l'emploi global et principalement au niveau des cinq pôles producteurs du secteur (58% de l'emploi urbain et 40 % de l'emploi total avec en tête Casablanca, suivie de Fès, de Marrakech, de Tanger-Tétouan et de Rabat-Salé).

II.1.4.Choix du terrain de l'étude

Les participants ont été interviewés dans leur entreprise. Ceci est fait pour permettre à la fois de faire des observations sur place sur l'entreprise et la communauté de vivre l'expérience du déplacement vers le lieu où l'entreprise est située. Un domaine d'intérêt est la facilité d'accès à la communauté et, en entreprenant ce voyage, on peut commencer à comprendre l'expérience quotidienne des participants dans la communauté.

³⁵²Ministère de l'Artisanat et de l'Economie Solidaire, Observatoire National de l'Artisanat, panorama de l'artisanat, 2014

Ces observations confirment les processus de collecte de données permettant au chercheur de les obtenir dans leurs contextes (Yin, 2003). Grâce à ceci, une meilleure compréhension des données peut être développée (Creswell, 1998).

Anderson (2000), Anderson et McAuley³⁵³ (1999), Bower et Jack (1997)³⁵⁴, et Lauer (2005) dans leurs études de l'espace rural et les entreprises écossaises, ont aussi combiné les entretiens avec les observations. Toutes ces observations ont facilité le développement d'une meilleure compréhension du contexte dans lequel les entrepreneurs et leurs petites entreprises fonctionnent. Cette connaissance sert de guide à l'analyse des données et au développement de théories.

II.2 Population du terrain de l'étude

Selon le Recensement Général de la Population et de l'Habitat de 2014, la Région de Fès Meknès compte 4.236.892 habitants, contre 3.873.207 en 2004, 60,52% qui sont urbains.

La répartition de la population par province et préfecture montre la dominance du bipôle Fès Meknès qui concentre 47% de la population de la région, suivie de la province de Taounate qui regroupe 15% de la population.

II.2.1. Densité de la population

La région de Fès-Meknès, qui ne couvre que 5,6% de la superficie du Royaume, abrite 13% de la population nationale en 2014. Ce qui se traduit par le haut niveau de la densité régionale qui est de environ 105,7 habitants au Km², contre environ 47,6 au niveau national.

³⁵³ Anderson, A. R., Jack, S. & McAuley, A. (2001) Périphérie ? Quelle périphérie ? La commercialisation d'un état d'esprit. *Marketing irlandais Examen*, 14 (1), 26-34.

³⁵⁴ Jack, S. L. et Bower, D. J. (1997) Succès et les Entrepreneurs : Un point de vue écossais, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Park, Massachusetts.

Pour le niveau communal, la densité varie de 2% (30 communes ont une densité inférieure à 30habitants par Km²) et 55.600 habitants/km² au niveau de la Préfecture de Fès.

II.2.2 Taux d'accroissement de la population

Cet accroissement a concerné plus les préfectures de Fès et de Meknès ainsi que la province de Moulay Yaâcoub qui ont enregistré des taux d'accroissement respectifs de 1,63%, 1,59% et 1,47% et qui dépassent le taux d'accroissement de la Région qui est de 0,9% tandis que le taux d'accroissement national est de 1,25%.

Les deux provinces de Taounate et de Taza ont enregistré des diminutions de la population avec des taux d'accroissement négatifs entre 2004 et 2014 (-0,9% et -0,55%).

II.2.3 Urbanisation

La population urbaine a connu un accroissement démographique de 1,52% par an, en moyenne les deux derniers recensements contre une baisse de la population rurale de 0,056%. Il est prévu que cette tendance se poursuivrait au cours des prochaines années.

En conséquence, le taux d'urbanisation dans la région de Fès-Meknès a atteint 60,52% en 2014 contre 62% en 2004.

Plus des deux tiers de la population urbaine de la région sont concentrés dans les deux préfectures de Fès et de Meknès qui abriteraient 71% du total de la population urbaine de la région avec des taux d'urbanisation successifs de 0,98% et 0,82% selon le recensement de 2014. Par ailleurs, les différentes provinces ont des taux d'urbanisation divergents allant de 0,14% à la province de Moulay Yaâcoub à 0,4% à la province de Taza.

II.2.4 Armature urbaine

Deux grands groupements urbains dominent largement l'armature urbaine de la région de Fès-Meknès : le bipôle Fès-Meknès, concentrant 67% de la population urbaine de la Région. Viennent ensuite trois villes moyennes qui sont Taza, Sefrou et Azrou avec une population variant entre 55.000 et 88.000 Habitants. Six petites villes ont une population inférieure à 10.000, il s'agit de Boulemane, Ghafsai, Thar Es-Souk, Moulay Yaâcoub, Aknoul, Imouzzer Marmoucha représentant environ 1% de la population urbaine régionale. 22 centres ruraux dont les populations ne dépassant pas les 10.000 habitants abritent 4% de la population urbaine régionale.

L'urbanisation de la région est caractérisée par une grande concentration de la population et des activités économiques au niveau des deux villes de Fès et de Meknès. De ce fait, Fès et Meknès, villes impériales, constituent un important bipôle urbain dans un réseau de moyennes et de petites villes.

II.2.5 Activité et chômage

Le taux de chômage au niveau de la région de Fès-Meknès en 2012 varie entre 15% au niveau de la préfecture de Meknès et 3,1% au niveau de la province de Taounate.

Selon le milieu de résidence, le taux de chômage atteint un maximum de 19,3% au niveau de la province de Taza contre 9,2% seulement dans le rural de la préfecture de Meknès.

En milieu rural de la région, le taux d'activité est nettement supérieur à celui enregistré en milieu urbain. Il atteint son maximum au niveau de la province de Taounate avec un taux d'activité globale de 55,6% alors que la Préfecture de Fès vient dernière de la liste avec 39,9%.

II.2.6 Pauvreté et développement humain

Selon la carte de pauvreté de 2007, le taux de pauvreté dans la région de Fès-Meknès est situé à 13,8% contre 8,9% à l'échelle nationale, soit un écart négatif de 4,9 points.

Par milieu de résidence, la pauvreté demeure beaucoup plus ancrée en milieu rural de la région et 30 communes rurales ont un taux de pauvreté supérieur à 20%, ce qui représente 7,7% de la population. Cependant, en milieu urbain de la région, le taux de pauvreté varie entre 2,7% à Oued Amlil et 20,7% au niveau de la municipalité d'Agourai.

L'analyse spatiale de la pauvreté permet de mettre en évidence les constats suivants:

- Pour l'ensemble des communes, le taux de pauvreté le plus faible, soit 1,56%, a été enregistré au niveau de l'arrondissement de l'Agdal à Fès, alors que le taux le plus élevé qui est de 35,9% est enregistré à Mrhassiyine dans la préfecture de Meknès
- 57,2% des communes connaissent des taux de pauvreté modérés variant entre 10% et 20%,
- Le taux de pauvreté dépasse 25% dans 4 communes entièrement rurales,
- Une seule commune rurale (Mrhassiyine) enregistre un taux de pauvreté élevé dépassant 30%.

On relève également qu'il y a deux zones de pauvreté élevée : au sud et au nord-ouest de la région.

La population de l'étude, ce sont les petites entreprises rurales de la région Fès-Meknès. Alors que les entrepreneurs seront sollicités pour des entretiens, l'unité d'analyse est à la fois l'entrepreneur et son entreprise. Une distinction n'est pas faite entre les deux, parce qu'il peut être difficile de les différencier. En général, dans le cas des petites entreprises, le propriétaire est l'entreprise et l'entreprise est le propriétaire (Curran et al, 2001, Rutherford et al., 2006, Yin, 2003). Un autre aspect important à étudier est la prise en compte de l'impact des entrepreneurs sur le type d'entreprise qu'ils démarrent et conduisent dans ces contextes (Stanworth et al., 1976).

II.2.7. Échantillon de l'étude

Par ailleurs, le **échantillonnage ciblé** est utilisé. Il s'agit d'identifier les entreprises qui respectent des critères précis (Audet et al., 2001, Curran et al., 2001, Eisenhardt, 2002, Glaser et al., 1967, Strauss et al., 1998, Tregear, 2005). Game (2000) affirme que les cas où il y a quelque chose de spécifique à retenir devraient être ceux qui soient sélectionnés, plutôt que d'identifier les cas "typiques". Les participants sont choisis parce qu'ils ont certaines expériences et connaissances liées à la question de recherche (Anderson et al., 1999, Audet et al., 2001, Cope, 2005a, Healey et al., 1993, Marshall et al., 1999, Miles et al., 1994, Rubin et al., 1995). L'étude de cas des entrepreneurs et de leurs entreprises sont identifiés grâce à des contacts personnels et des recommandations des autres propriétaires (Curran et al., 2001, Frazier et al., 2004, Lauer, 2005, Robinson, 2001). Ce désir d'explorer des cas spécifiques renforce la pertinence de cette approche de recherche³⁵⁵.

Dans cette recherche, les critères pour la sélection des participants comprennent :

- Être dans un milieu rural;
- Être en activité depuis au moins un an ;
- Avoir moins de 10 employés ;

Il s'agit d'une tentative d'assurer la diversité par le **échantillonnage** de différentes industries et collectivités avec différents degrés de ruralité et de éloignement, afin d'explorer les similitudes et les différences entre les participants (Eisenhardt, 2002, Rubin et al., 1995).

En raison de l'approche de recherche choisie, la taille de l'échantillon est limitée entre huit et dix cas. Cela correspond aux recommandations de Eisenhardt (2002), Audet et Amboise (2001). Eisenhardt (2002) suggère qu'il n'y a pas de nombre idéal, mais que le chercheur devrait explorer entre quatre et dix cas. Quand il y a moins de quatre, il n'y a peut-être pas assez de données pour créer une théorie complexe. Alors que, plus de dix cas peuvent entraîner trop de données, ce qui rend l'analyse difficile. Audet et Amboise (2001) mettent en garde aussi contre une grande taille d'échantillon pour s'assurer que le chercheur n'est pas submergé par les données.

³⁵⁵ Les enquêtes, qui mettent l'accent sur l'ensemble et les tendances centrales, ne permettent pas une exploration en profondeur des cas uniques (Marshall et al., 1999).

Ils limitent leur étude sur l'analyse stratégique de la part des petites entreprises à huit cas. Romano (1989) propose également une attention similaire sans être prescriptif sur le nombre précis de cas à étudier.

III. Méthode de collecte des données

Cette section décrit le type de données à recueillir et la méthode de leur collecte. Les limites relatives aux données seront également discutées.

III.1. Type de données primaires

Le principal type de données à recueillir à l'aide des entretiens complétés par des observations personnelles et des données secondaires (Anderson, 2000, Curran et al., 2001, Eisenhardt, 2002, Marshall et al., 1999). Les entretiens peuvent constituer une bonne source d'information et sont appropriés lorsqu'il y a un grand nombre de questions à examiner. Le chercheur s'intéresse aux motivations des décisions, aux perceptions des propriétaires d'entreprise et/ou lors de l'exploration de nouveaux domaines de recherche, qui sont tous ici pertinents. Les entretiens permettent également aux chercheurs d'explorer des sujets pertinemment et profondément par rapport aux questions préétablies, répondant ainsi à certaines des limites qui caractérisent les enquêtes (Charmaz, 2006, Gudmundsdottir, 1996, Healey et al., 1993, Marshall et al., 1999, Rubin et al., 1995).

Les données des entretiens sont complétées par des observations personnelles, des documents d'entreprise et des articles sur les études de cas des entreprises et des collectivités (Marshall et al., 1999³⁵⁶, Yin, 2003). La nature de ces observations sera expliquée dans ce qui suit.

³⁵⁶ Marshall, C. & Rossman, G. B. (1999) *La conception de la recherche qualitative*, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.

III.2. Guide d'entretien

Pour assurer que les entretiens restent liés à la question de recherche, un guide d'entretien est utilisé. Un exemplaire est annexé à la présente thèse. Ce guide d'entretien cependant, ne fournit pas de questions précises, mais plutôt donne un aperçu des questions ouvertes liées aux matières en cours d'exploration (Audet et al., 2001, Rubin et Coll., 1995).

Construit à partir des questions découlant de la recherche, les sujets de ce guide d'entretien sont axés sur :

- les motivations pour démarrer des entreprises en zones rurales,
- le processus entrepreneurial
- les interactions des entrepreneurs avec leur environnement.
- Les défis rencontrés par les entrepreneurs et les entreprises en milieu rural
- les problèmes rencontrés par les entrepreneurs pour créer leurs entreprises en milieu rural
- les problèmes rencontrés pour assurer la croissance de leurs entreprises en milieu rural.

Et afin de pouvoir répondre à la question centrale de notre recherche:

- Quels sont les facteurs qui jouent un rôle vital pour l'émergence de l'esprit d'entreprise en zone rurale?

Tout en offrant une certaine structure, la souplesse du guide assure que les idées et les préoccupations soulevées dans l'entretien sont importantes pour le participant.

Les questions sur la démographie de l'entreprise sont insérées pour assurer de la cohérence des informations recueillies sur chaque entreprise et entrepreneur. Les informations démographiques comprennent le nom de la société, les années de fonctionnement, le nombre d'employés, le type de produit ou de service, et la durée pendant laquelle le propriétaire a été dans la communauté. Ces informations correspondent aux caractéristiques des petites entreprises rurales, identifiées par l'examen de la documentation.

Le guide d'entretien est développé à la suite d'un examen de la littérature pertinente. Cet examen nous a permis de développer une compréhension claire de la question de recherche et facilite l'analyse des données lors de l'entretien et la formation de questions de suivi. En outre, les thèmes identifiés par l'analyse de données du premier entretien nous a permis d'ajouter ou de modifier des questions du guide.

III.3 Procédures d'enregistrement

Les entretiens ont été transcrits à la main pour deux raisons:

Tout d'abord, il est important de s'assurer que les participants se sentent à l'aise. Malgré le fait que certains suggèrent qu'il est bon d'enregistrer l'entretien parce qu'il permet au chercheur de se concentrer davantage, il est également reconnu que l'enregistrement peut inhiber les réponses. Certains chercheurs ont mentionné que la plupart des commentaires pertinents viennent souvent après que l'enregistreur est éteint (Healey et al., 1993). Game (1995) affirme que les enregistrements ne sont pas souvent nécessaires ou sont de peu d'utilité. En outre, la prise de notes peut être considérée comme moins intrusive.

La deuxième raison est due à l'ergonomie. Les entretiens ne pouvaient pas toujours être effectués dans un bureau en raison de la nature de l'entreprise. Par conséquent, il se peut qu'il n'y ait pas eu de droit pratique pour placer l'enregistreur afin de s'assurer qu'il puisse enregistrer clairement tous les commentaires. En outre, la retranscription peut prendre du temps.

IV. Méthode de traitement et d'analyse des données ou informations:

IV.1. Méthode de traitement

Après avoir introduit ces variables et formatage des entretiens suivant le format accepté par le logiciel Iramuteq, nous avons lancé trois algorithmes pour étudier le corpus : une Classification Descendante Hiérarchique (CDH), une Analyse Factorielle de Correspondances (AFC) et une Analyse Des Similitudes (ADS).

La CDH et la AFC proposent une approche globale du corpus. Après partitionnement de celui-ci, la CDH identifie des classes statistiquement indépendantes de mots (de formes). Ces classes sont interprétables grâce à leurs profils, qui sont caractérisés par des formes spécifiques corrélées entre elles. La CDH résume cela par un dendrogramme. La AFC, basée sur des calculs d'inertie du nuage de mots que constitue un corpus, fait davantage apparaître les oppositions ou rapprochements. Elle détermine pour cela des facteurs (des espaces propres de la matrice d'inertie) sur lesquels les formes se distribuent. À la notion d'appartenance à une classe se substitue ainsi celle de distance à un axe d'inertie. Les AFC proposées ici sont réalisées après lemmatisation et sont doubles. Leurs représentations graphiques du nuage de point sont bidimensionnelles, dans l'hyperplan défini par les deux premiers facteurs.

L'analyse de similitude de la retranscription de l'analyse du corpus textuel de l'entretien permet de voir dans une représentation arborescente les différentes ramifications qui existent entre les termes qui composent le corpus en question. Ces ramifications traduisent en quelque sorte les liens logiques entre les différents thèmes qui sont contenus dans l'entretien.

Cette analyse est l'une des plus importantes que le logiciel nous donne. Au-delà des statistiques et des regroupements des termes, ici, le logiciel nous donne une vue plus approfondie du texte analysé en faisant des ramifications basées sur la cooccurrence des termes et aussi sur les proximités sémantiques. À partir de ces deux éléments, nous pouvons voir l'ensemble des liens que maintiennent les termes principaux du corpus avec le terme constituant le noyau central, mais aussi avec les autres termes qui leur sont affiliés. Cette visibilité des affiliations permet d'approfondir l'analyse du corpus à l'aide de regroupement, élément que nous avons effectué à travers l'option « Halo » et qui permet de grouper les termes autour de thématiques associées.

L'ADS, quant à elle, envisage le corpus d'une façon complètement différente. L'approche est davantage locale, reposant sur des propriétés de connexité du corpus. Elle aboutit à une représentation graphique en arbre (maximal valué et connexe), où les nœuds sont les formes, et où il est possible de faire apparaître des communautés lexicales. Cet algorithme a tendance à renforcer les relations de voisinage entre les formes.

Quant au nuage de mots, il a une représentation graphique des termes du corpus étudié rassemblé sous forme de nuage. Les termes sur lesquels a porté l'entretien et qui sont par-là ceux qui ont le plus grand nombre d'occurrences occupent des positions de choix dans ce nuage. La taille de chaque terme dans le nuage (police) détermine son occurrence. Cependant, il peut arriver que le nuage n'accorde de grande place à certains termes, mais qui peuvent se révéler très importants pour la charge sémantique de l'entretien. C'est généralement le cas de certains termes qui sont peu évoqués durant l'entretien, mais qui sont d'une grande importance pour la compréhension du discours global et aussi de l'objet étudié. Dans cette perspective, l'intervention du contexte de l'entretien est très sollicitée dans le but de mettre en lumière certains termes peu visibles, mais très significatifs.

IV.2. Analyse des données ou informations

L'analyse des données est le processus par lequel le chercheur commence à donner du sens aux données et à formuler des interprétations par l'identification des thèmes émergents et leurs correspondances en théorie. C'est un processus qui commence avec le premier entretien (Bogdan et al., 1975, Marshall et al., 1999, Rubin et al., 1995).

Compte tenu de l'approche inductive et exploratoire de cette recherche, l'analyse des données est guidée par les théories (Glaser et al., 1967). Cette analyse est divisée en plusieurs étapes. En premier lieu, les données sont organisées puis lues pour déterminer les catégories, les thèmes et les tendances. Ces derniers sont ensuite codés pour en permettre l'extraction et l'interprétation. Ces catégories et thèmes sont ensuite testés pour la compréhension de ce qui émerge, à la fois dans un seul cas et dans tous les cas. Ceux-ci deviennent la base pour le développement de la théorie.

La dernière étape est la rédaction du rapport, ce qui conduit souvent à une meilleure compréhension de la théorie avec les données à l'appui. C'est un processus itératif qui implique le déplacement de la personne pour coder les concepts, puis de retourner constamment aux données, pour les comparer afin de construire la théorie.

Le résultat final est une théorie qui explique le sujet de recherche. La littérature est également mise à profit pour appuyer l'analyse et l'interprétation des données (Charmaz, 2006, Coffey et al., 1996, Eisenhardt, 2002, Glaser et al., 1967, Locke, 2001, Marshall et al., 1999, Strauss et al., 1998). La théorie commence à expliquer les cas les plus généraux, tout en étant tirée des cas spécifiques (Charmaz, 2006, Glaser et al., 1967, Locke, 2001, Rubin et al., 1995, Strauss et al., 1998).

V. La crédibilité de la méthodologie

Une grande partie de la valeur de la recherche provient de la capacité du chercheur à démontrer la qualité de son travail. L'une des principales critiques de la recherche qualitative, c'est qu'il est difficile de satisfaire aux critères traditionnels de la recherche de la crédibilité, à savoir la généralisation, la fiabilité et la validité. Ces questions doivent être réglées pour assurer de l'acceptation de la recherche (Eisenhardt, 2002, Le Compte et al., 1982, Strauss et al., 1998).

En général, pour renforcer la crédibilité de la recherche, nous devons préciser clairement la question de recherche et les principaux concepts et théories mobilisées. Il doit également s'assurer que la méthodologie est adéquate et qu'elle prend en charge l'analyse et les recommandations. Le véritable test de qualité est l'acceptation de la recherche par un public plus large, notamment d'autres chercheurs.

Les paragraphes suivants abordent les questions de généralisation, la fiabilité et la validité et exposent les mesures qui sont prises pour assurer la crédibilité de la recherche.

V.1. Questions entourant la généralisation

Souvent, l'objectif de la recherche quantitative est la capacité de généralisation d'une étude afin de tenir compte de la population à partir de laquelle un échantillon est .Cependant, il y a des défis avec la généralisation sur les petites entreprises.

Curran et Blackburn (1994, 2001) soutiennent que, quelle que soit l'approche utilisée dans les petites entreprises, la généralisation est difficile en raison de leur hétérogénéité de ces petites entreprises.

Dans cette recherche, le souci de généralisation statistique n'est pas notre objectif, mais plutôt la généralisation analytique. En effet, dans la méthode des études de cas la généralisation statistique laisse place à la généralisation analytique. Gobo (2004) indique, précisément à ce titre, que la représentativité fait uniquement référence à l'échantillon. La généralisation concerne, quant à elle, les résultats. Dès lors, seuls les résultats obtenus sur un échantillon représentatif peuvent être généralisés à une population.

Dans ce cas précis, et uniquement celui-ci, la représentativité conduit donc à la généralisation. En matière d'étude de cas, la situation est autre et « l'erreur traditionnelle consiste à confondre la représentativité du cas avec la représentativité de ses caractéristiques » (Gobo, 2004, p. 452). Encore une fois, on n'étudie pas un cas, mais les phénomènes et processus qui permet de mettre en évidence. L'auteur va, à ce titre, jusqu'à parler de « représentativité sociale » du cas («social representativeness») qui permet de dépasser la logique de représentativité statistique.

Dans cette même optique, et plus généralement dans le cadre de toute approche qualitative, Strauss et Corbin (1990) mentionnent explicitement la notion de «représentativité des concepts » (« representativeness of concepts »). Ils signifient en cela qu'une formulation théorique fournit une compréhension, à un moment donné, des circonstances particulières, mais ne vise pas la compréhension de toutes les situations.

Dans le cadre des recherches qualitatives, la question n'est donc pas celle de la représentativité des faits dans leur ensemble, mais davantage celle de la mise en évidence des aspects typiques de l'objet d'étude.

C'est cette mise en évidence qui permet ensuite de penser la transférabilité des résultats. Toutefois, la transférabilité et la généralisation ne sont pas totalement interchangeables. En effet, la transférabilité peut être perçue comme un potentiel de généralisation : il faut qu'il y ait au moins transférabilité à un autre cas pour pouvoir penser ensuite cette généralisation. En ce sens, plus le niveau de conceptualisation est élevé, plus la transférabilité est possible et plus la généralisation peut être atteinte. Atteindre ce niveau élevé de conceptualisation suppose un double souci de généralisation : la généralisation à un contexte particulier d'une part, la généralisation à la théorie existante d'autre part.

V.2. Questions entourant la fiabilité

La fiabilité fait référence à la cohérence des résultats pour une éventuelle réplique de la recherche (Gill et al., 1997). La question de fiabilité est cruciale à la recherche qualitative parce que, en raison de sa nature même, la recherche se concentre sur les individus, leurs comportements et leurs contextes uniques, qui sont en perpétuel changement. En outre, les données recueillies sont souvent basées sur la mémoire des participants, qui peut être faillible. Ces perceptions sont en plus interprétées par le chercheur, ce qui peut rajouter des biais supplémentaires (Eisenhardt, 2002, 1985, Hycner, LeCompte et al., 1982, Strauss et al., 1998).

Étant donné que la question de fiabilité ne peut être mise de côté, LeCompte et Goetz (1982) soutiennent qu'il est important de décrire clairement les méthodes, le contexte dans lequel les données sont recueillies, le type de données recueillies et la manière dont les données sont analysées afin de s'assurer que d'autres chercheurs puissent arriver aux mêmes conclusions avec les données. Grâce à ces méthodes, d'autres chercheurs peuvent évaluer la fiabilité d'une étude.

V.3. Questions entourant la validité

La validité se concentre sur le fait de savoir si le chercheur a interprété avec précision les résultats de l'étude, car il peut y avoir différents points de vue sur la question.

Au lieu de cela, le focus devrait être mis sur le fait de savoir si les conclusions qui découlent de l'analyse des données sont valides. Pour que l'étude soit valide, le chercheur doit avoir rapporté de façon précise ce qui a été entendu pendant la collecte des données, qu'il ait compris la situation des participants et qu'il se soit assuré de la cohérence des données collectées avec les concepts.

V.4. Mesures pour assurer la crédibilité de la recherche

Étant donné la nécessité d'assurer la crédibilité de la recherche, plusieurs mesures sont prises pour régler les problèmes mentionnés ci-dessus. Comme suggéré par Yin (2003), des notes détaillées sont prises durant les entretiens et les participants auront l'occasion d'examiner ces notes pour plus de précision. En outre, l'analyse des données a porté sur la comparaison des modèles, la construction d'explications et l'exploration. La fiabilité et la généralisation sont renforcées avec une base de données des études de cas, ce qui a permis l'exploration de thèmes, la théorie, les modèles, pour l'ensemble des différents cas. De ce fait, nous avons utilisé deux outils pour assurer la fiabilité des données. Pour cette étude, les deux outils sont : l'examen des entretiens et des notes des participants et la fourniture de descriptions approfondies pour permettre l'évaluation des données et la théorie qui en résulte. Enfin, en termes de validité, l'utilisation d'entretiens non structurés nous a aidés à collecter les « bonnes » données.

Conclusion

La méthodologie de recherche a été guidée par l'interprétativisme et un raisonnement inductif avec l'objectif de traiter les données primaires recueillies au moyen de entretiens et l'analyse de la théorie ancrée « grounded theory ». Grâce à cette approche, la recherche a permis aux participants de mener une réflexion spécifique à leur environnement et a permis de mieux comprendre leur processus entrepreneurial. Plusieurs mesures ont été prises pour assurer la crédibilité de la recherche.

Il s'agit notamment de riches descriptions des cas, la comparaison avec d'autres entreprises rurales et la création d'une base de données de cas.

À cette fin, le chapitre suivant offre des descriptions de cas avec les résumés des études de cas des entrepreneurs, de leurs entreprises et les communautés dans lesquelles elles opèrent. Il y a des comparaisons entre les cas ainsi que l'exploration de la façon dont les expériences de ces entrepreneurs et les entreprises correspondent à celles des entreprises rurales dans d'autres endroits.

La région de Fès-Meknès dispose d'importantes potentialités naturelles, humaines et économiques, exploitées de manière rationnelle et intégrée, sont susceptibles de lui assurer un développement soutenu et cohérent. La région dispose aussi d'une économie diversifiée comprenant des secteurs productifs d'une importance cruciale dont, en premier lieu, le secteur agricole suivi du secteur industriel et énergétique, sans pour autant oublier le secteur du tourisme qui jouera dans les prochaines années un rôle essentiel dans le essor économique et social de la région.

Les grands problèmes auxquels fait face la région résident dans la pression démographique sur les centres urbains aux dépens d'une baisse non négligeable de la population rurale, la succession de années de sécheresse avec leur impact négatif sur la plupart des activités agricoles notamment le élevage et la production de céréales, sans la baisse des ressources en eaux superficielles et souterraines et la détérioration du couvert végétal.

Chapitre IV: État actuel de l'entrepreneuriat en milieu rural

Introduction

À la fin de la collecte des données empiriques sur le terrain, nous avons effectué leur analyse à l'aide d'un logiciel de traitement de texte, Iramuteq (Interface de R pour les analyses multidimensionnelles de textes et questionnaires). Ce logiciel permet à ses utilisateurs des analyses statistiques du corpus textuel. Basé sur une segmentation du texte analysé, le logiciel permet d'avoir une visibilité globale des termes contenus dans les textes qui lui sont soumis à l'aide de représentation graphique. Sans faire une analyse complète d'un entretien ou d'un questionnaire, Iramuteq a le mérite de donner au chercheur la possibilité de représenter les éléments lexicographiques du corpus étudié. Dans le cas qui nous concerne, nous allons soumettre les retranscriptions des entretiens que nous avons réalisés lors des enquêtes de terrain.

Toutes les analyses qui suivent ont aussi été effectuées à l'aide du logiciel Iramuteq. Cela nous permettra de présenter les grandes lignes de nos entretiens selon leur représentation graphique telle que fournie par le logiciel. Dans cette logique, nous avons procédé à l'analyse statistique des corpus dans un premier temps. Cette analyse statistique consiste à donner des statistiques simples des formes contenues dans le corpus. Après l'analyse, cette *statistique textuelle* se chargera essentiellement de donner les occurrences des formes actives, des formes supplémentaires et une liste de hapax. Par la suite nous avons effectué l'analyse de la *méthode Reinert*(CDH), celle-ci permet de regrouper les grandes thématiques qui se retrouvent dans le corpus étudié en des classes. Ces classes sont constituées de termes ayant des liens sémantiques et se regroupant autour de la thématique de la classe en question. Cette méthode sera approfondie par une AFC (analyse factorielle des correspondances) pour essayer de comprendre les relations qui existent entre les concepts et les différentes typologies qui peuvent émerger.

Ensuite, l'analyse du *nuage des mots* permettra de représenter sous la forme de graphique le regroupement de l'ensemble des mots constituant le corpus soumis à l'analyse. Dans cette étape, les termes qui ont le plus grand nombre d'occurrences sont les plus importants sur le plan visuel. Cependant cette représentation permet de voir les termes qui sont les plus courants dans le corpus (occurrences), elle peut également donner plus d'importance à certains termes au détriment d'autres sans que ces derniers soient plus décisifs que les premiers dans le texte. C'est pour cette raison qu'elle doit être complétée par l'analyse des similitudes.

Enfin, nous avons soumis le corpus à l'*analyse de similitude*. Cette analyse consiste à représenter sur un graphique une arborescence axée sur l'élément principal autour duquel le corpus est construit. Ainsi sur la base des proximités sémantiques, cette analyse crée un arbre autour du terme principal. Celui-ci peut être pensé comme le centre de gravité des autres termes contenus dans le corpus, car, c'est lui qui a le plus grand nombre d'occurrences dans le texte soumis à l'analyse. Ce terme est le noyau principal autour duquel gravitent les autres termes qui disposent eux aussi d'autres termes gravitant autour d'eux. Ainsi, à l'aide de ramifications, le logiciel va créer un réseau sémantique sous forme d'arborescence.

Liste des entretiens

Entretien	Lieu	Activité
Gîte karine	Ain chifa	Hébergement
Tfahi abderrahim	Douar Aamoud	Briqueterie
Coopérative de broderie	Douar oulad Salem	Artisanat
Coopérative Iz	RasTbouda	Produits du terroir (huile d'olive, miel, figues, produits cosmétiques bio, propolis)
Entrepôt Frigorifique Al Itkane	Mhaya	Entrepôt frigorifique pour fruits et légumes
Gite Regragui	Elhajeb	Hébergement
Huilerie d'olives	Mhaya	Extraction d'huile d'olive
Cooperative Kissane	Kissane	Produits du terroir
Coopérative noor	Ras Tbouda	Produits de la ruche
Domaine de la pommeraie	Ain chifa	Élevage de chèvres et fromagerie

Tableau 5: Liste des entretiens

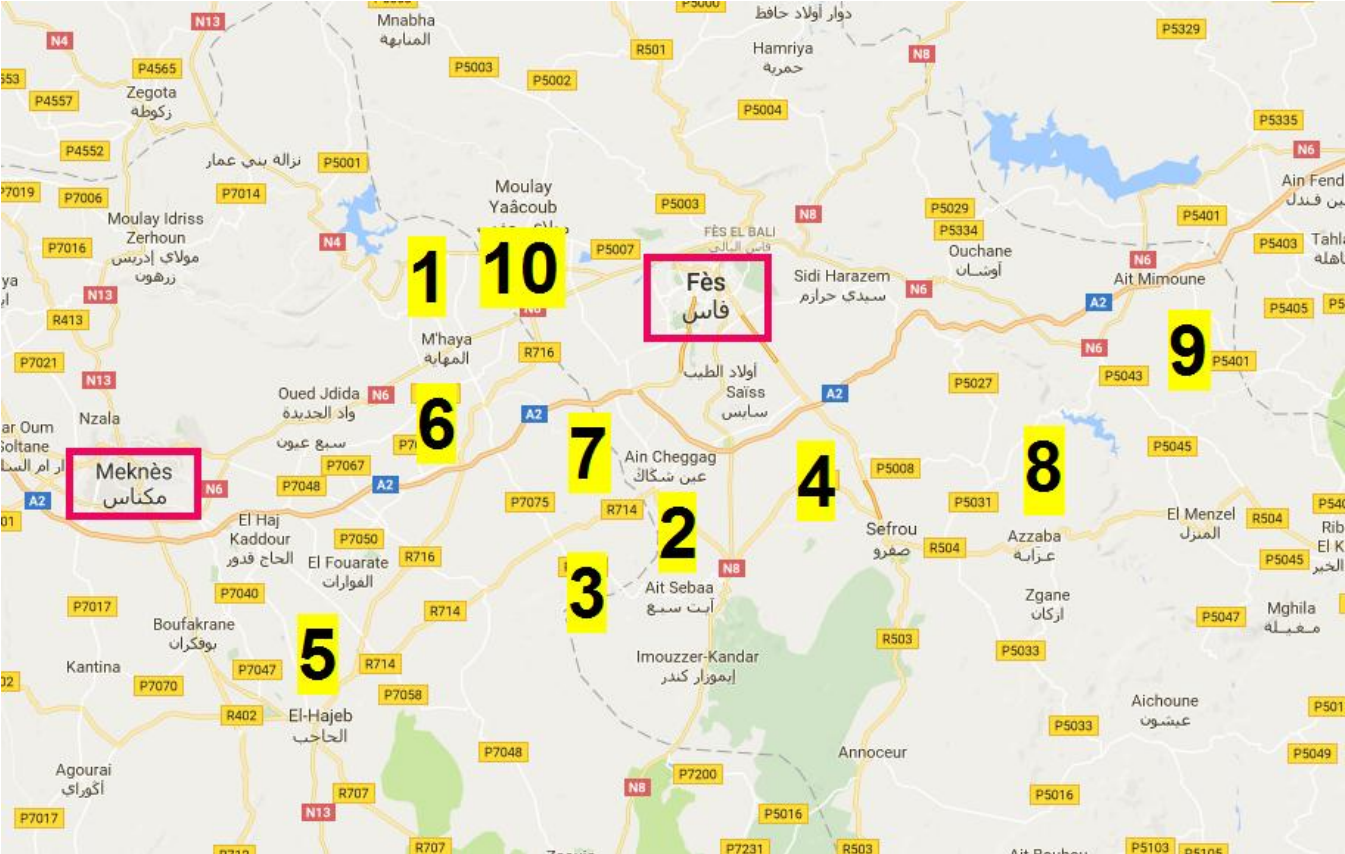


Figure 4: Carte géographique

I. Études de cas

Présentation du Cas n°1: Briqueterie TFAHI

Teffahi adberrahim est un jeune natif du Douar Aamoud situé à une trentaine de kilomètres de la ville de Fès et d'une quinzaine de kilomètres de Ain Chegague qui est la plus grande commune rurale limitrophe. Âgé de 40 ans, il est marié et père de 3 enfants et a un niveau de enseignement primaire. Monsieur Teffahi habite avec ses parents et ses frères dans une petite propriété et ils vivent d'une agriculture viagère qui peine parvient à subvenir à leurs besoins. De ce fait il travaille occasionnellement comme journalier dans des propriétés agricoles pour arrondir ses fins de mois et pour faire face aux dépenses du ménage qui ont cru avec l'arrivée de ses enfants et les enfants de ses frères.

Ne pouvant plus couvrir les besoins basiques de la famille, il a décidé d'acheter un camion et travailler en tant que transporteur de marchandises pour tiers. Ne ayant pas les ressources financières nécessaires pour l'acquisition du camion d'occasion qui coute 340.000 dhs, son père a du vendre une parcelle de terrain pour lui permettre de disposer de 50% du prix d'achat. Le reliquat est complété par un crédit auprès d'un organisme financier spécialisé et réputé pour être le seul dans la région à financer ce type d'acquisitions. Monsieur Teffahi a commencé son activité de transporteur en 2007 et son travail consistait à transporter les fruits et légumes des fermes jusqu'au marché de gros de la ville de Fès ou bien suivant les saisons jusqu'aux entrepôts frigorifiques. Pendant les trois premières années d'activités, Monsieur Teffahi générait suffisamment de liquidités pour faire face à ses besoins familiaux et surtout pour payer l'échéance du crédit qui se levait à 6000 dhs par mois pendant 36 mois. Cependant, avec l'avènement de la sécheresse en 2011, son activité liée directement à l'activité agricole, a connu une baisse drastique et qui ne générait à peine que le montant du remboursement de l'échéance de son crédit et des frais d'entretien du camion dont l'état mécanique se dégradait d'année en année à cause de l'infrastructure routière. Ne voulant plus dépendre de l'activité agricole, Monsieur Teffahi a décidé de faire le transport des matériaux de construction (sable, ciment, briquesõ).

Ce changement a permis de relancer l'activité momentanément jusqu'au jour où il avait bien compris le fonctionnement de ses clients. En effet le commerce des matériaux de construction a un business modèle spécifique : les matériaux de construction ayant un prix similaire chez quasiment tous les fournisseurs, tous les matériaux se vendaient avec une très faible marge ne dépassant pas 2.5%. Et pour combler cette faible marge, les fournisseurs gagnaient dans une vente de service accessoire : le transport jusqu'au lieu de construction, et pour pouvoir tirer une plus grande marge de ce service, les fournisseurs disposaient de leur propre flotte de camions. De ce fait, Monsieur Teffahi a compris que s'il devait avoir recours à ses services de transporteur, ceci serait essentiellement de manière occasionnelle quand toute la flotte devient indisponible.

Monsieur Teffahi avait bien assimilé cela, et de par ses discussions et ses recherches, il a décidé d'investir dans le domaine des matériaux de construction ayant besoin d'un faible niveau de technicité et de formation et dont le montant était à la portée de ses capacités financières. Il a donc acquis une machine-outil pour la fabrication de briques qu'il livre avec son camion. Cette machine-outil a été acquise d'occasion au prix de 50.000 dhs. Actuellement, Monsieur Teffahi fait travailler dans cette nouvelle activité ses frères, et en périodes de pics d'activités des employés journaliers (7 employés) sans qualification et qui sont payés chaque mercredi, jour qui coïncide avec le marché hebdomadaire de Ain Chegag.

Cette activité a permis à Monsieur Teffahi de renouer avec les bénéfices et il compte accroître son marché qui est actuellement local pour l'étendre au marché régional.

Présentation du cas n°2 : Coopérative Naciri

Mme Naciri Saida est brodeuse depuis son très jeune âge. Native du Douar Oulad Salem à 10 kilomètres de la commune rurale Mhaya, cette femme artisanne en broderie a été parmi les pionnières à avoir introduit le savoir-faire des maîtres brodeurs fassis à sa commune rurale.

Pendant 42 ans (depuis 1975), cette brodeuse a formé presque 1500 femmes de sa localité sur les bases de la broderie de tous les articles artisanaux : tenues traditionnelles marocaines, babouches, nappes, couvre-lits, draps et surtout une spécialité unique et qui a fait la réputation des brodeuses de Mhaya : la sellerie brodée pour les chevaux qui est un produit sophistiqué et qui nécessite pour sa confection l'intervention de 5 corps de métiers artisanaux différents et qui est vendu au prix de 7000 dhs l'unité. Le mode de production des articles est à la commande pour les commerçants de Fès, et en la production en grandes quantités pour la participation aux foires régionales et nationales. C'est d'ailleurs à la foire nationale de Settat que Madame Naciri a rencontré la ministre de l'Artisanat et de l'Économie sociale et solidaire qui a apprécié la qualité de sa production. Il lui a suggéré de s'organiser en coopérative afin de pouvoir bénéficier du soutien financier et non financier de l'ANDH. Convaincue par cette recommandation, Madame Naciri a rassemblé 10 autres femmes brodeuses et a pris en charge la procédure de la constitution de la coopérative, une opération qui a pris plus de 6 mois pour voir le jour, car les procédures administratives et la diversité des intervenants dans le dossier, en plus de l'analphabétisme des membres de la coopérative, ont contribué au rallongement du délai de constitution habituel. Une fois la coopérative constituée, Madame Naciri a commencé à produire en continu avec les autres brodeuses. Ce qui a multiplié la production par 10. Cette production était écoulee pendant la période des foires nationales et régionales organisées par la chambre de l'artisanat et qui les invitait pour la participation aux différentes éditions.

Ce changement de statut juridique a certes eu des retombées positives sur le développement de l'activité des brodeuses, et a ouvert l'accès au financement de la part de l'ANDH de 70% du programme d'investissement avec un apport de 30% par les membres de l'association. Cependant il présente l'inconvénient des problèmes de gestion et de management des équipes qui n'ont pas été formées aux techniques de gestion des coopératives, ce qui causait des discordes et des disputes rendant la prise de décision pour chaque problème rencontré un fastidieux processus. C'est pour cette raison que Madame Naciri a décidé de se retirer de cette coopérative et de constituer une nouvelle coopérative avec comme membres ses filles et ses belles-filles.

Présentation du cas n°3 : Entrepôt frigorifique AL ITKANE

L'entrepôt frigorifique AL ITKANE est en activité depuis 3 ans. Son activité consiste à fournir le service de stockage des denrées périssables (fruits et légumes) aux agriculteurs de la région. Son propriétaire Monsieur kamal est d'origine de Fès. Avant de se lancer dans ce projet, il était agriculteur moyen et achetait les récoltes des propriétés agricoles pour ensuite les stocker dans des entrepôts frigorifiques en attendant que le prix augmente pour qu'il puisse les vendre et réaliser de bonnes marges. Au fil des années, il avait accumulé suffisamment d'expérience pour se rendre compte que vu les milliers de tonnes de fruits et légumes qu'il stockait qu'il lui fallait faire son propre entrepôt frigorifique pour ses besoins ainsi que pour la clientèle de la région.

L'idée bien mûrie en tête, il a commencé à chercher un terrain de 3 hectares mitoyen au réseau routier pour faciliter l'accès à ses clients. Le statut du foncier dans les zones rurales entourant Fès l'a dissuadé de s'y installer ; il s'agissait majoritairement de terrains collectifs. Et pour y investir, il était sûr d'avoir des problèmes avec la communauté locale. C'est pour cela qu'en fin de compte il a choisi de s'installer à la commune rurale Mhaya où le terrain est titré et dont la position géographique est à mi-chemin entre les deux grands pôles urbains : Fès-Meknès.

L'entrepôt frigorifique avait une capacité initiale de 3000 tonnes, et lors de sa conception, Monsieur Kamal avait prévu la possibilité d'extension de la capacité de stockage avec le temps, chose qui est survenue juste deux ans après le commencement de l'exploitation, les demandes de réservation de stockage étaient devenues si nombreuses qu'il fallait doubler la capacité pour y faire face.

Présentation du cas n°4: Domaine de la pommeraie

Monsieur Lachkar Tarik est mathématicien de formation, il est propriétaire d'une des plus anciennes agences de voyage à Fès et est aussi consultant en hôtellerie. En souhaitant diversifier son activité, il a acquis dans un premier temps une parcelle de terrain aux alentours du Douar Ait Saleh pour y développer le tourisme rural qui était alors un domaine sous-exploité.

L'idée était d'organiser des randonnées pédestres et à vélo pour les touristes afin de leur faire découvrir le arrière-pays. Confrontée à une mentalité refusant toute exploitation par des étrangers des ressources locales, la communauté s'est montrée très hostile envers les activités en développement surtout que Monsieur Lachkar Tarik était « Rifain » et que la communauté était majoritairement composée de « Tribus amazighes ». Confronté à de nombreux obstacles liés principalement au rejet par la communauté locale, l'entrepreneur a vendu sa propriété et en a racheté une autre au Douar « Ain Chifa » où il a transféré son activité.

L'activité "randonnées" se développe petit à petit, l'entrepreneur a songé à faire en parallèle l'élevage de chèvres. Il a débuté par dix chèvres qui procuraient du lait qu'il consommait et dont le surplus est distribué aux 8 employés permanents de sa propriété. Constatant que les employés ne voulaient plus de lait de chèvre vu les quantités produites quotidiennement, Monsieur Lachkar s'est mis à chercher et à demander aux villageois ce qu'ils faisaient pour la conservation de l'excédent de production. C'est ainsi qu'il a découvert qu'ils produisaient sans le savoir, un type de fromage dont les caractéristiques sont proches des fromages français et il a eu le déclic pour créer une fromagerie de lait de chèvre.

Présentation du cas n°5 : Gite Regragui

Monsieur Regragui est retraité de la direction des impôts. À sa retraite il a décidé de s'installer dans la ferme qu'il a héritée de son père à Regraga dans la province de Elhajeb. L'idée au départ était de développer une agriculture écologique et inculquer à la communauté les bases élémentaires nécessaires au développement de ce type d'agriculture. Par la suite, des amis français ont eu l'idée de venir s'installer au Maroc pour leur retraite et faire une maison d'hôte à Fès d'une dizaine de chambres.

Intéressé par cette idée, Monsieur Regragui a décidé lui aussi de convertir sa demeure en gîte pour accueillir cette clientèle spéciale. Confrontés à des complications administratives pour l'octroi de l'autorisation, et ayant fait face au refus de la communauté de l'installation de gîtes dans cette région de peur que les clients

étrangers aillent amener avec eux des habitudes de consommation (boissons alcoolisées) étrangères pour ces communautés très conservatrices. N'ayant pas pu résister longtemps à un environnement très hostile face aux étrangers, ses amis français ont plié bagage et sont retournés vers leur pays d'origine. Quant à lui, il était originaire de ce milieu et a décidé de surmonter ces obstacles.

Bien qu'il a obtenu l'autorisation d'exploiter un gîte, le projet n'a pas eu le succès escompté du fait de la difficulté d'accès pour les clients potentiels au gîte ; l'infrastructure routière est très détériorée et dissuade les visiteurs potentiels. Après une année d'exploitation, monsieur Reragui a décidé de fermer son gîte jusqu'à la mise à niveau de cette infrastructure défectueuse.

Après 5 ans de fermeture, le gîte a rouvert suite à l'aménagement de la route menant vers sa ferme.

Présentation du cas n°6: Huilerie Mhaya

Monsieur Jamal est agriculteur de père en fils qui exploite une ferme de 40 hectares dans la commune rurale de Mhaya. Il fait aussi de l'élevage de vaches. L'idée de créer une huilerie d'olives vient du fait que la région soit connue pour la qualité et la renommée de son huile d'olive ainsi que l'abondance de sa production. Il a beaucoup hésité avant de se lancer, l'opportunité a été identifiée lorsque lui, ses voisins et sa famille devaient tous se rendre à Fès pour extraire l'huile d'olive.

Monsieur Jamal et tous les producteurs d'olives de Mhaya devaient non seulement assurer la main-d'œuvre pour la cueillette des olives, mais également la logistique pour le transport et le déchargement des olives à Fès ainsi que la gestion du temps des files d'attente énormes puisque toute la production de la région se dirigeait vers les huileries de Fès et Meknès. Il est à noter que l'activité est saisonnière donc tous les agriculteurs se rendaient en même temps et il n'y avait aucune possibilité de jalonement. Le problème majeur du processus d'extraction de l'huile d'olive était essentiellement dû à l'éloignement de l'huilerie de la zone de production des olives.

L'idée a beaucoup mûri dans sa tête et après une longue réflexion il s'est décidé à se lancer malgré les difficultés rencontrées au départ. En effet, avant pour faire un projet de huilerie d'olives cela nécessitait juste un petit local et une machine qui coûte trente mille dirhams. Après, et avec le développement technologique, le procédé d'extraction a évolué et on a vu apparaître des machines à quatre cent mille, et actuellement il y a un procédé d'extraction d'huile d'olive qui s'appelle extraction à froid en continu et qui nécessite un raccordement en électricité en courant triphasé 380 volts. Cette machine est chère et coûte un million cinq cent mille dirhams, une somme que le ministère de l'Agriculture subventionne à hauteur de cinquante pour cent dans le cadre de la modernisation de l'appareil productif et de la protection de l'environnement.

Actuellement, l'activité est prospère et connaît des pics de production lors des saisons de collecte.

Présentation du cas n°7 : Gîte Karine

Mme Karine mère de deux enfants et grand-mère, issue de la région de Immouzer Knadar, et a fait ses études en France et a vécu en France a décidé de revenir aux sources. Sa première aventure entrepreneuriale était la création d'une agence de location de voitures à Er-Rachidia. Elle a bien travaillé pendant 10 ans, et par la suite beaucoup d'autres agences de location ont ouvert avec une concurrence agressive. L'activité est devenue de moins en moins rentable à cause de la baisse des prix et par conséquent des marges.

C'est pour cela que l'entrepreneur a commencé à réfléchir à autre chose : rentrer en France, trouver une autre activité ou carrément changer de ville et ouvrir une autre une agence de location de voitures.

L'idée initiale de l'achat d'une propriété à Ain chifa était initié par le fils de Mme karima qui est venue en vacances, il a trouvé la région belle, à proximité de l'aéroport et plus accessible qu'Errachidia, l'idée n'était pas de avoir un gîte, mais de acheter une maison pour qu'elle puisse y accueillir ses enfants et être plus proche de sa famille.

Étant donné la disponibilité des ressources nécessaires pour un projet de tourisme rural, Mme Karima a décidé de transformer sa maison en gîte. L'entourage l'a beaucoup encouragée et elle a eu l'appui et l'aide des entrepreneurs de la région concernant l'autorisation d'exploitation surtout que la procédure est compliquée.

Vu la réussite vécue cet été, l'entrepreneur a décidé de faire une extension de l'activité puisque les chambres disponibles ne sont pas suffisantes pour répondre à la demande en haute saison. Elle envisage également la construction de chalets pour répondre au besoin des familles et des clients qui arrivent en groupe surtout que le terrain est disponible.

Cependant, à court d'argent pour financer l'extension de son projet, elle est en train de s'informer sur le mode de financement le moins coûteux ainsi que sur les aides dont elle peut bénéficier en tant que ressortissante marocaine revenue pour investir dans son pays.

Présentation du cas n°8 : Coopérative Aryaf

Mme Souhad est originaire de la commune rurale de Kissane, une femme de 52 ans mère de deux enfants. Elle a eu sa licence au Maroc, ensuite elle a fait des études en agroécologie en France, elle a travaillé 15 ans chez Nestlé à Casablanca. Elle a fait ses études pour faire plaisir à son père qui rêvait de fabriquer ses propres fromages.

Après avoir quitté ses origines pendant plus de 25 ans, elle s'est lassée de travailler en ville, et a voulu rentrer dans sa région. À son retour dans le pré-Rif, son père l'a sollicitée pour fabriquer du fromage, mais elle avait compris durant ses études que c'était compliqué. C'est une denrée périssable, donc elle a choisi de se concentrer sur l'huile d'olive, car c'est un aliment non périssable et tout le monde possède des oliviers dans la région.

Elle a donc décidé d'accompagner les paysannes et paysans, de les regrouper en associations et coopératives et de développer des activités génératrices de revenus tout en respectant l'environnement.

Son souci permanent est que sa commune soit exempte le plus possible de produits chimiques. Sa région du Prérif est très sensible et souffre de plusieurs problèmes : la culture du cannabis qui est un grand utilisateur de engrais chimique ainsi qu'une perte généralisée de biodiversité et une érosion des sols.

Mme Souhad pense qu'une des solutions de promotion de sa région, c'est l'agroécologie, une pratique qui rend la relation entre les personnes et la nature harmonieuse.

Son but, c'est que toute sa commune rurale prenne conscience de l'importance d'une agriculture durable. Mais il est nécessaire de lier ces prises de conscience à des activités génératrices de revenus. Selon ses propos, si la femme gagne sa vie correctement, elle va rester à la campagne sinon elle va pousser sa famille à partir.

Elle a démarré en 2002 comme apicultrice, son approche est plus écologique biologique et sociale. Pour être rentable, elle a décidé de faire plusieurs produits, ceci dit elle a créé une coopérative agricole de poly culture pour la valorisation des olives et de l'huile d'olive.

La coopérative compte 23 membres hommes et femmes son approche est très participative même avec l'existence du bureau exécutif. Elle a créé des commissions afin d'impliquer tous les membres dans la prise de décision.

En parallèle à l'agriculture depuis 2008, elle travaille également sur le développement du tourisme rural, comme activité complémentaire qui peut procurer des emplois indirects aux jeunes de la région.

Avec sa famille elle a transformé leur ferme en gîte rural, ils accueillent à travers l'association de sport que son père avait créée en 1997, ils ont une capacité de environ 15 à 20 personnes. Ils assurent aux clients également le logement chez les agriculteurs ou agricultrices selon le type de touriste reçu.

Présentation du cas n°9: Coopérative AL IZ

Installée à RAS TBOUDA, la coopérative AL IZ produit et commercialise les produits de la ruche, les produits cosmétiques naturels, les shampoings, les crèmes, le savon, les baumes et le écran solaire, les huiles végétales et les huiles essentielles.

Le départ était de élargir l'activité familiale à savoir l'apiculture qui se faisait de manière traditionnelle. En achetant des ruches modernes et en assurant la formation aux employés, la coopérative IZ a pu développer son activité grâce à la formation continue de ses membres. Pour se développer davantage, le président de la coopérative IZ a créé une association qui regroupe 26 coopératives de Ras Tbouda, et ce afin de former les apiculteurs sur les nouvelles méthodes et pour améliorer la productivité des ruches tout en assurant un haut niveau de qualité.

Et grâce à cette association, ils ont pu bénéficier de plusieurs formations dispensées par des experts internationaux en contrepartie uniquement du logement et de la restauration. Toutes les autres dépenses étaient assurées par les ONG étrangères. Contrairement à ce que tout le monde pense, la constitution de la coopérative IZ n'a jamais eu comme objectif le fait de profiter du financement de la part des organismes tels que l'ANDH. L'objectif était de se entraider et de bénéficier de la formation continue.

Justifiant d'un niveau de formation supérieur, le président de la coopérative IZ ne cesse de se diversifier dans tous les sens et de partager ses connaissances avec les jeunes de sa région : production des produits cosmétiques à base de miel, valorisation des produits du terroir

Actuellement, la coopérative IZ commercialise non seulement ses produits au Maroc dans des magasins spécialisés, mais est ouverte à l'international avec comme premier point de départ la Grande-Bretagne.

Présentation du cas n°10: Coopérative Noor

Apiculteur de père en fils, et souhaitant valoriser davantage la production de miel et de produits dérivés, Said a profité du lancement du programme de financement et d'accompagnement de l'ANDH pour se constituer en coopérative de 7 adhérents. Le financement a permis l'acquisition de nouvelles ruches et abeilles assurant une productivité maximale afin de justifier l'équipement en machines et emballage. En effet, l'objectif était de cibler le marché national avec des produits de qualité qui sont mis en valeur dans des emballages en verre. La coopérative a réalisé des bénéfices dès sa première année. Face à ce succès et voulant diversifier les gammes de produits proposés sous son label, la coopérative a diversifié sa gamme de produits allant de la propolis, jusqu'à la gelée royale. Le succès a été au rendez-vous grâce à la formation continue des membres de la coopérative et au souci permanent de qualité.

Les produits étaient commercialisés au départ dans les foires régionales et nationales, ce qui a permis de toucher une clientèle très large. Contrairement à d'autres coopératives de la région de Taounate qui se sont spécialisées dans un produit particulier, la coopérative Noor s'est fixé pour objectif la promotion de tous les produits du terroir en les mettant en valeur. Et c'est ainsi que la coopérative s'est mise à commercialiser les figues déshydratées, les noix et les amandes.

Questionnés à propos de leur réussite, les coopérateurs estiment qu'ils ont atteint leurs objectifs et se voient actuellement comme le modèle de acteurs de développement territorial. Pour les coopérateurs, le financement n'est pas le seul garant de la réussite, la formation continue qui permet une amélioration constante des produits et le fait d'avoir eu depuis le départ une vision stratégique sont des facteurs clés de succès.

II. Présentation des résultats

II.1. Représentation du corpus textuel de la briqueterie Tfahi

II.1.1. Nuage des mots du cas n°1

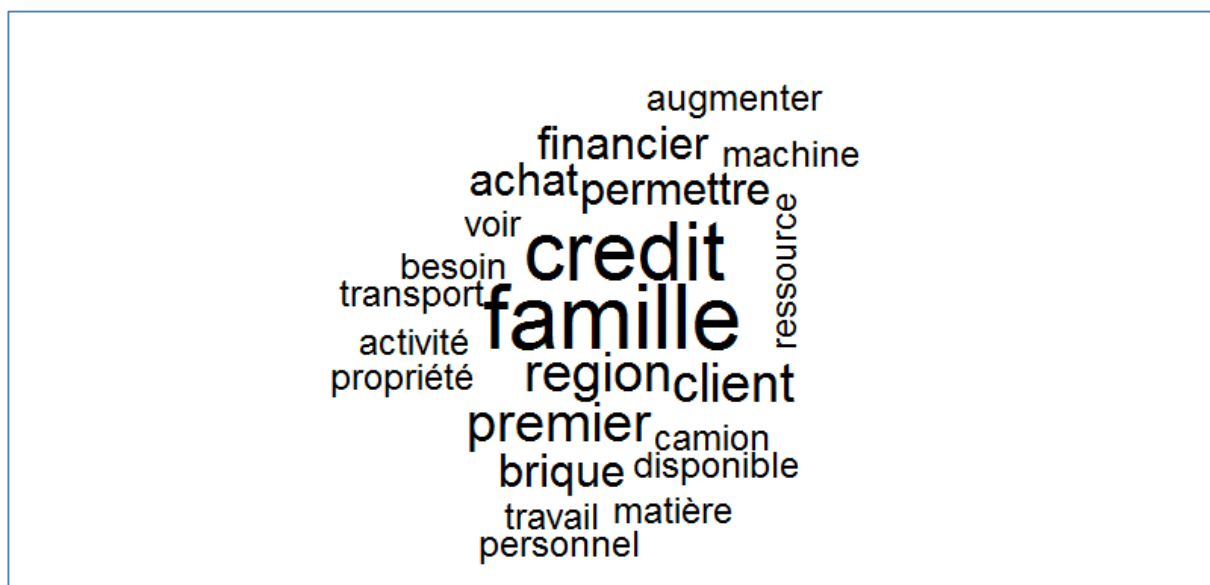


Figure 5: Nuage des mots de la briqueterie Tfahi

Le terme « famille » occupe une place centrale dans le nuage de mots, à côté du mot « crédit » et « région ». Lors de l'entretien, l'interviewé a donné une grande importance à la notion de famille et des liens sociaux : la famille est d'abord un foyer qui abrite parents, époux, frères et sœurs et où tout le monde contribue à sa manière au bien-être social de ce groupement qui, faute de ressources suffisantes, prône le partage de l'existant. Le terme « crédit » qui vient quant à lui en seconde position en nombre d'occurrences, exprime l'élément salvateur qui a permis à cette famille de résister et de subvenir à ses besoins vitaux. Le recours au crédit faute de ressources financières, et avec la contribution de la famille [puisque le père a dû vendre une partie du terrain pour constituer l'apport initial] constitue le point d'inflexion qui a permis à cette famille de rester davantage soudée.

Le terme « région » vient en nombre d'occurrences en troisième position. Par ce terme l'interviewé désigne le milieu dans lequel il vit au sens large du terme : son Douar, les Douars mitoyens et toutes les zones rurales auxquelles il a accès soit en termes de relations humaines soit en termes d'accessibilité géographique, sans jamais citer la ville. La zone urbaine la plus proche ne fait pas partie de son entourage sauf pour des cas très limités comme quand il se déplaçait pour transporter au marché de gros et entrepôts frigorifiques, ou quand il a contracté son crédit. L'analyse des similitudes nous permettra d'éclaircir davantage les relations qui existent avec les autres termes du corpus.

II.1.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°1

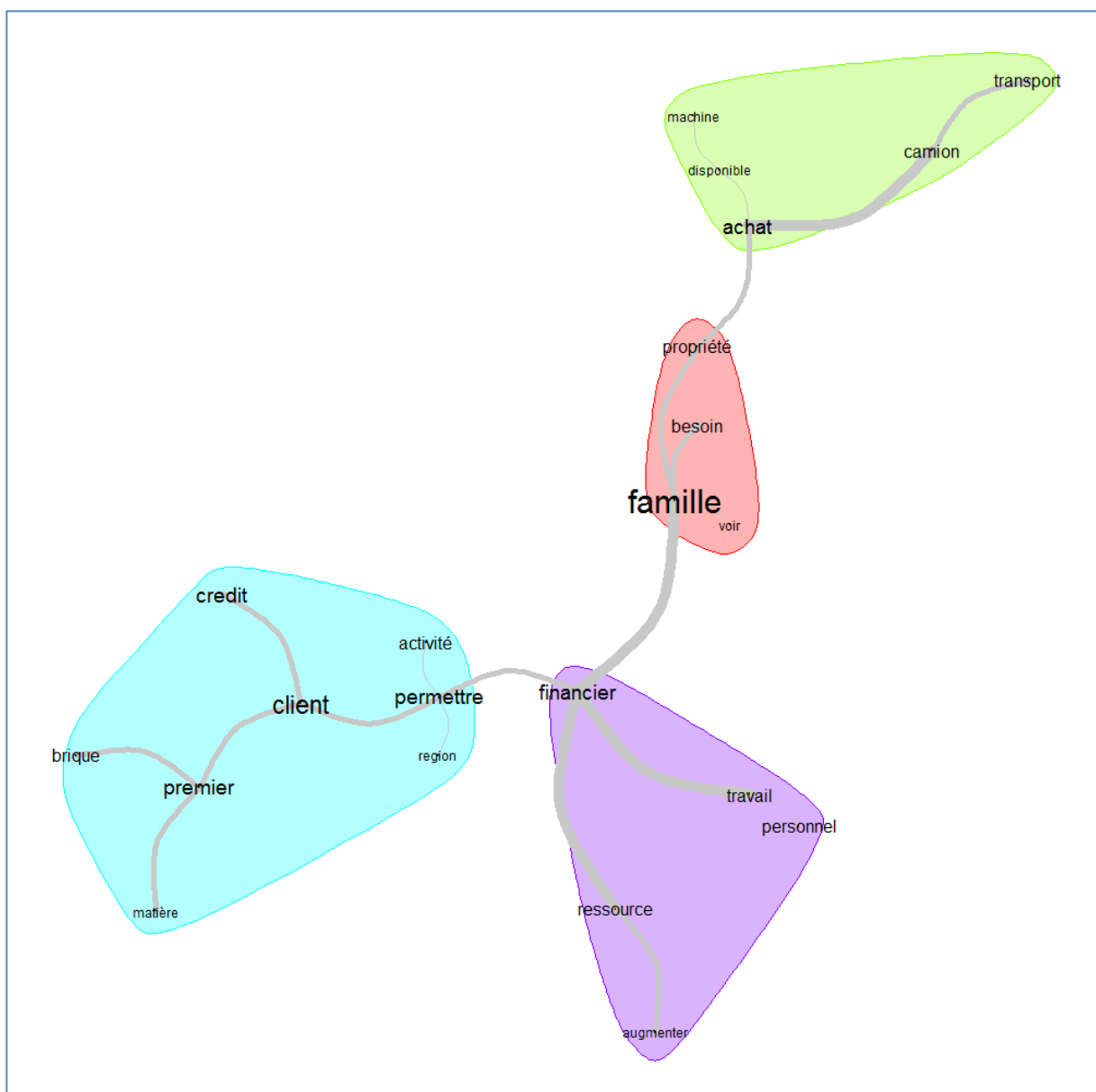


Figure 6: Analyse des similitudes de la briqueterie Tfahi

L'ADS confirme à première vue l'interprétation que l'on a faite lors de l'examen du nuage de mots. La famille est le centre d'intérêt du discours de l'interviewé et le terme "besoin" constitue sa première connexion. Cela constitue la principale motivation de agir. Pour ce faire, il a dû se prêter (financer) afin de combler le manque de ressources et pour desservir les clients de la région à travers l'activité de transport en premier lieu et par la briqueterie en second lieu. Nous avons analysé et interprété l'entretien à la lumière des thématiques en relation avec notre revue de littérature.

II.2.Représentation du corpus textuel de la Coopérative Naciri

II. 2.1. Nuage des mots du cas n°2

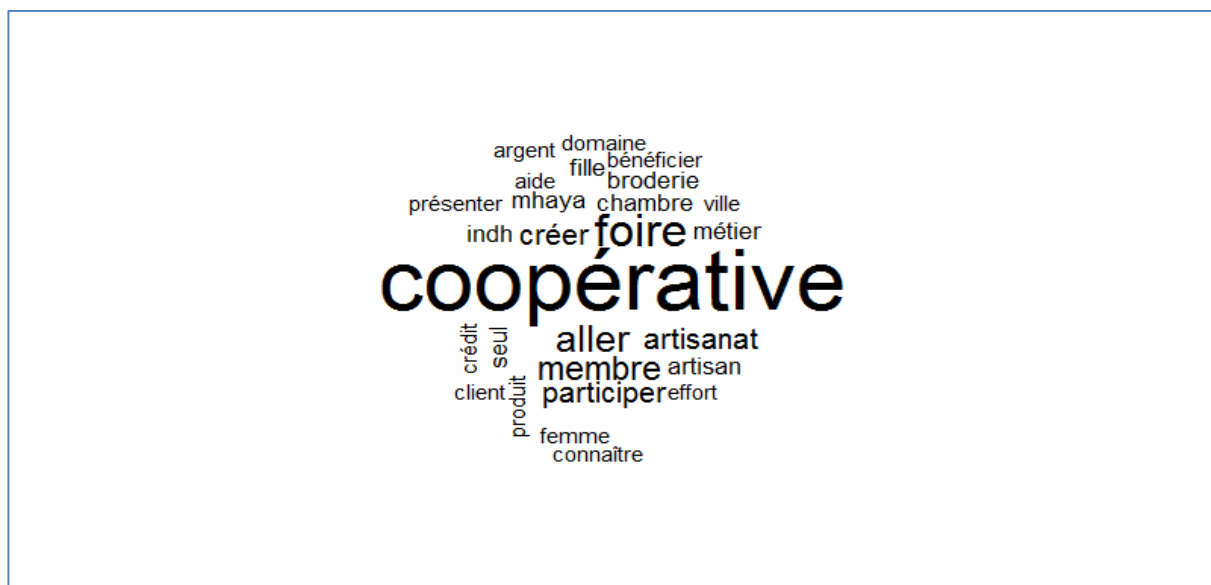


Figure 7: Nuage des mots de la coopérative naciri

Le mot « coopérative » occupe une position centrale dans le corpus de l'entretien avec Madame Naciri. La taille du mot exprime l'intérêt porté par l'interlocutrice. En effet, c'est depuis 1975 que Madame Naciri est artisan brodeur à titre individuel qui était connue au niveau local et régional, et ce n'est qu'après sa mise en coopérative qu'elle a pu développer sa notoriété et augmenter ses revenus.

Le second mot qui fait son apparition est « foire ». En effet, la principale débouchée de cette coopérative sont les foires régionales et nationales, les négliger serait fatal pour la pérennité de l'activité. Le mot qui vient en troisième position est « membres ». Ce terme désigne l'importance du choix des membres de la coopérative pour sa continuité. Madame Naciri estime que si elle constitue une coopérative avec ses filles et belles-filles, elle réussira davantage. Les relations entre ces mots et les autres mots seront traités ci-après à partir de l'analyse des similitudes.

II.2.2 Analyse des similitudes du cas n°2

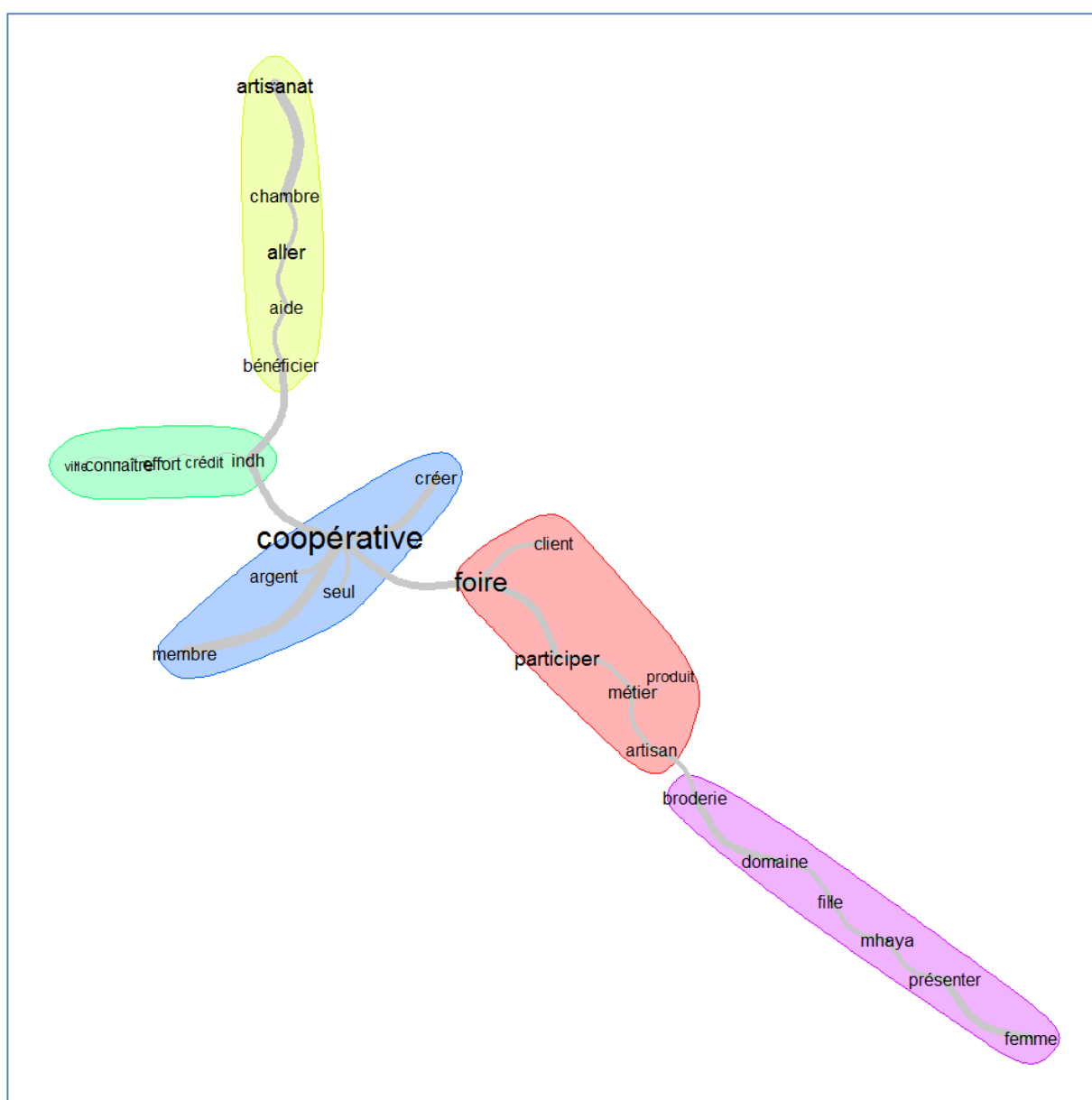


Figure 8: Analyse des similitudes de la coopérative naciri

L'ADS de l'entretien de la coopérative de broderie fait ressortir les éléments du nuage de mot avec les termes proches en les regroupant en communautés.

Le mot « coopérative » est associé dans un premier temps à « membre » et à « argent ». Le premier nœud qui sort de coopérative est celui de « foire » qui, à son tour, est relié à « participer » et à « client ». La seconde connexion est relative au terme « INDH » qui lui aussi est relié aux termes « crédit » « effort » « connaître ». Ce qui démontre que l'INDH a joué un rôle important dans le financement et la formation de la coopérative. La connexion avec « la chambre d'artisanat » et « aide » ne vient qu'après avoir bénéficié du soutien de l'INDH. Le mot « artisan » est relié à « broderie », « femme » et « filles ». Ce qui dénote du genre concerné par cette activité.

II.3. Représentation du corpus textuel de l'Entrepôt frigorifique AL ITKANE

II.3.1. Nuage de mots du cas n°3



Figure 9: Nuage des mots de l'Entrepôt frigorifique AL ITKANE

Le nuage de mots met en évidence les termes « projet » « activité » et « frigo ». Ces trois termes sont interchangeable dans notre corpus et de ce fait on pourrait les classer tous les trois en première position. L'importance de ces termes découle de l'opportunité saisie par l'entrepreneur agricole qui lui-même ressent le besoin de stocker sa production agricole ainsi que celle de son entourage. La nature agricole de la région est le principal catalyseur de Mr Jamal pour créer son frigo.

Le deuxième mot mis en évidence est « terrain ». Sans terrain disponible l'entrepreneur n'aurait jamais pu s'installer en zone rurale. Il faut souligner que l'importance du terme « terrain » réside dans sa forme juridique, car les terrains de Mhaya sont à la fois agricoles et titrés. Ceci représente un avantage concurrentiel par rapport aux autres terrains de la région de Fès Meknès

Après apparaît le mot « autorisation » et qui dans notre entretien désigne toutes les autorisations nécessaires pour l'exploitation d'un entrepôt frigorifique. Ce qui explique le niveau de formalisme élevé de ce type d'activités.

Les autres mots du nuage ont quasiment la même taille ; ce qui exprime une équivalence importante pour l'interviewé. L'analyse des similitudes nous permettra de mieux comprendre les interactions au sein de notre corpus.

II.3.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°3

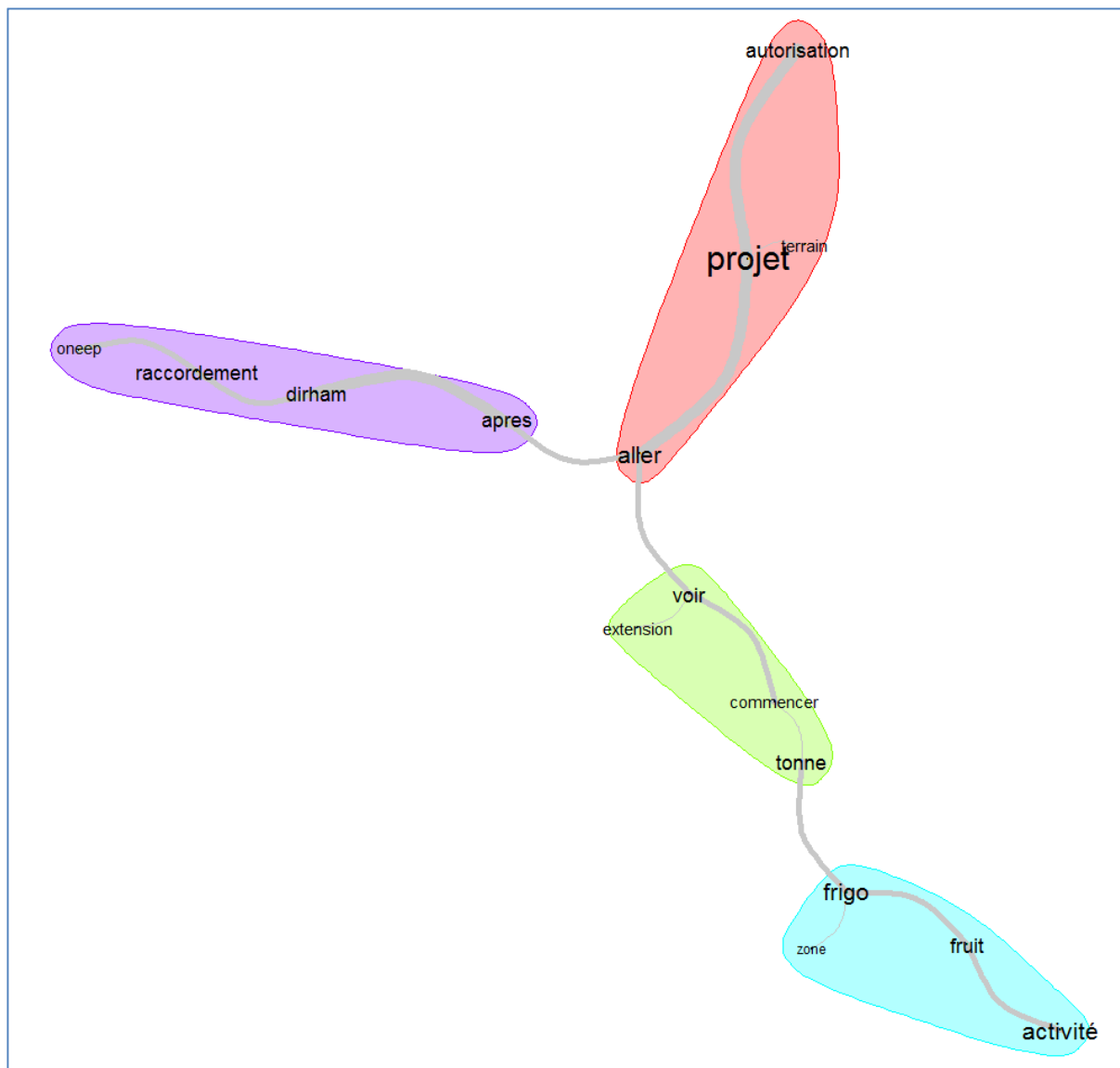


Figure 10: Analyse des similitudes de l'entrepôt frigorifique AL ITKANE

L'ADS de notre entretien montre trois communautés distinctes : le terme « projet » est regroupé avec « terrain » et « autorisation » ce qui constitue la première étape de l'installation.

Le second groupe qui est introduit par le terme « après » désigne les éléments apparus après cette installation à savoir : « dirham » qui désigne dans l'entretien les sommes supplémentaires imprévues dans le programme d'investissement, et qui est directement lié aux termes « raccordement » et « ONEE ».

Ce groupe désigne dans le corpus une étape dans le processus d'investissement qui a pris beaucoup d'intérêt pour l'entrepreneur. En effet, ayant terminé la construction de son entrepôt frigorifique, l'entrepreneur s'est vu confronté à une difficulté majeure qui était le raccordement de son entrepôt au réseau électrique : la somme demandée par l'ONEE s'est élevée au départ à 3.600.000 dhs et qui après tractations et de multiples aller-retour après 6 mois d'exploitation, a été réduite à 320.000 dhs. Entre temps, l'entrepôt fonctionnait moyennant un groupe électrogène qui consommait quotidiennement 10.000 dhs de gasoil.

Le troisième groupe dégagé est relatif aux mots « extension » « voir » « tonne » et « commencer ». Ce groupe désigne dans notre corpus le développement des quantités stockées et a poussé à réfléchir aux possibilités d'extension de l'activité. Cette extension d'activité apparaît dans le dernier groupe et permettra d'étendre la zone de chalandise de l'entrepôt frigorifique.

II.4. Représentation du corpus textuel du cas du domaine de la pommeraie

II.4.1. Nuage de mots du cas n°4

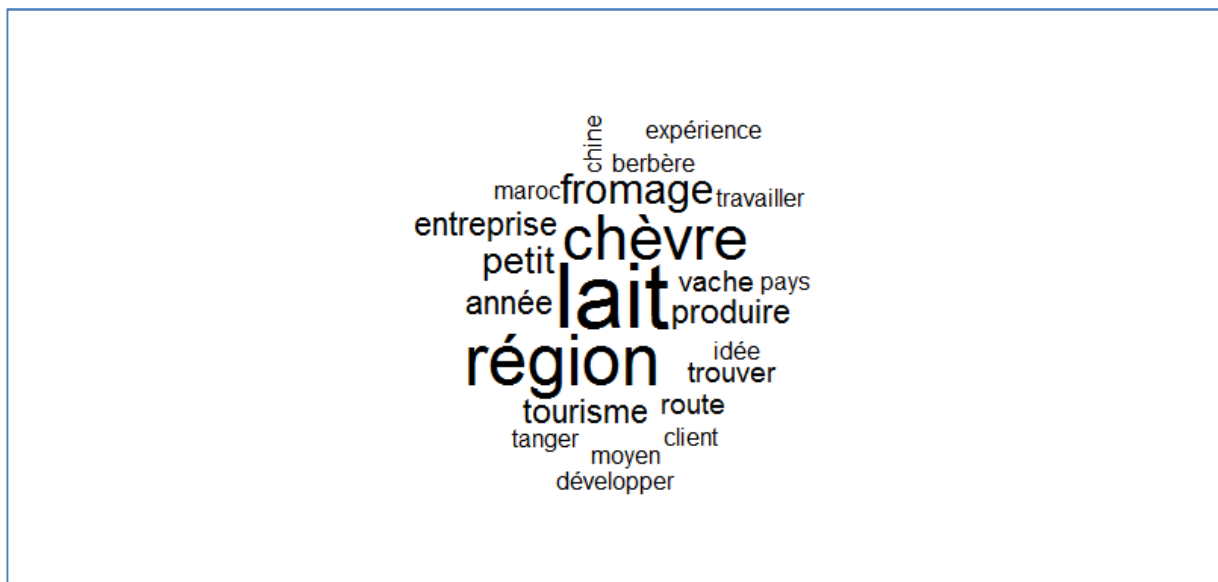


Figure 11: Nuage des mots du domaine de la pommeraie

Le nuage de mot fait apparaître en position centrale le mot « lait » qui est entouré des mots « chèvre » et « région ». Ce qui dénote le caractère de produit du terroir associé au lait de chèvre. « Tourisme » est proche des mots « moyen » et « développer » et l'idée centrale du corpus de l'entretien résume que le fait de développer des produits du terroir via le tourisme rural favorise l'émergence de produits élaborés.

Le mot « entreprise » fait aussi partie du vocabulaire utilisé par l'interviewé et qui apparaît en relation avec le mot « petit ». L'analyse des similitudes permettra d'apprendre davantage sur le sens des relations existantes entre ces termes.

II.4.2 Analyse des similitudes (ADS) du cas n°4:

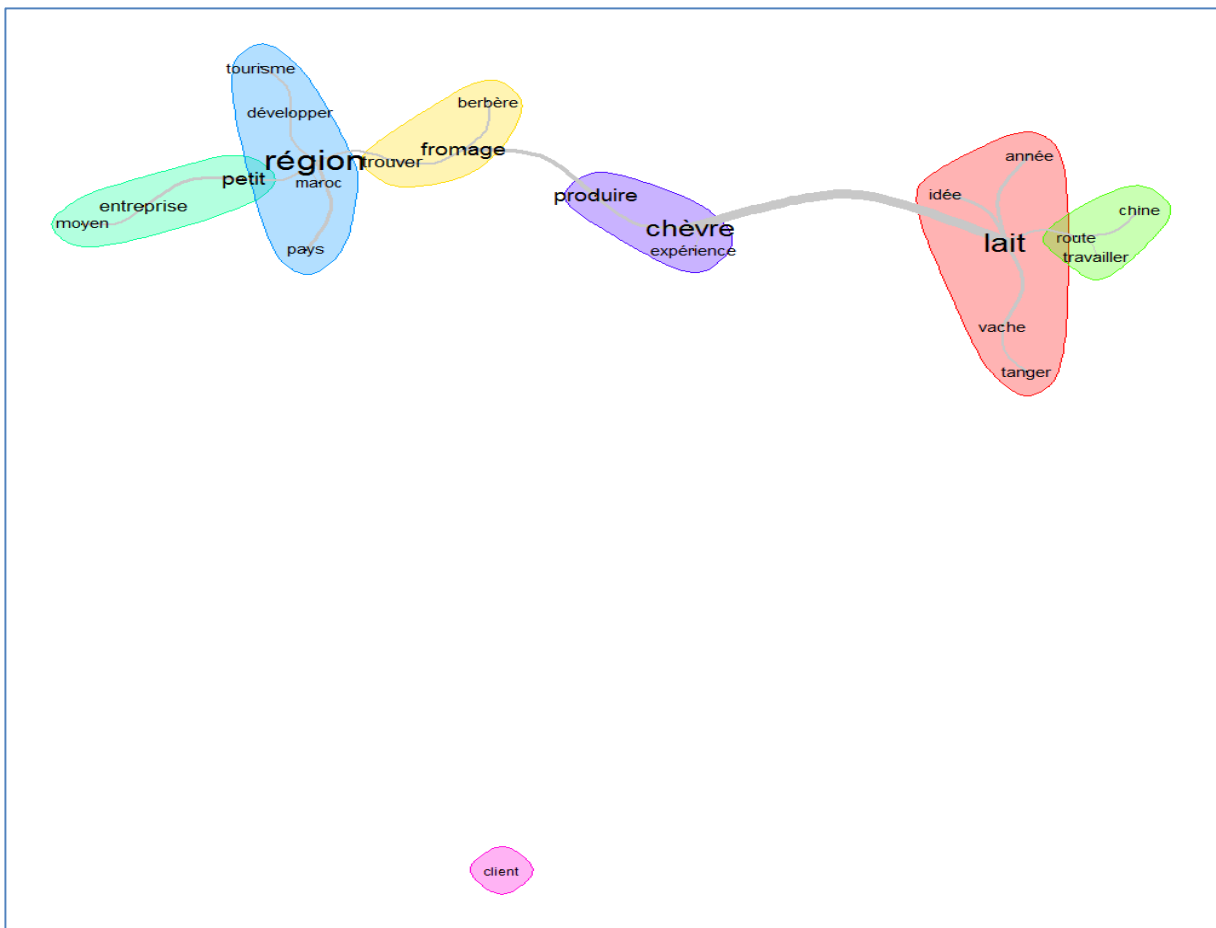


Figure 12: Analyse des similitudes du domaine de la pommeraie

L'ADS met en exergue un premier groupe constitué des mots « région, Maroc, développer, tourisme et pays ». Ce groupement exprime la vision de l'interviewé selon laquelle le développement d'une région rurale via le tourisme est le seul capable de développer les produits du terroir.

Les deux grands groupes constitués sont relatifs au lait de chèvre, à sa production et au groupe lait qui est associé aux mots « année » qui exprime la saisonnalité de la production et « vache » qui exprime le produit auquel le lait de chèvre se substitue.

On remarque que le mot « client » est isolé et n'a aucune connexion avec les autres groupes. L'entrepreneur dans son discours ne porte pas un grand intérêt au client puisqu'il est encore en phase de développement de différents types de fromages et qu'il est encore prématuré de commercialiser le produit encore en phase de développement. De plus selon Mr Lachkar c'est au client de se déplacer vers le milieu de production pour mettre en valeur la qualité du produit et sa spécificité biologique ainsi que pour la promotion du tourisme rural. Toutefois, il faut le dire, tous les clients ne sont pas sensibles à ce type de produits. On doit être averti et soucieux du volet biologique.

II.5. Représentation du corpus textuel du gîte regragui

II.5.1. Nuage de mots du cas n°5

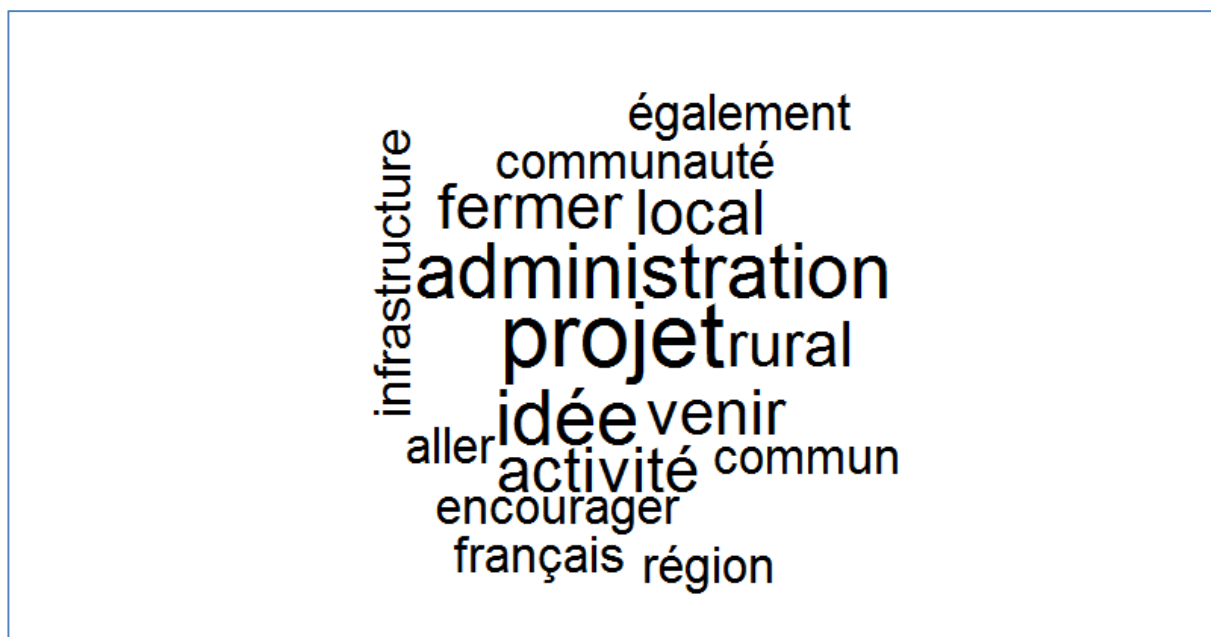


Figure 13: Nuage des mots du gîte regraga

Le nuage de mots met en exergue les termes les plus importants dans le corpus de l'entretien avec monsieur Regragui, après avoir représenté le mot principal « projet » et autour duquel gravitent les mots « idée » « venir » « activité », un mot prend une valeur aussi importante dans le discours : « administration » et autour duquel gravitent les mots qui y sont associés « infrastructure », « local », « communauté », l'ADS nous permettra de creuser davantage les interactions entre les termes du corpus.

II.5.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°5

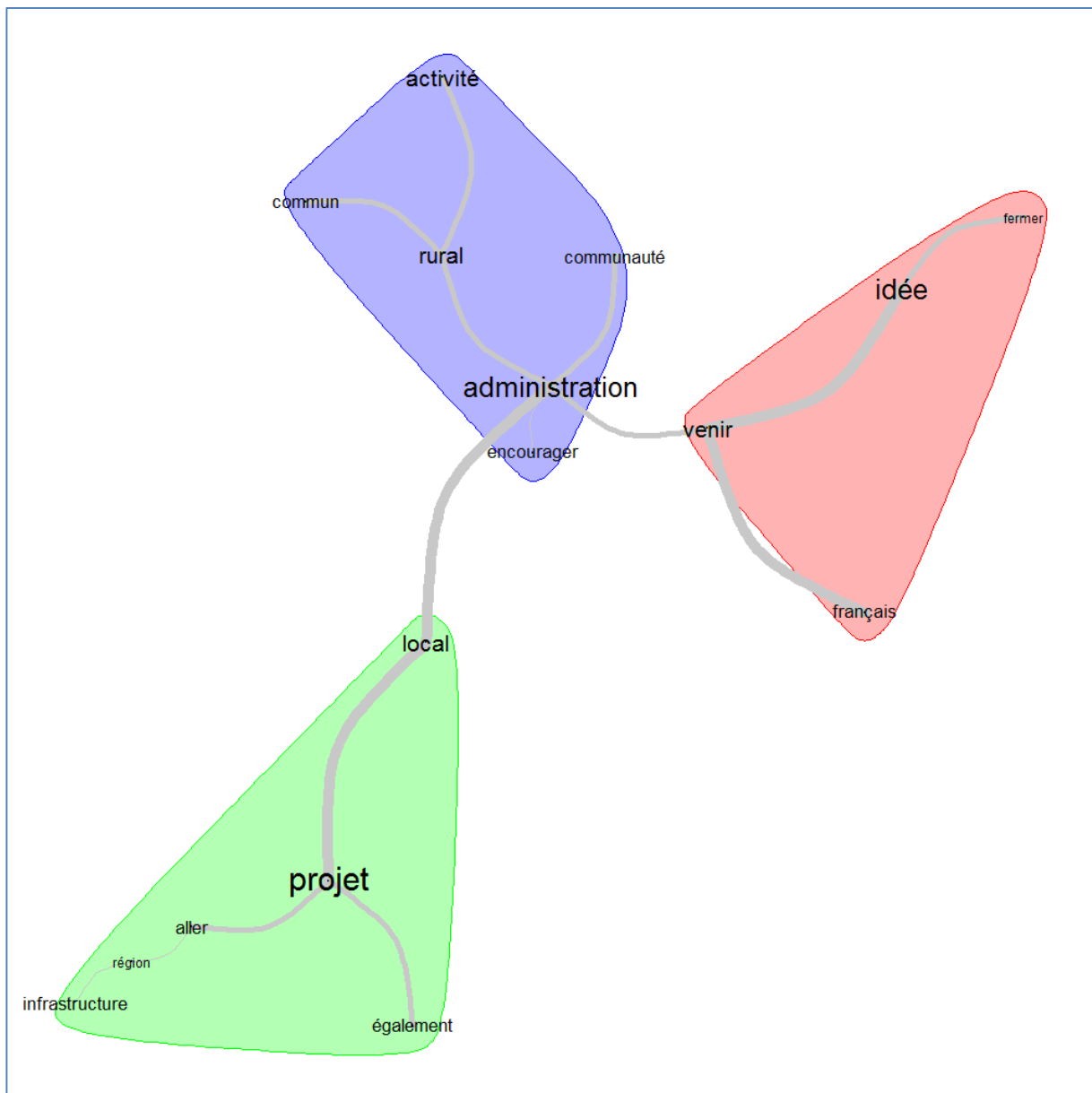


Figure 14: Analyse des similitudes du gite regragui

L'ADS décompose le corpus du discours de Monsieur Regragui en trois principales communautés de sens : en place centrale on trouve le mot « administration » qui est en communauté avec « rural », « communauté », « activité » et « rural ». Ce nœud constitue pour l'interviewé les éléments faisant obstacle à l'émergence d'initiatives entrepreneuriales.

Le nœud « administration » est en relation avec le groupement : « local », « infrastructure » et « projet et région ». Cette communauté de sens dans le discours de l'interviewé renvoie à sa conception des éléments favorisant l'émergence de l'entrepreneuriat ; ainsi, un projet est tout d'abord un local bien situé au niveau de la région et qui jouit d'une infrastructure routière valable.

Le troisième nœud de l'ADS renvoie à la notion du rejet des corps étrangers par rapport à la communauté, et le premier lien qui relie les étrangers avec le milieu est l'administration.

II.6. Représentation du corpus textuel de Huilerie Mhaya

II.6.1. Nuage de mots du cas n°6

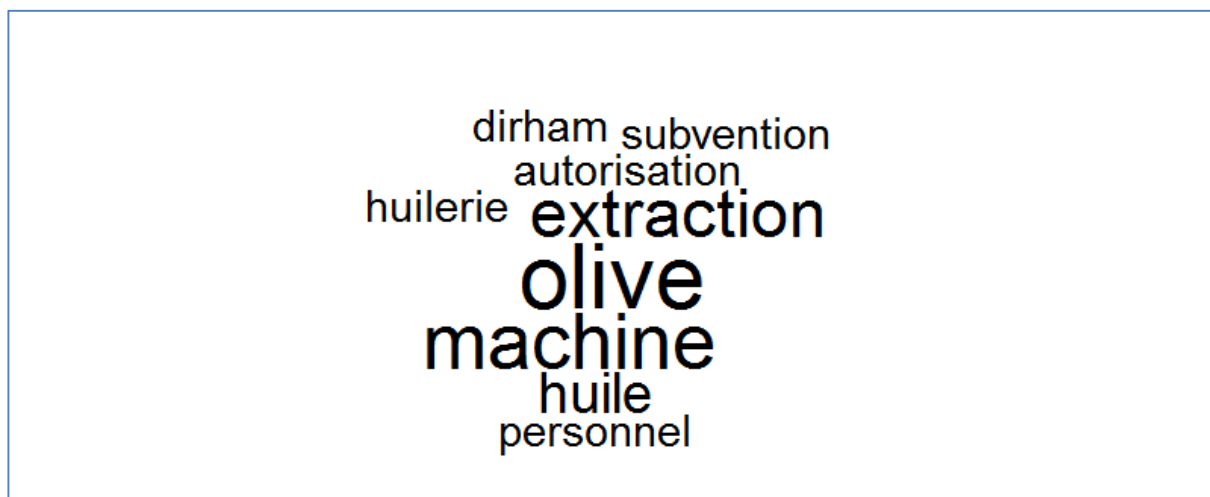


Figure 15: Nuage des mots de Huilerie Mhaya

Le terme « olive » occupe une place centrale dans le nuage de mots. Le mot « olive » vient en première position des occurrences dans le discours de l'interviewé pour montrer que l'opportunité détectée par l'entrepreneur provient de l'abondance de la production des olives dans la région et par conséquent la nécessité d'avoir une huilerie à proximité pour l'extraction de l'huile d'olive.

Le nuage de mots permet de distinguer les mots importants pour notre interviewé à savoir : huilerie d'extraction d'huile d'olive, « autorisation » et « machine », « subvention » et « dirhams » : ce qui dénote que l'activité tourne autour d'une machine-outil qui est coûteuse, mais subventionnée par l'État.

L'ADS nous permettra d'explorer davantage de relations au sein du corpus.

II.6.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°6

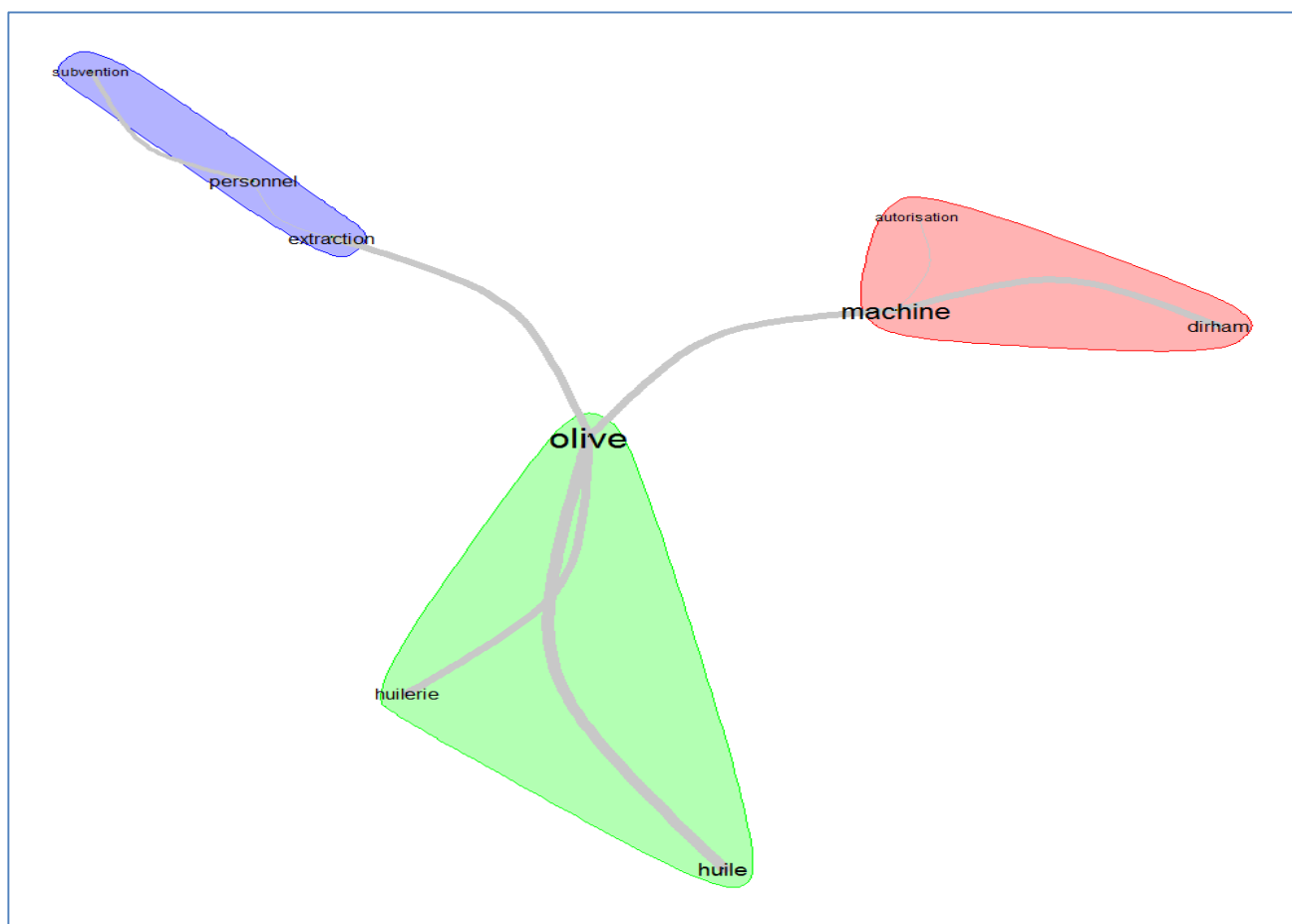


Figure 16: Analyse des similitudes de l'huilerie Mhaya

L'ADS confirme l'analyse initiée à partir du nuage de mots, le corpus searticule autour de la machine et l'extraction de l'huile d'olive, le mot « olive » se trouve au centre pour montrer que c'est le cœur de l'activité entrepreneuriale de Mr Jamal.

II.7. Représentation du corpus textuel du gîte Karine

II.7.1. Nuage de mots du cas n°7

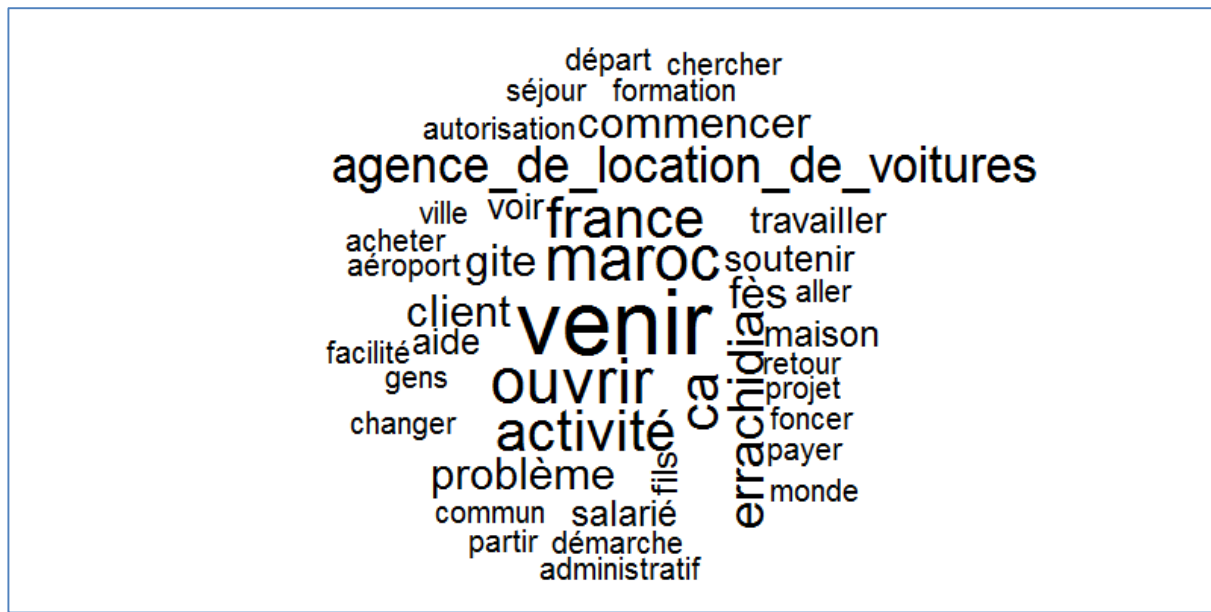


Figure 17: Nuage des mots du gîte Karine

Le nuage de mots fait apparaître au premier regard les mots « venir » « France » « Maroc ». L'interlocuteur a porté un grand intérêt à ces termes, car elle a été confrontée à un choc de cultures entrepreneuriales différentes. L'environnement des affaires tel qu'elle le connaît en France est très différent de celui au Maroc. D'ailleurs on remarque une proximité entre les mots « ouvrir » « activité » et « problème » et ce sont des termes relatifs aux obstacles qu'elle a dû surmonter lors de ses débuts. Autour du mot « problème » on trouve « salarié » « démarche » et « administratif », ce qui exprime la nature des problèmes rencontrés : complexité des démarches administratives, problèmes de personnel non qualifié ; « aide » « facilité » et « gens » expriment que la communauté a bien soutenu madame Karima lors de son installation.

II.7.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°7

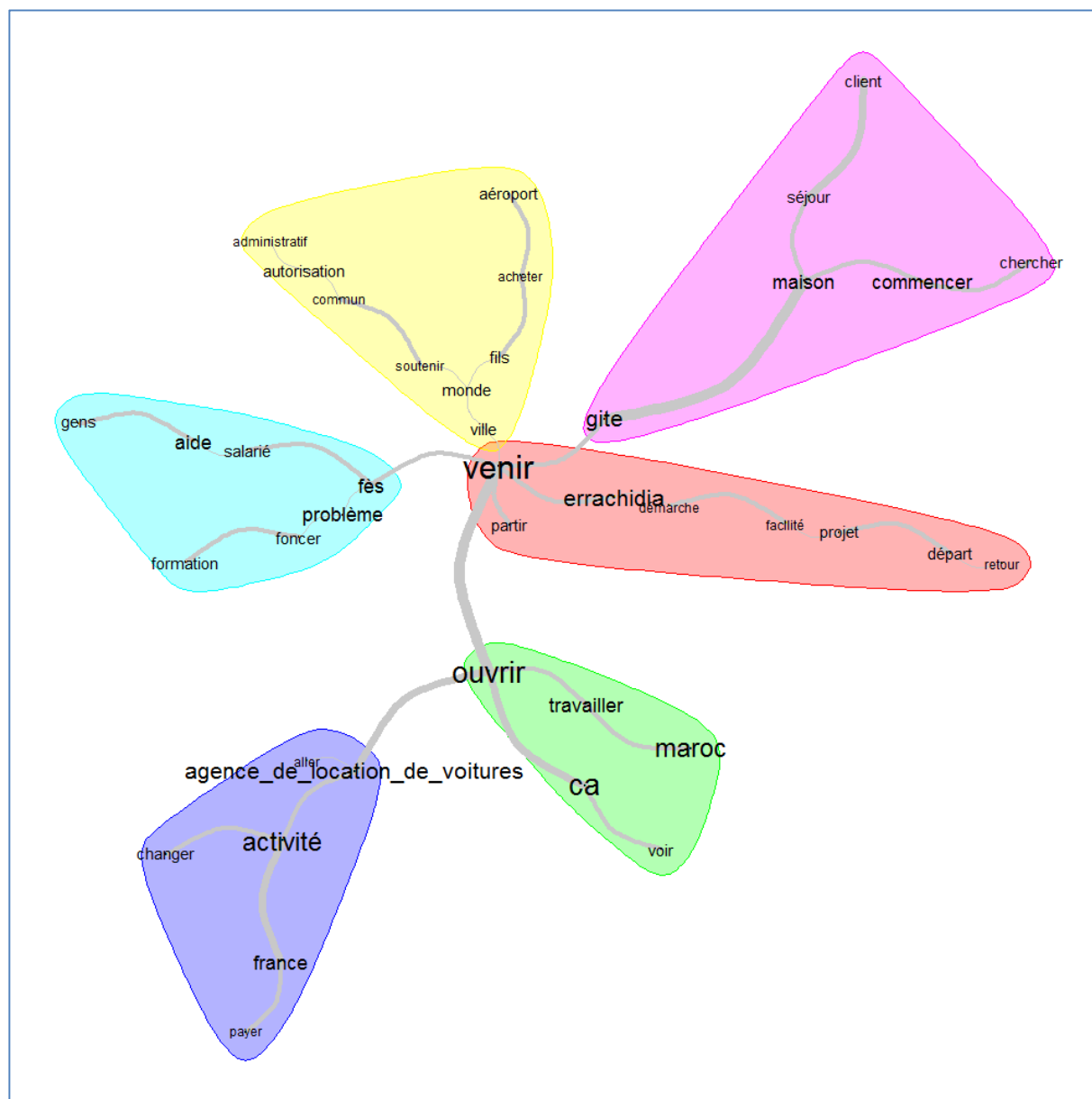


Figure 18: Analyse des similitudes du gîte Karine

L'ADS confirme une grande partie des informations contenues dans le nuage de mots. On trouve au centre les problèmes rencontrés lors de son arrivée à la région de Fès : les problèmes liés à la formation du personnel et auxquels elle a remédié par son tempérament fonceur et par sa volonté de réussir. Cette volonté a résisté grâce au soutien de la communauté qui apaisait la gravité de ses problèmes. La communauté est constituée de sa famille, mais aussi d'autres entrepreneurs qui l'ont soutenue dans ses démarches. En effet, sans le grand soutien d'un autre entrepreneur, elle n'aurait jamais démarré son activité.

II.8. Représentation du corpus textuel coopérative Aryaf

II.8.1. Nuage des mots du cas n°8

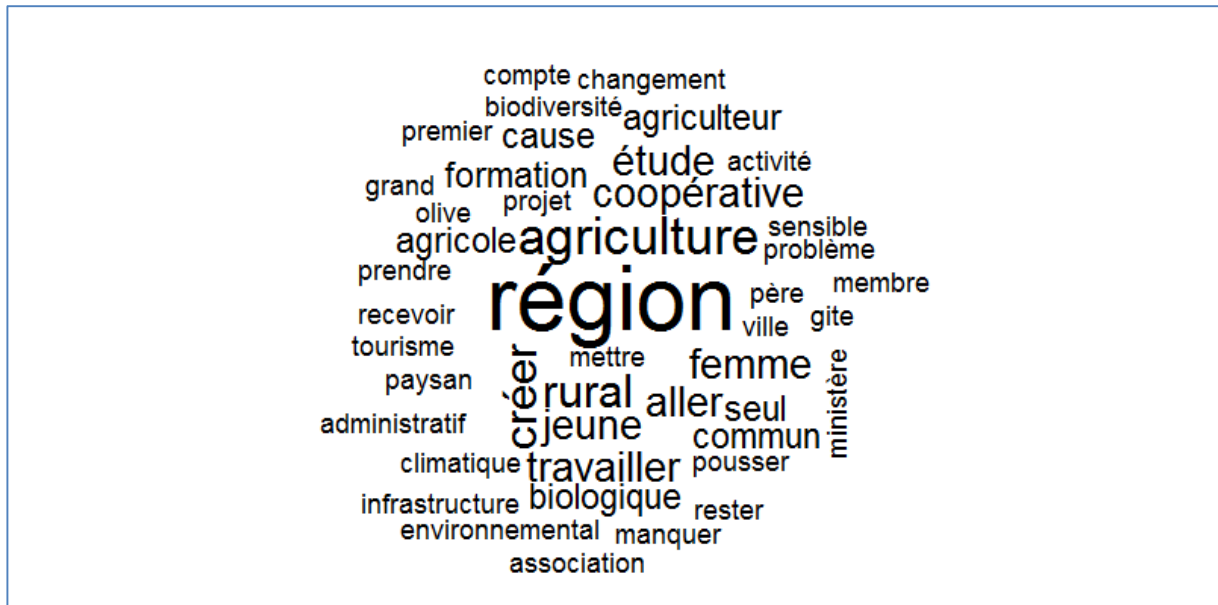


Figure 19: Nuage des mots de coopérative Aryaf

Le nuage des mots a mis en valeur le terme "région". Effectivement, lors de notre entretien, Mme Souhad a porté beaucoup d'intérêt à la région comme acteur principal de son processus entrepreneurial puisque c'est le fait de revivre son enfance, l'amour de la terre et de labourer comme elle l'a clairement dit qui a été le déclic pour prendre la décision de revenir aux sources et de faire bénéficier sa région de ses études et son expérience professionnelle.

Le second terme qui apparaît sur le nuage c'est "l'agriculture" qui représente l'activité principale que l'entrepreneur considère comme le moteur essentiel du développement de la région.

Ensuite on retient les termes "coopérative", "étude", "formation", "biologique" et "femme". Ce sont en fait les moyens mis en œuvre par l'entrepreneur pour réaliser son projet entrepreneurial à sa manière.

II.8.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°2:

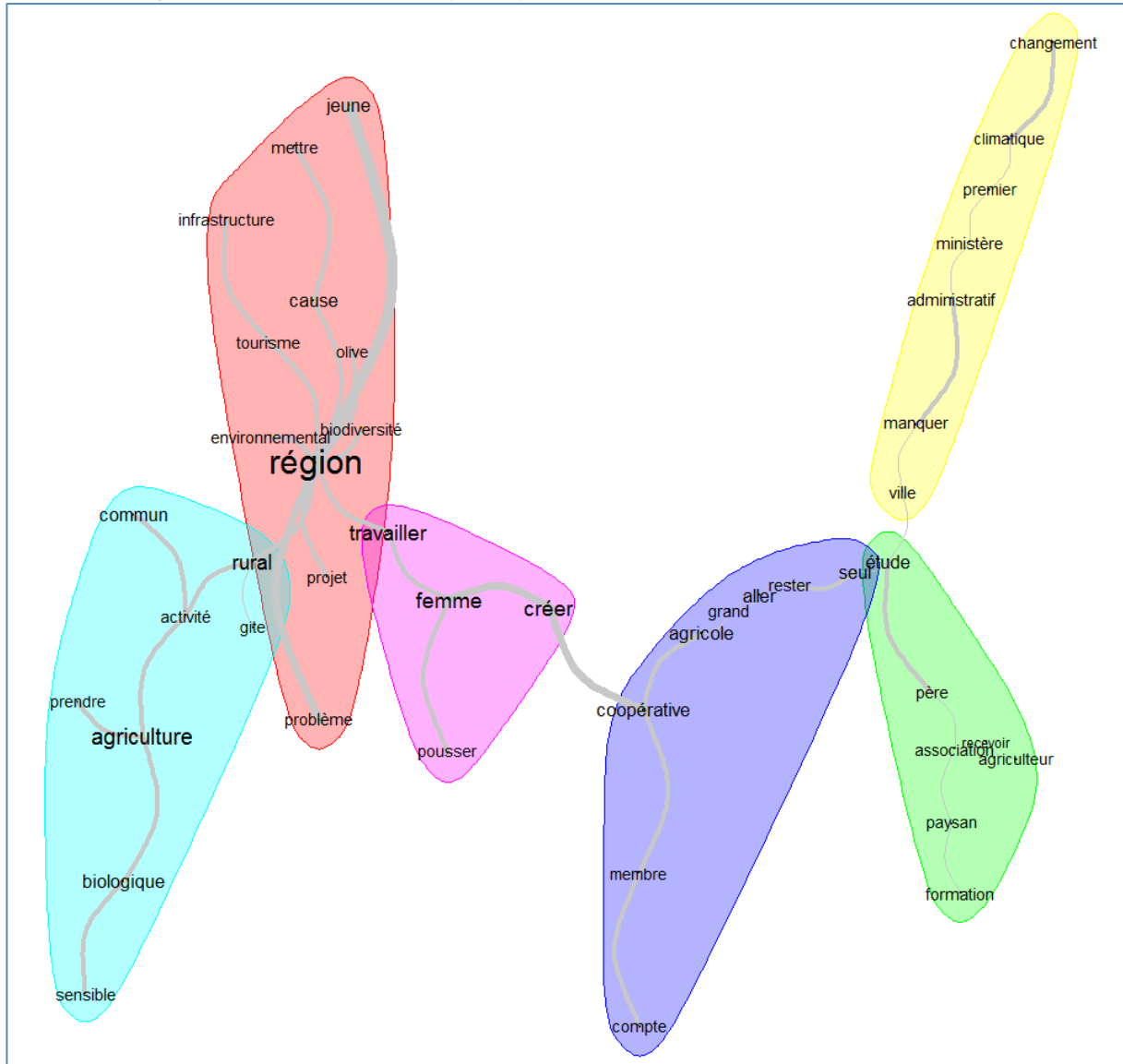


Figure 20: Analyse des similitudes de coopérative Aryaf

L'ADS confirme les résultats ressortis par le nuage des mots. En effet la région est au cœur des interactions des différents intervenants du processus entrepreneurial. Mme Souhad encourage les jeunes de la région à se former en coopérative et leur assure la formation surtout pour les femmes afin de pouvoir réaliser un développement durable et de promouvoir la région d'une manière saine à travers l'activité phare de la région à savoir l'agriculture.

II.9. Présentation du corpus textuel de la coopérative AL IZ

II.9.1. Nuage de mots du cas n°9

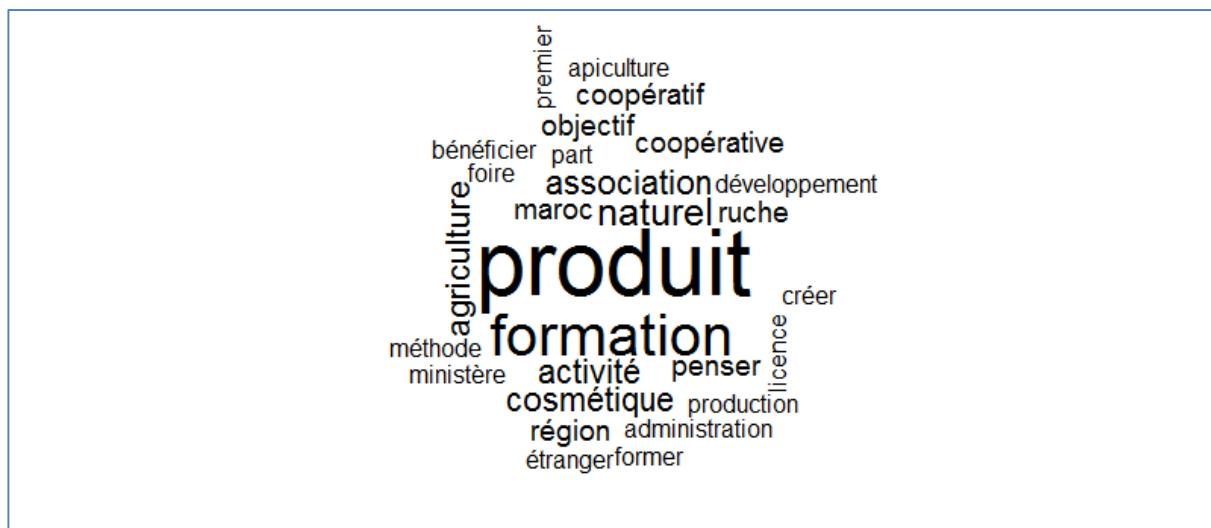


Figure 21: Nuage des mots de coopérative AL IZ

Le mot « produit » prend une place centrale dans le nuage, la stratégie de développement de la coopérative est axée sur le produit les coopérateurs qui mettent l'accent sur la qualité de leur produit ainsi que sur son caractère biologique.

En seconde position l'interviewé a donné un grand intérêt (en nombre d'occurrences) au mot « formation ». Pour lui, il ne peut y avoir de valorisation de produits du terroir sans formation. Le mot « association » est plus présent dans notre corpus que celui de « coopérative » ce qui exprime le point de vue de l'interviewé que c'est le réseautage qui est le principal moteur du développement et non la création de « coopératives ».

II.9.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°9

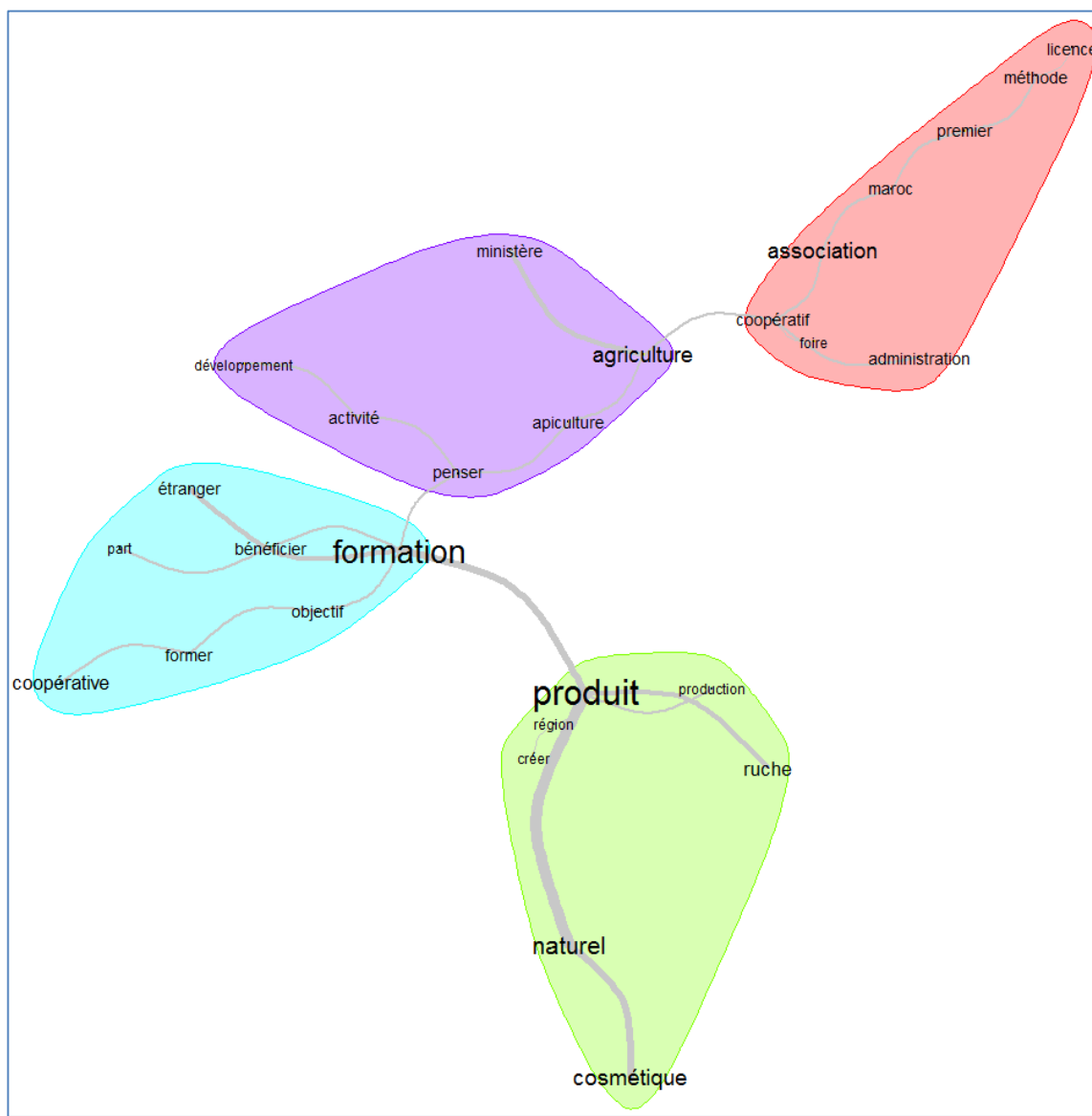


Figure 22: Analyse des similitudes de coopérative AL IZ

L'ADS de l'entretien de la coopérative AL IZ fait ressortir les éléments du nuage de mot avec les termes proches en les regroupant en communautés.

Le mot « produit » est associé dans un premier temps à « naturel » et à « cosmétique ». Ce qui confirme l'intérêt porté par la coopérative à son produit. Le premier nœud qui sort de produit est celui de « formation » qui a, son tour, est relié à « bénéficiaire » et à « étranger », la raison même de s'être formé en coopérative est de profiter des formations dispensées par les experts nationaux et internationaux dans le domaine de l'apiculture et de la fabrication des produits cosmétiques.

II.10. Représentation du corpus textuel de la coopérative Noor

II.10.1. Nuage de mots du cas n°10

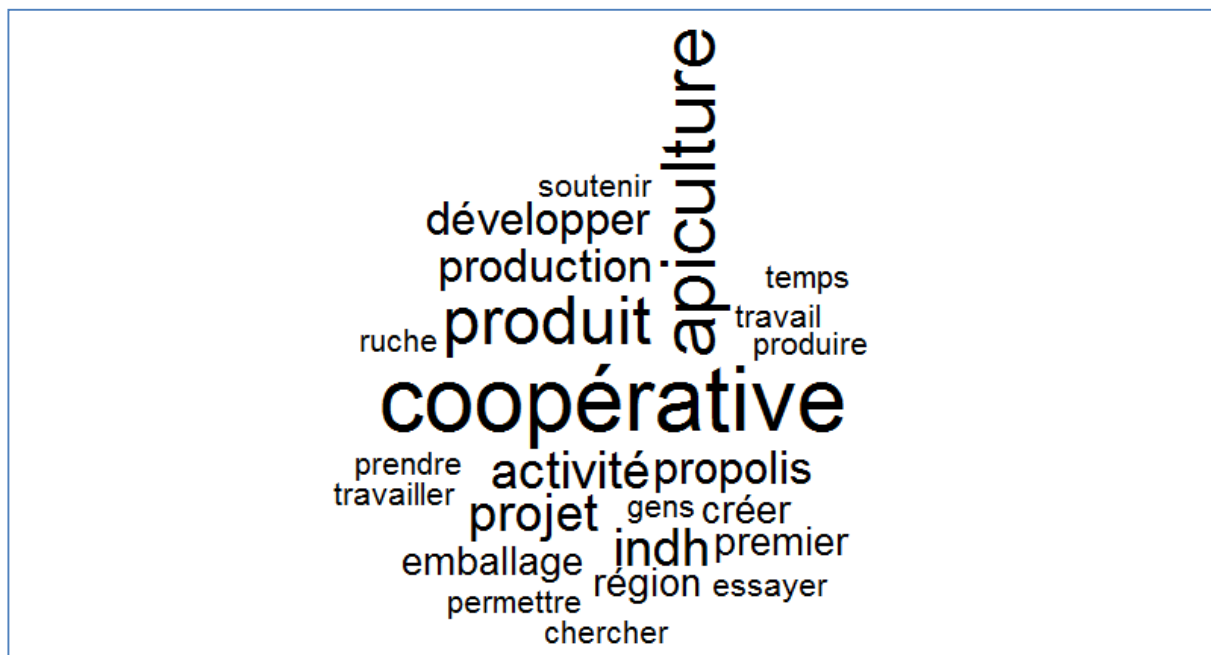


Figure 23: Nuage des mots de coopérative Noor

Le nuage de mots met en évidence « coopérative » « produit » et « apiculture », ce qui signifie que la coopérative est la principale forme juridique permettant l'exploitation des produits du terroir. Autour du mot « apiculture » gravitent les termes « temps » « travail » et « produire » : prendre le temps nécessaire et se former est le seul garant d'une production de qualité. Le mot « INDH » est entouré des termes « région » et « emballage », ce qui donne un aperçu des projets financés par cette institution : des produits valorisant les produits du terroir.

II.10.2. Analyse des similitudes (ADS) de cas n°10

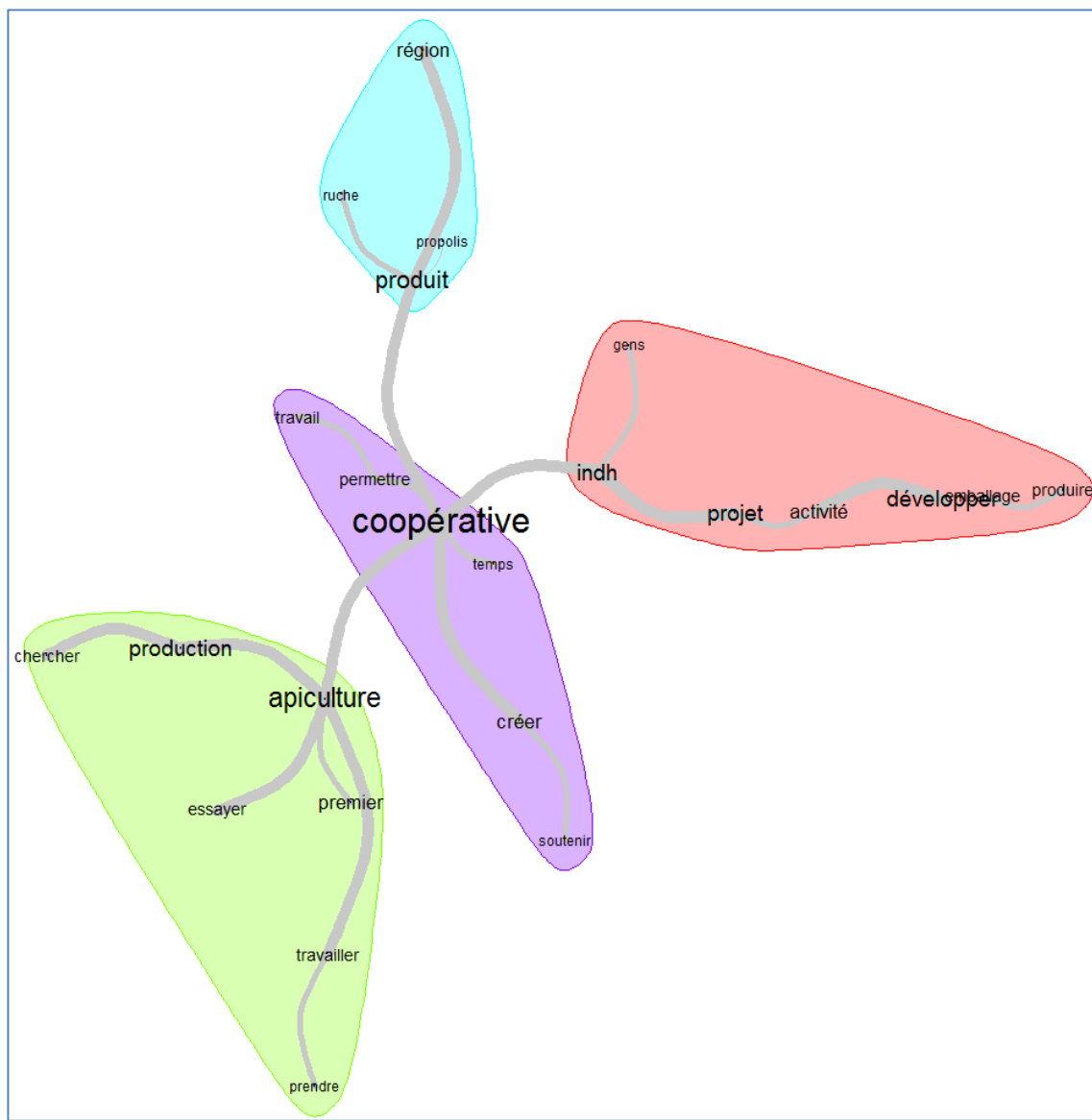


Figure 24: Analyse des similitudes de coopérative Noor

L'ADS confirme les sens du nuage de mots. La coopérative est avant tout des coopérants qui se partagent les tâches pour produire en commun. C'est un espace de don du soi pour le bien-être du groupe. Cette coopérative n'aurait jamais pu voir le jour sans l'appui financier et non financier de l'INDH. Cet appui a permis dans un premier temps de développer l'activité de base qui est l'apiculture et dans un second lieu de développer d'autres produits du terroir.

III. Analyse de tous les résultats

III.1. Analyse intra-cas

III.1.1. Interprétation des thématiques abordées: Briqueterie Tfahi

III.1.1.1. Motivations

La principale motivation à entreprendre est celle de subvenir à ses besoins faute de ressources financières stables suffisantes et permanentes. On est en présence d'un acte entrepreneurial de nécessité où l'entrepreneur n'a d'autres alternatives que d'agir pour remédier à sa situation vécue qu'il perçoit très lointain de celle désirée. L'entrepreneur a mis du temps pour percevoir ce décalage avant d'agir, ce n'est qu'à 40 ans que sa situation a commencé à l'inquiéter. Cette inquiétude est due à plusieurs facteurs notamment ses liens familiaux forts, son altruisme et sa volonté de faire vivre sa famille au sens large du terme.

III.1.1.2. Accès à la technologie

La technologie utilisée par l'entrepreneur est essentiellement la machine-outil qui permet la fabrication de briques. Cette machine nécessite une alimentation spécifique par rapport au courant disponible dans le Douar. En effet, l'électrification du monde rural est en progression et les foyers sont raccordés au réseau électrique permettant l'alimentation normale des appareillages domestiques fonctionnant au courant alternatif 220 volts. Pour les appareillages techniques et pour les machines nécessitant une force motrice, ce courant est insuffisant et il est nécessaire de se raccorder au courant 380 volts qui nécessite une autorisation spéciale, le paiement d'une somme d'argent relative aux travaux de raccordement et des taxes d'utilisation de ce courant. Cette opération est effectuée par l'ONEE (office national de l'eau et de l'électricité) qui conditionne l'octroi par la justification d'une activité non industrielle. En effet, le raccordement en courant 380 volts est utilisé principalement par les fermes qui utilisent les pompes électriques pour l'irrigation des cultures, toute autre utilisation est soumise à l'appréciation des services techniques de la commune rurale. L'objectif étant d'éviter, selon les termes des autorités locales, la propagation des unités industrielles clandestines.

De ce fait, l'entrepreneur s'est vu obligé de demander l'autorisation de raccordement au réseau électrique 380 volts en arguant que c'était pour une écurie et il fut raccordé.

III.1.1.3 .Connexion au marché :

La principale clientèle de l'entrepreneur est une clientèle en premier lieu locale, issue du Douar d'origine et des Douars mitoyens. Le changement d'activité a permis d'étendre ce marché à celui régional. L'entreprise en phase d'expansion, l'entrepreneur compte acquérir une autre machine et un autre camion pour accéder à des marchés hors de la région et pour bénéficier des économies d'échelle.

III.1.1.4. Financement :

Pour financer sa première acquisition, Monsieur Teffahi a sollicité en premier lieu une institution de microcrédit qui lui a signifié que l'objet de son acquisition ne fait pas partie de leur champ d'activité et qu'ils sont spécialisés dans l'octroi de petites sommes pour des activités génératrices de revenus et de façon progressive et qu'il fallait se réunir en groupes solidaires mutuellement pour pouvoir contracter ce crédit dont la somme ne dépasserait en aucun cas 50.000 dhs on l'a redirigé alors vers les banques. Les banques commerciales, de leur part y compris les banques spécialisées (Crédit Agricole), n'ont pas de formules adaptées à ce type d'activité. Ils financent soit des activités directement relatives aux exploitations agricoles, soit des projets d'investissement bien formalisés avec une étude de faisabilité et un business plan assorti de garanties réelles tel qu'un titre foncier. Or dans cette région tous les terrains sont des terrains collectifs et dont les propriétaires n'ont que le droit d'usage et d'exploitation (usus, fructus).

De plus que la banque ne finance pas de matériel d'occasion. Après avoir essuyé le refus de plusieurs banques, l'entrepreneur s'est dirigé vers une société de crédit à la consommation qui s'est spécialisée dans le financement de matériel de transport d'occasion pour des emprunteurs en zones rurales sans garanties. La société de crédit à la consommation a mis en place un système d'octroi spécifique à une cible de clientèle jugée trop risquée pour les banques ; pour le volet risque de contrepartie, l'institution sollicite un maximum d'engagement de la part de l'emprunteur en exigeant un apport minimum de 50% du prix d'acquisition.

Et de cette façon l'institution devient copropriétaire et limite son risque à moitié. Elle prend en contrepartie, la garantie du barrement de la carte grise du véhicule pour éviter toute vente sans son autorisation.

Aussi, afin de verrouiller son système mis en place, la société de crédit dispose de plusieurs employés issus des différents douars et qui font le tour des marchés hebdomadaires de la région pour réagir dès la survenance de la première échéance de crédit impayée. Ils récupèrent par la suite soit la somme due, soit le véhicule par force. Ce système mis en place a permis de financer la quasi-totalité des véhicules utilitaires d'occasion en milieu rural de la région de Fès-Meknès et n'est pas pour principale contrainte que le choix limité des véhicules d'occasion finançables. À cet effet, la société ne finance que les véhicules utilitaires dont la valeur argus reste stable et les véhicules les plus sollicités par le marché. Par exemple les camions de marque Mercedes et Mitsubishi sont connus pour leur robustesse et résistance à l'infrastructure routière agressive des zones rurales et par conséquent conservent leur valeur par rapport à des marques réputées non résistantes aux utilisations intensives et dont l'état se dégrade prématurément comme c'est le cas des marques françaises et coréennes.

En conséquence, on constate que le système de financement mis en place par les banques ainsi que par les institutions de microcrédit est inadapté à la réalité du contexte de certaines activités comme c'est le cas pour cet entrepreneur. Une institution qui s'y est adaptée est la société de crédit à la consommation et dont le siège social est à Fès. Elle a adapté ses procédures de octroi de crédits au contexte spécifique du milieu rural.

III.1.1.5. Ressources :

L'entrepreneur dispose dans sa région de ressources nécessaires pour l'accomplissement de son activité : le personnel est disponible malgré sa faible qualification et sa formation basique. Les matières premières pour la fabrication des briques sont aussi disponibles, le ciment est acheté des fournisseurs locaux et le sable est acheté directement des carrières existantes à Séfrou (80 carrières).

III.1.1.6. Soutien local / institutionnel :

Pour son installation de façon formelle, l'entrepreneur a créé une entité morale sous forme de société à responsabilité limitée et a sollicité l'autorisation d'exploitation des autorités locales.

La commune rurale a octroyé sans difficulté l'autorisation d'exploitation vu que la majorité des élus connaissent personnellement Monsieur Teffahi ainsi que sa famille de plus, la famille Teffahi entretient de bonnes relations avec sa communauté. On conclut que l'entretien de liens avec la communauté est un élément favorisant l'acte entrepreneurial lui procurant une crédibilité.

III.1.1.7. Réseautage :

La briqueterie ne maintient aucune relation en réseau à part celles avec les tiers habituels : fournisseurs et clients. Cet isolement est dû essentiellement au fait que l'entrepreneur actuellement ne ressent pas la utilité.

III.1.2. Interprétation des thématiques abordées: Coopérative Naciri

III.1.2.1 Motivations :

Madame Naciri est issue d'un milieu défavorisé. Elle s'est mariée à un très jeune âge et pour aider son mari à faire face aux besoins vitaux de son foyer, elle a appris le métier de broderie. Pour elle la broderie est une activité génératrice de revenus et qui lui permet aussi de jouer un rôle d'acteur social pour l'autonomisation des femmes de son Douar. D'ailleurs comme cité ci-dessus, elle a initié 1500 femmes et filles au métier de brodeur. De ce fait Madame Naciri rentre dans le cadre de l'entrepreneuriat de nécessité.

III.1.2.2. Accès à la technologie :

Pour son activité, l'entrepreneur a eu besoin de machine pour développer sa capacité de production. Pour ce faire, elle a sollicité l'ANDH pour une machine de broderie.

Cependant pour acquérir cette machine, l'ANDH exige la présentation de devis contradictoire pour la sélection du mieux-disant des fournisseurs qui sont principalement installés à Casablanca. Étant analphabète et ne disposant pas de connaissances ni de ressources financières pour supporter des allers-retours entre son Douar et Casablanca, elle a dû renoncer à cette acquisition, d'autant plus que les membres de la coopérative ont refusé de fournir leur quote-part de 30% du montant de la machine.

III.1.2.3. Connexion au marché :

Avant de se constituer en coopérative, le seul moyen d'accéder aux clients était le réseau relationnel que entretenait madame Naciri avec les différents acteurs institutionnels agissant dans son sillage : la délégation du ministère de l'Artisanat et de l'économie sociale et solidaire, et la chambre d'artisanat. En développant des affinités personnelles avec les membres dirigeants de ces institutions, Madame Naciri garantissait sa participation aux foires régionales et nationales, mais pas de façon permanente. En se constituant en tant que coopérative, l'invitation systématique aux foires est devenue de mise, et a permis à la coopérative de développer ses ventes et d'améliorer sa notoriété sur le marché national. Cependant c'est le seul débouché possible pour cette coopérative ce qui limite l'accessibilité au marché.

III.1.2.4. Financement :

En tant qu'artisane au départ, Madame Naciri bénéficiait du concours des institutions de microcrédit pour faire face aux achats de matières premières afin de répondre aux demandes de ses clients. Soit organisée en coopérative, elle était devenue éligible au financement de l'ANDH pour l'acquisition de l'équipement nécessaire à l'augmentation de la production. Le fait d'exiger un apport de 30% pour bénéficier de ce financement a constitué un obstacle pour les membres de la coopérative qui ont refusé d'apporter le reliquat par manque de ressources financières. Il apparaît que le principal mécanisme de financement des coopératives est celui de l'ANDH.

III.1.2.5. Ressources :

Les principales ressources nécessaires pour l'exploitation de l'activité sont les ressources humaines et matières premières. Le personnel est principalement féminin et disponible (1500 femmes) bien formé par madame Naciri. Les matières premières sont disponibles chez les commerçants de Fès.

Le local où exercer constitue aussi une ressource. Les statuts juridiques n'obligent pas la coopérative à avoir un siège social indépendant ; ce siège peut être le domicile de l'une des membres de la coopérative.

III.1.2.6. Le soutien local / institutionnel :

La coopérative de broderie bénéficie, grâce au dynamisme de sa fondatrice, du soutien de la communauté locale ainsi que du soutien de la commune rurale et des acteurs institutionnels tels que l'INDH, la chambre de l'artisanat et de l'économie sociale et solidaire et de l'ODCO (office de développement des coopératives). Selon les propos de la fondatrice, ce soutien institutionnel est exceptionnel et n'est pas offert à toutes les autres coopératives.

III.1.2.7. Réseautage :

Les possibilités de réseautage sont limitées à cause des dysfonctionnements organisationnels internes de la coopérative et de la formation managériale limitée des membres. Les acteurs institutionnels ne dispensent que de peu de formations dans ce sens.

III.1.3. Interprétation des thématiques abordées: Entrepôt frigorifique Al Itkane

III.1.3.1. Motivations :

Monsieur Kamal était déjà en activité avant de créer l'entrepôt frigorifique. L'opportunité n'est pas seulement venue comme idée, mais comme un pressentiment de l'éventualité de son exploitation pour en tirer profit. L'origine de ce pressentiment est le vécu professionnel de l'entrepreneur. Nous sommes en présence d'entrepreneuriat d'opportunité.

III.1.3.2. Accès à la technologie :

Pour exploiter son entrepôt frigorifique, celui-ci a besoin de groupes frigorifiques disponibles en permanence pour assurer une température stable pendant toute la période de stockage. Toute coupure de courant pourrait provoquer la détérioration des denrées stockées. De ce fait, et pour faire face à des chutes de tension électriques fréquentes et qui durent des fois jusqu'à deux jours, l'entrepôt doit être équipé en permanence par un groupe électrogène qui prend le relais dès qu'il y a une coupure ou chute du courant. La nature des équipements sophistiqués rend très délicate la tâche de maintenance par un personnel faiblement qualifié. En cas de panne, on fait appel à une entreprise de maintenance externe de Fès.

III.1.3.3. Connexion au marché :

La clientèle de l'entrepôt frigorifique est tout d'abord locale. Puisqu'il est situé au cœur des exploitations agricoles, l'extension de la capacité de stockage a permis de élargir la zone de chalandise jusqu'à un niveau régional. Au-delà de ce marché régional, les coûts de transport commencent à impacter le coût d'achat pour les clients potentiels venant des autres régions.

III.1.3.4. Financement :

L'entrepreneur a pu financer son projet par fonds propres. Il a ensuite bénéficié de la subvention du ministère de l'Agriculture qui rembourse jusqu'à 15% du coût global du projet. Le remboursement passe par le biais du Crédit Agricole du Maroc, qui assure la collecte des documents, le suivi et le remboursement de la subvention de l'État. La procédure de remboursement a été jugée trop longue par l'entrepreneur qui suggère que cette subvention devrait être débloquée lors du montage du projet et non à sa fin.

III.1.3.5. Ressources :

La principale ressource requise par cette activité est celle du personnel. L'entrepôt frigorifique fonctionne avec 7 personnes qualifiées (niveau Bac et Bac +2), et permanentes, et 80 employés journaliers de faible qualification et dont la principale tâche est la manutention des caisses de fruits et légumes. Plus de la moitié de cet effectif occasionnel est constituée de femmes qui effectuent manuellement l'opération de pesage et de calibrage des fruits avant leur commercialisation.

III.1.3.6. Soutien local / institutionnel :

L'entrepreneur affirme avoir bénéficié du soutien de la commune rurale qui lui a facilité l'installation et l'autorisation d'exploitation, quoi qu'il ait rencontré au départ des blocages injustifiables qui se sont dissipés au fur et à mesure qu'il nouait des liens sociaux avec la communauté et les élus.

Du côté institutionnel, la complexité et la multiplicité des intervenants dans le processus d'octroi de la subvention du ministère de l'Agriculture ont failli dissuader l'entrepreneur d'investir.

III.1.3.7. Réseautage :

Dans son activité de base, Monsieur Kamal bénéficiait de l'appui de son réseau relationnel vu sa longue expérience dans le domaine. Au niveau de l'activité nouvelle, son réseau lui a été d'un grand appui pour faire face aux obstacles et contraintes qu'il a rencontrés lors de son installation dans ce milieu rural.

III.1.4. Interprétation des thématiques du domaine de la pommeraie

III.1.4.1. Motivations :

Le choix de lancer une activité en zone rurale a été dicté par la volonté de rechercher d'autres opportunités de création de valeur dans le domaine du tourisme rural. Au fur et à mesure de l'exploitation des activités existantes, l'entrepreneur a découvert de nouvelles opportunités qu'il a pu détecter grâce à son vécu professionnel et à sa conviction en les richesses de la région.

Pour Mr Lchkar le développement de la région ne peut être fait qu'à travers de nouvelles formes d'entrepreneuriat à savoir l'écotourisme, l'agrotourisme et la valorisation des produits du terroir. Il est à noter que notre entrepreneur se préoccupe du bien-être social et du développement durable de la région plus que de la rentabilité financière de son entreprise.

III.1.4.2. Accès à la technologie :

La production de fromages à base de lait de chèvre, nécessite en plus d'un savoir-faire spécifique, des moyens techniques tels que l'équipement en chambres froides positives à atmosphère contrôlée pour maîtriser l'activité bactériologique des fromages. Le matériel n'est pas disponible au Maroc, et a dû être importé d'occasion de l'étranger.

III.1.4.3. Connexion au marché :

Bénéficiant de relations issues de son domaine professionnel initial (agence de voyages), l'entrepreneur a pu s'adresser au marché régional pour la commercialisation de ses produits auprès des maisons d'hôtes de la ville de Fès. Cependant, la production n'est pas suffisante pour desservir les besoins de tout le marché régional.

III.1.4.4. Financement :

Mr Lachkar a acquis sa propriété grâce aux bénéfices générés par son agence de voyages, l'objectif initial de cette acquisition étant une extension de l'activité touristique à savoir l'organisation des randonnées équestres et pédestres pour ses clients dans un cadre agréable pour un dépaysement total.

Monsieur Lachkar souhaite se développer prudemment et estime que le recours au crédit le mettrait en situation de stress.

III.1.4.5. Ressources :

Les matières premières pour la fabrication de fromage sont disponibles et ne causent aucun problème d'approvisionnement. Cependant, les employés sont faiblement qualifiés et manifestent un turn-over élevé ; dès que la saison de cueillette des pommes commence, ils quittent tous pour travailler en tant que journaliers dans les fermes. Cette instabilité perturbe la bonne marche de l'activité, mais fait partie des us et coutumes de la région et Monsieur Lachkar s'y est adapté.

III.1.4.6. Soutien local / institutionnel :

Ayant vécu une mauvaise expérience avec la communauté locale où il se trouvait installé la première fois, l'entrepreneur a appris de ses erreurs et a, de surcroît, noué des relations étroites avec les populations. Il n'hésite pas à partager avec eux ses expériences et à les former aux différents procédés de fabrication.

Pour se faire accepter par la communauté, il a dû s'efforcer pour leur faire comprendre qu'il est dans une relation gagnant-gagnant et de leur faire comprendre que si ça réussit ce sera un pas vers le développement régional.

III.1.4.7. Réseautage :

Monsieur Lachkar essaie de nouer des relations de partenariat avec les producteurs locaux de lait de chèvre afin de pouvoir augmenter sa capacité de production et d'éviter les ruptures de matières premières lors de pics de production. Cependant, la taille de ses partenaires est insignifiante par rapport à ses ambitions commerciales.

III.1.5 Interprétation des thématiques abordées: Gîte Regragui

III.1.5.1. Motivations :

Le retour à sa commune d'origine n'a ni été motivé par une nécessité quelconque ni pour saisir une opportunité. Le style de vie en France ne plaît plus les retraités qui trouvent que le Maroc est une destination de choix pour mieux vivre leur troisième âge.

Le style de vie peut faire partie de l'entrepreneuriat d'opportunité du fait que ce ne sont pas des facteurs négatifs qui poussent à l'acte d'entreprendre, mais plutôt des facteurs positifs. Cependant l'entrepreneur opportuniste n'a pas pour objectif de réaliser un gain financier, mais un bien-être social.

III.1.5.2. Accès à la technologie :

Monsieur Regragui n'a volontairement pas eu recours aux moyens technologiques. D'ailleurs quand nous l'avons questionné sur comment il touchait sa clientèle potentielle, il a affirmé qu'il était catégoriquement contre les nouveaux moyens de commercialisation via sites internet, car selon lui la technologie dévalorise le côté rustique de la vie en milieu rural.

III.1.5.3. Connexion au marché :

Faute d'infrastructure routière convenable, notre entrepreneur se trouve déconnecté de son marché. L'accessibilité au site est un facteur déterminant dans le succès ou l'échec de toute activité entreprise dans le tourisme rural. Cependant, après cinq ans de fermeture, le gîte a rouvert puisqu'il ne souffre plus de l'enclavement.

III.1.5.4. Financement :

L'entrepreneur n'a pas eu besoin d'apport initial pour financer sa ferme puisqu'il s'agit d'une succession. Pour l'aménagement du gîte, il a utilisé de son épargne et n'a eu recours à aucun financement externe.

III.1.5.5. Ressources :

Les ressources sont disponibles, mais difficilement accessibles à cause de l'infrastructure défectueuse. Par exemple, le personnel trouve des difficultés pour accéder au site du gîte. Aussi le personnel manque de formation technique et justifie d'un niveau d'enseignement basique (enseignement primaire).

III.1.5.6. Soutien local / institutionnel :

L'entrepreneur a été confronté depuis ses débuts à des contraintes administratives relatives à l'octroi de l'autorisation d'exploitation. En effet, le gîte a eu besoin de l'approbation d'une multitude d'intervenants institutionnels et dont l'aboutissement est une commission constituée de 13 personnes de différents acteurs.

De son côté, la communauté locale est très réticente à l'installation d'activités non agricoles dans leur milieu, et puisque la commune rurale, principal représentant de l'administration, est constituée de plus, ces dernières se conforment aux doléances de la communauté.

III.1.5.7. Réseautage :

L'entrepreneur, dans son entreprise, s'est trouvé coupé de tout contact à cause de son isolement physique et psychologique. Et de ce fait, on remarque que le réseautage est un facteur déterminant pour le succès ou l'échec d'une initiative entrepreneuriale surtout en milieu rural.

III.1.6. Interprétation des thématiques abordées: Huilerie Mhaya

III.1.6.1. Motivations :

On est en présence d'une forme d'entrepreneuriat d'opportunité, où l'entrepreneur a découvert à partir de son expérience propre, une possible création de valeur dont il pouvait tirer profit.

III.1.6.2. Accès à la technologie :

Le matériel utilisé est de plus en plus sophistiqué et est disponible du fait que le marché est demandeur. Cependant ce matériel exige des installations spécifiques. En effet, cette machine oblige à utiliser un bassin de récupération des déchets nocifs. Ceci est une obligation sanitaire pour l'octroi de l'autorisation administrative.

III.1.6.3. Connexion au marché :

L'huile profite d'une bonne connexion au marché régional vu qu'elle dispose d'une technologie récente très sollicitée par les clients. En effet, cette technologie permet de traiter en des périodes courtes de grandes quantités d'huile augmentant ainsi la productivité du capital investi.

III.1.6.4. Financement :

Pour le financement l'entrepreneur a dû faire un apport personnel de 50% du montant et la subvention du ministère de l'Agriculture a complété le reliquat restant, mais les procédures d'octroi de la subvention sont très longues et sont déléguées au Crédit Agricole.

III.1.6.5. Ressources :

L'activité de transformation en agro-industrie suppose la disponibilité en continu de la matière première pour justifier l'installation d'une unité de transformation. Cette matière première dans notre cas ce sont les olives ; la région Fès-Meknès est réputée par l'abondance et la qualité de son huile d'olive et qui représente l'un des produits phares du terroir. Cette qualité se voit améliorée par l'introduction de nouveaux procédés d'extraction d'huile à froid en continu et qui permet de maintenir le niveau d'acidité le plus bas possible pour conférer à cette huile des propriétés gustatives à la hauteur des exigences du marché national.

L'introduction de ces nouveaux procédés de transformation nécessite un niveau de technicité supérieur au niveau de formation initiale des ressources humaines disponibles localement. En effet, le principal défi rencontré par l'entrepreneur est celui de la main-d'œuvre qualifiée capable de faire fonctionner un appareil de grande technicité et de l'entretenir.

Des formations sont assurées par les fournisseurs du matériel lors de la première installation, mais qui se limitent juste à des notions de base. L'entrepreneur prend à sa charge cette formation à laquelle il est lui-même peu qualifié.

III.1.6.6. Soutien local / institutionnel :

L'entrepreneur a bataillé pour avoir l'autorisation d'exploitation, surtout que l'opération d'extraction d'huile d'olive est une activité saisonnière qui commence le mois d'octobre et qui se achève le mois de février, et le retard des autorisations administratives lui a fait rater toute une saison.

III.1.6.7. Réseautage :

L'entrepreneur ne voit pas l'utilité d'un réseautage pour que son entreprise existe. Il estime que le marché est demandeur et qu'il reste encore du potentiel sur le marché avant de pouvoir songer à l'utilité d'un quelconque réseautage.

III.1.7. Interprétation des thématiques abordées: Gîte Karine

III.1.7.1. Motivations :

La principale Motivation de Mme Karima est la création d'une nouvelle activité entrepreneuriale pour combler la baisse de rendement de son agence de location de voitures. Cependant le changement de la zone d'implantation du projet provient d'une simple coïncidence.

III.1.7.2. Accès à la technologie :

Karine a recours aux nouvelles technologies de communication pour commercialiser son produit, le gîte est référencé sur booking afin de toucher un large éventail de clients même les plus loin.

III.1.7.3. Connexion au marché:

Le gîte est situé à Ain Chifa, commune rurale immouzer kandar. Ce site permet de joindre l'utile à l'agréable, le client profite du dépaysement total, mais profite également d'une infrastructure routière décente puisqu'il emprunte la route nationale menant à la perle de l'Atlas (Ifrane).

Aussi l'utilisation des nouvelles techniques de réservation via internet abolit la distance qui sépare le site des clients, sans oublier les anciens contacts acquis par notre entrepreneur à travers son ancienne activité de location de voitures.

III.1.7.4. Financement :

Notre entrepreneur n'a eu besoin de avoir recours à aucun mode de financement puisque l'achat de la propriété a été financé par l'épargne de Mme Karima pour une habitation secondaire. Les aménagements réalisés par la suite pour adapter les locaux aux besoins des clients ont été faits par autofinancement.

Le gîte a connu un engouement inédit cet été. Pour ce faire Mme Karima prépare un projet d'extension et compte bénéficier des aides fournies aux Marocains résidents à l'étranger souhaitant investir afin de financer le projet d'extension de son gîte.

III.1.7.5. Ressources :

Le foncier en zone rural est disponible à un prix abordable, ceci dit Mme Karima n'a eu aucun souci à se procurer une propriété de 2600 mètres carrés, suffisante pour abriter son projet.

Le projet entrepreneurial analysé opère dans le secteur des services, donc il est évident que la ressource principale est le personnel qui peut, à lui seul, soit fidéliser le client soit le dissuader de ne plus tenter l'aventure.

Le gîte tourne avec 3 salariés fixes, un couple pour les travaux ménagers et la sécurité et une assistante que Mme Karima a amenée avec elle de ErRachidia, et qui a travaillé avec elle pendant plus de 10 ans. Cette jeune dame de trente ans ayant un diplôme de commerce et parlant deux langues étrangères fait l'affaire.

En haute saison 2 salariés qui ont une expérience dans le domaine ont été recrutés afin d'aider Mme Karima inexpérimentée à lancer son gîte, mais malheureusement ces deux salariés détournent les clients du gîte vers les maisons d'hôtes de Fès moyennant une commission.

III.1.7.6. Soutien local / institutionnel :

Les autorités locales étaient très réceptives, la commune et le caïd ont énormément soutenu l'entrepreneur, le seul obstacle était les pompiers qui faisaient partie de la commission habilitée à donner l'autorisation d'exploitation.

Selon les propos de Mme Karima, la communauté est sympathique, d'une générosité et hospitalité exceptionnelle favorisant ainsi son implantation en tant qu'opérateur touristique dans cette région. De plus les entrepreneurs voisins ont été le principal facteur facilitant les procédures administratives.

III.1.7.7. Réseautage :

Madame Karima a rencontré des difficultés lors de son installation pour la première fois. Elle a failli abandonner si elle n'avait pas eu le soutien d'un autre entrepreneur sur place et qui l'a soutenue dans toutes les démarches administratives.

Ainsi elle a tissé des liens d'amitié avec son entourage qui se sont par la suite transformés en des relations clients- fournisseurs ou en coopération entre gîteurs.

III.1.8. Interprétation des thématiques abordées: coopérative Aryaf

III.1.8.1. Motivations :

Notre entrepreneur est convaincu que son devoir est d'agir au niveau de sa région. Son souci permanent est que sa commune soit exempte le plus possible de produits chimiques. Sa région du Prérif est très sensible et souffre de plusieurs problèmes : la culture du cannabis qui est un grand utilisateur de engrais chimique ainsi qu'une perte généralisée de biodiversité et une érosion des sols. De ce fait, la formation pour faire du composte, la mise en place des haies, des arbres et des forêts fruitiers chez les paysannes, la sauvegarde de la biodiversité, le maintien et la création des corridors écologiques etc sont primordiaux pour maintenir l'équilibre environnemental de sa région.

III.1.8.2. Accès à la technologie :

La coopérative souffre d'une grande défaillance côté communication. Le réseau de télécommunication n'est pas performant ce qui ne leur permet pas de mener des actions marketing via internet. Jusqu'à présent la commercialisation du produit touristique ne se fait que de bouche à oreille et à travers les contacts personnels de Mme Souhad.

III.1.8.3. Connexion au marché :

L'agriculture et l'apiculture ne suffit pas dans les zones montagneuses éloignées très difficiles, la problématique majeure c'est qu'on est loin du pouvoir d'achat, même si la coopérative a obtenu l'homologation de ses produits, à savoir le label agriculture biologique qui est une grande avancée pour la coopérative. Cette homologation a duré plus de trois ans. Cependant la certification dite coût plus élevé, car la certification coûte cher et le consommateur autour de la région n'est pas aussi sensible au caractère biologique qu'au coût.

Les consommateurs de l'axe Rabat Casablanca et de Marrakech sont plus sensibles à l'aspect biologique sauf qu'ils sont trop loin.

Ce qui pose également problème côté tourisme c'est l'infrastructure routière c'est malheureux d'avoir une aussi belle région et de ne pas pouvoir en profiter à cause des routes non faites.

III.1.8.4. Financement :

Mme Souhad est arrivée à réaliser les buts qu'elle avait fixés au début de son aventure entrepreneuriale sur le plan social et environnemental. Cependant économiquement ce n'est pas encore une réussite parce qu'il y a de énormes problèmes liés essentiellement à l'accessibilité de la région.

Donc pour pouvoir avancer, elle doit en compagnie des autres membres de la coopérative, défendre ses projets auprès des administrations afin de bénéficier de subvention du ministère de l'Agriculture par exemple. Toutefois il faut avoir du souffle pour faire beaucoup d'allers et retours et subir une lourdeur administrative qui freine l'entrepreneur. En plus, certaines conditions posées sont presque impossibles à réaliser par les petits agriculteurs, chose qui les discrimine et par conséquent se sont les gros agriculteurs qui profitent de ces subventions.

III.1.8.5. Ressources :

Les ressources naturelles nécessaires pour l'activité agricole sont disponibles, la deuxième ressource est la main-d'œuvre qui doit être formée pour combler les lacunes du niveau de études bas des jeunes de la région à travers des conventions avec les organismes internationaux et nationaux pour assurer des formations professionnelles aux jeunes agriculteurs et membres de la coopérative. Elle-même elle assure des formations au profit des jeunes de la région et les assiste lors de la création de leurs projets.

III.1.8.6. Soutien local / institutionnel :

Beaucoup de programmes ont été lancés pour développer le monde rural sauf que la mise en œuvre de ces programmes reste toujours inachevée à cause des procédures administratives compliquées et le manque de communication avec les entrepreneurs en milieu rural. Le seul organisme efficace et dont les actions sont concrètes c'est l'initiative nationale pour le développement humain.

Un autre handicap qui freine surtout la promotion du tourisme c'est l'absence d'infrastructure du ministère de la Santé qui peut nous venir en aide en cas de besoin juste pour assurer les premiers soins aux touristes.

III.1.8.7 Réseautage :

Pour Mme Souhad on ne peut pas être seul, il faut se regrouper pour agir efficacement. Par exemple, les aides des ministères et autres organismes ne sont percevables que par un ensemble de personnes.

III.1.9. interprétation des thématiques abordées : coopérative AL IZ

III.1.9.1. Motivations :

La préoccupation initiale des membres de la coopérative était la création de emplois pour assurer la survie qui dépendait d'une agriculture viagère fragile. Le début était le développement de l'activité familiale à savoir l'apiculture qui se faisait de manière traditionnelle en remplaçant les ruches traditionnelles par les ruches modernes.

Ensuite l'intérêt se est orienté vers le volet formation afin de pouvoir assurer tout le processus de fabrication des produits cosmétiques en interne.

III.1.9.2. Accès à la technologie :

La fabrication des produits cosmétiques naturels ne nécessite pas une technologie complexe, mais surtout un savoir-faire pointu que les membres de la coopérative et de l'association ont pu développer grâce aux formations continues dispensées par les experts internationaux et nationaux.

III.1.9.3. Connexion au marché

Les foires sont le moyen phare qui permet de rencontrer des clients et leur présenter les produits, sauf que le ministère de l'Agriculture intervient dans le choix des coopératives qui participent aux foires. Et là encore un frein à la commercialisation de nos produits à cause de l'administration.

Le premier contact avec les clients était la participation à des foires et c'est là où ALIZ a pris contact la première fois avec Maroc TASWIK. Après la formation de l'association, la production des produits cosmétiques naturels a été plus importante, et grâce à cette production l'association a été capable de signer une convention avec Maroc TASWIK et elle est arrivée à commercialiser ses produits dans presque tout le Maroc.

III.1.9.4. Financement :

La coopérative a pu grâce à ses propres moyens et au travail de groupe, avancer de son développement et par conséquent de générer des bénéfices. Cependant, l'infrastructure routière représente un obstacle à la commercialisation de nos produits.

III.1.9.5. Ressources :

Les deux ressources pivots autour desquelles tourne l'activité de la coopérative sont les ressources naturelles et le personnel. Les matières premières et surtout les produits de la ruche qui sont la base de fabrication des produits cosmétiques sont produits par la coopérative elle-même. Pour le personnel il est généralement issu de la région et par conséquent il est déjà initié aux activités agricoles et au fur et à mesure il bénéficie des formations professionnelles continues.

III.1.9.6. Soutien local / institutionnel :

La principale contrainte rencontrée par notre association est la lenteur des procédures administratives et la résistance au changement de la part du personnel de la direction régionale du ministère de l'Agriculture

Le problème est que même pour bénéficier de subvention de la part de l'initiative nationale de développement humain et de la fondation Mohamed VI pour la solidarité, le passage par l'administration est obligatoire. Et pour la coopérative dès qu'il s'agit de traiter avec les fonctionnaires du ministère de l'Agriculture, ce sont des actions sans issues.

III.1.9.7 Réseautage :

Afin de pouvoir seentraider, il était nécessaire de se former en coopérative ; la coopérative est constituée de 7 membres issus tous de ras tbouda et travaillant dans l'agriculture et surtout l'apiculture. Les membres de la coopérative sont allés loin et ont initié la constitution d'une association régionale composée de 26 coopératives dont l'objectif principal était la formation des apiculteurs afin d'acquérir les nouvelles méthodes et les plus optimales pour obtenir du miel de très bonne qualité et cela grâce à des ONG étrangères.

Donc grâce à cette association, presque tous les membres ont profité d'un grand nombre de formations dispensées par des experts internationaux en contrepartie uniquement du logement et de la restauration. Toutes les autres dépenses étaient assurées par les ONG internationales.

III.1.10. interprétation des thématiques abordées : Coopérative Noor

III.1.10.1. Motivations :

En étant apiculteur de père en fils, l'initiateur de la coopérative est en situation d'entrepreneuriat d'opportunité, les éléments qui l'ont incité à agir, c'est son expérience et la présence de possibilité de financement de la part de l'ANDH.

III.1.10.2. Accès à la technologie :

Le recours à des machines disponibles sur le marché national et dont le prix est raisonnable a permis à la coopérative de valoriser les produits qu'elle commercialisait. Les machines de emballage permettent de augmenter la valeur perçue par l'utilisateur et permettent de dégager des marges supplémentaires.

III.1.10.3. Connexion au marché

Le soutien de l'ANDH a permis à la coopérative de se faire connaître au niveau régional et national. Les contacts effectués dans les foires ont constitué un levier de développement du marché potentiel de la coopérative.

III.1.10.4. Financement :

Pour la coopérative Al IZ le financement de la part de l'ANDH était la seule alternative possible pour les membres de la coopérative. Ceci est dû au manque de ressources financières propres et à l'impossibilité de contracter un crédit auprès des établissements bancaires classiques qui exigent des garanties réelles.

C'est pour cela que l'ANDH apparaît comme un acteur clé pour le développement des coopératives.

III.1.10.5. Ressources :

La région de Taounate regorge de potentialités et est riche en ressources naturelles qu'il suffit d'exploiter à bon escient. Le capital humain fait défaut à cause de la formation inadéquate.

III.1.10.6. Soutien local / institutionnel :

Le seul soutien local dont se réjouissent les coopérateurs est celui de l'ANDH, les autres partenaires institutionnels ont été dans une logique bureaucratique où le souci de respect des procédures l'emportait sur le souci de réussite de l'initiative. La communauté locale quant à elle ne a pas manifesté de réticence.

III.1.10.7 Réseautage :

La coopérative Noor n'a pas su développer son propre réseau relationnel indépendamment de l'ANDH qui continue à ce jour de constituer son principal partenaire. La coopérative Noor estime qu'elle est passée par plusieurs étapes atteindre le niveau auquel elle est arrivée. Ne pas se mettre en réseau est une décision volontaire, car elle est des rares coopératives de la région de Taounate à avoir bâti une image de sérieux et de labeur. Les autres coopératives n'ont pas le même système de valeur qui consiste à créer des coopératives non pas pour créer de la valeur, mais pour bénéficier de financement et des subventions. Ce qui limite les possibilités de réseautage dans la région.

III.2. Analyse inter-cas :

III.2.1. Algorithme utilisé

Dans cette section il sera question de traiter les dix entretiens effectués en tant qu'un seul corpus afin de dégager des profils de répondants et des caractéristiques discriminantes. Au fur et à mesure de l'avancement de la recherche, nous avons affiné notre méthode d'analyse et avons ajouté au corpus des variables que nous avons jugées essentielles pour la compréhension des phénomènes en action. Ces variables sont : la forme juridique de l'initiative, l'ancienneté, l'existence d'une expérience antérieure, le niveau de enseignement et les modes de financement. Au fur et à mesure de l'avancement de nos entretiens, trois cas nous ont interpellés et dont la forme d'entrepreneuriat n'est ni de nécessité ni d'opportunité. Dans la revue de littérature, cette forme d'entrepreneuriat est qualifiée de « style de vie » (lifestyle), et de ce fait nous avons rajouté aux entretiens la variable forme d'entrepreneuriat.

Variables	Modalités
Forme juridique	SARL, coopérative, entreprise individuelle, association
Ancienneté en années de l'initiative	Âge exprimé en nombre d'années
Existence d'expériences antérieures	Oui, non.
Niveau de enseignement de l'entrepreneur	Élémentaire, moyen, supérieur
Modes de financement	Autofinancement, à crédit, subvention.
Formes d'entrepreneuriats	De nécessité, d'opportunité, lifestyle.

Tableau n°6: Tableau des variables

Après avoir introduit ces variables et formatage des entretiens suivant le format accepté par le logiciel Iramuteq, nous avons lancé trois algorithmes pour étudier le corpus : une Classification Descendante Hiérarchique (CDH), une Analyse Factorielle de Correspondances (AFC) et une Analyse Des Similitudes (ADS).

La CDH et l'AFC proposent une approche globale du corpus. Après partitionnement de celui-ci, la CDH identifie des classes statistiquement indépendantes de mots (de formes). Ces classes sont interprétables grâce à leurs profils, qui sont caractérisés par des formes spécifiques corrélées entre elles. La CDH résume cela par un dendrogramme. L'AFC, basée sur des calculs d'inertie du nuage de mots que constitue un corpus, fait davantage apparaître les oppositions ou rapprochements. Elle détermine pour cela des facteurs (des espaces propres de la matrice d'inertie) sur lesquels les formes se distribuent. À la notion d'appartenance à une classe se substitue ainsi celle de distance à un axe d'inertie. Les AFC proposées ici sont réalisées après lemmatisation et sont doubles. Leurs représentations graphiques du nuage de point sont bidimensionnelles dans l'hyperplan défini par les deux premiers facteurs.

L'ADS, quant à elle, envisage le corpus d'une façon complètement différente. L'approche est davantage locale, reposant sur des propriétés de connexité du corpus. Elle aboutit à une représentation graphique en arbre (maximal valué et connexe), où les nœuds sont les formes, et où il est possible de faire apparaître des communautés lexicales. Cet algorithme a tendance à renforcer les relations de voisinage entre les formes.

III.2.2. Analyse du corpus textuel élargi

III.2.2.1. Analyse du nuage des mots

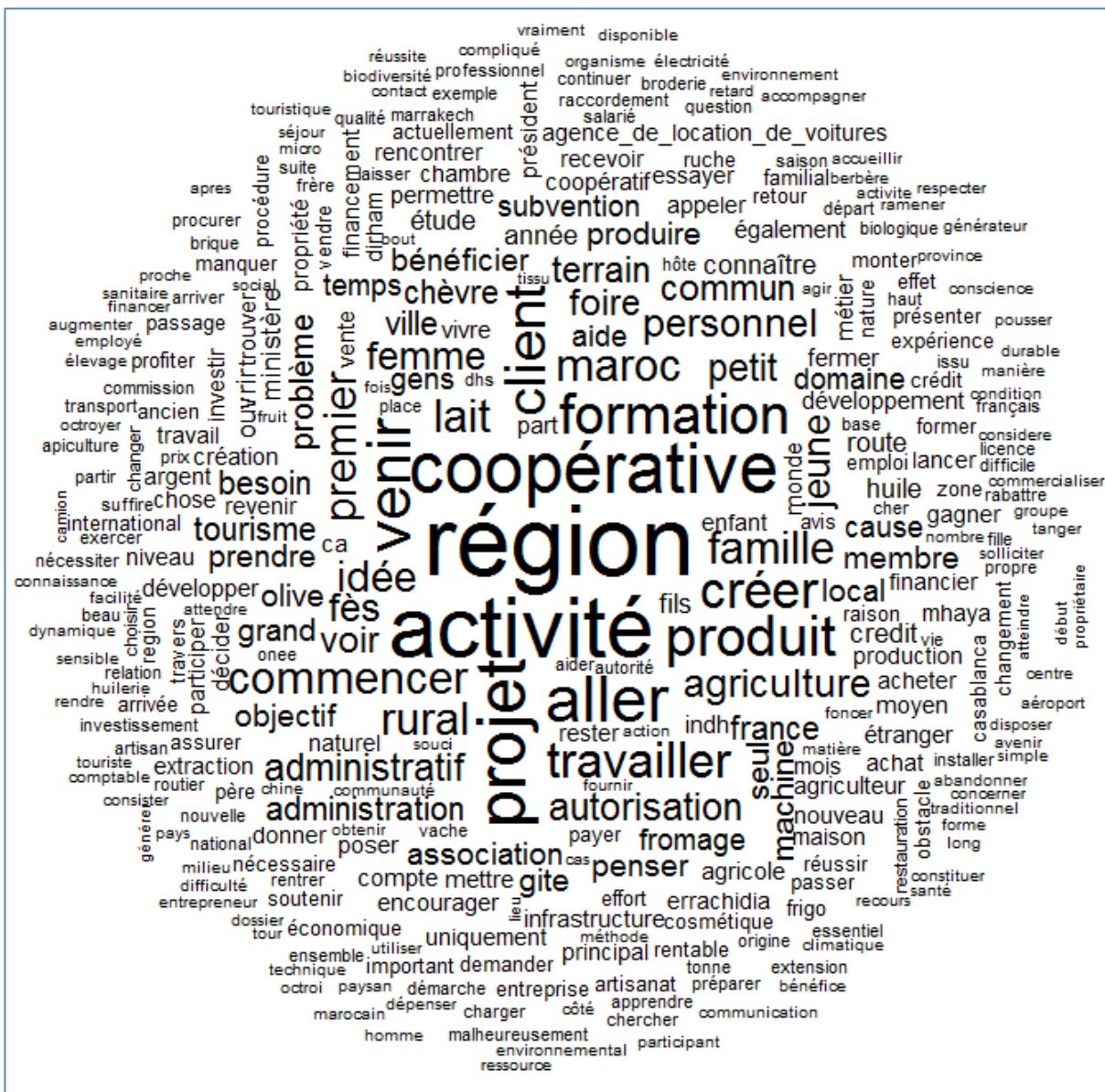


Figure 25: Nuage des mots global

Le nuage de mots reprend les mots les plus utilisés dans les 10 entretiens et les met en forme selon leur cooccurrence et suivant les proximités et oppositions sémantiques de tout le corpus. On peut dès à présent en ressortir les éléments suivants :

- « région », « activité », « projet » et « coopérative » : tous les entretiens font ressortir la notion de région pour désigner le milieu rural et associent en majorité la notion d'activité en zone rurale à la forme juridique coopérative, quoiqu'on ait rencontré d'autres formes juridiques telle que la SARL (6 cas sur 10).
- « formation », « personnel » et « femme » : vu le faible niveau de qualification du personnel en milieu rural, les besoins en formation ont été cités par la plupart des interviewés. Les femmes aussi sont très présentes dans le sillage des entreprises rurales, notamment les coopératives qui représentent une forme d'entrepreneuriat collectif.
- « projet », « administratif » et « administration » « autorisation » : les entrepreneurs en milieu rural associent naturellement la notion de projet à celle d'autorisations administratives ou bien obstacles administratifs. À cet effet, on peut dès à présent supposer que l'administration ne constitue pas en elle-même un obstacle, mais c'est le fait d'appliquer les procédures et conditions établies dans les zones urbaines sans adaptations au contexte rural, déjà défavorisé par rapport aux zones urbaines et nécessitant davantage de soutien pour l'émergence d'une dynamique entrepreneuriale, qui pose problème.
- On constate l'absence de mots relatifs au financement. Bien que l'ANDH et le Crédit Agricole aient été cités dans tous les entretiens, ils n'apparaissent pas dans le nuage de mot. Ceci pousse à supposer que les entrepreneurs ruraux aient besoin de soutien non financier (accompagnement, formation) que de soutien financier.

III.2.2.2. La classification descendante hiérarchique CDH

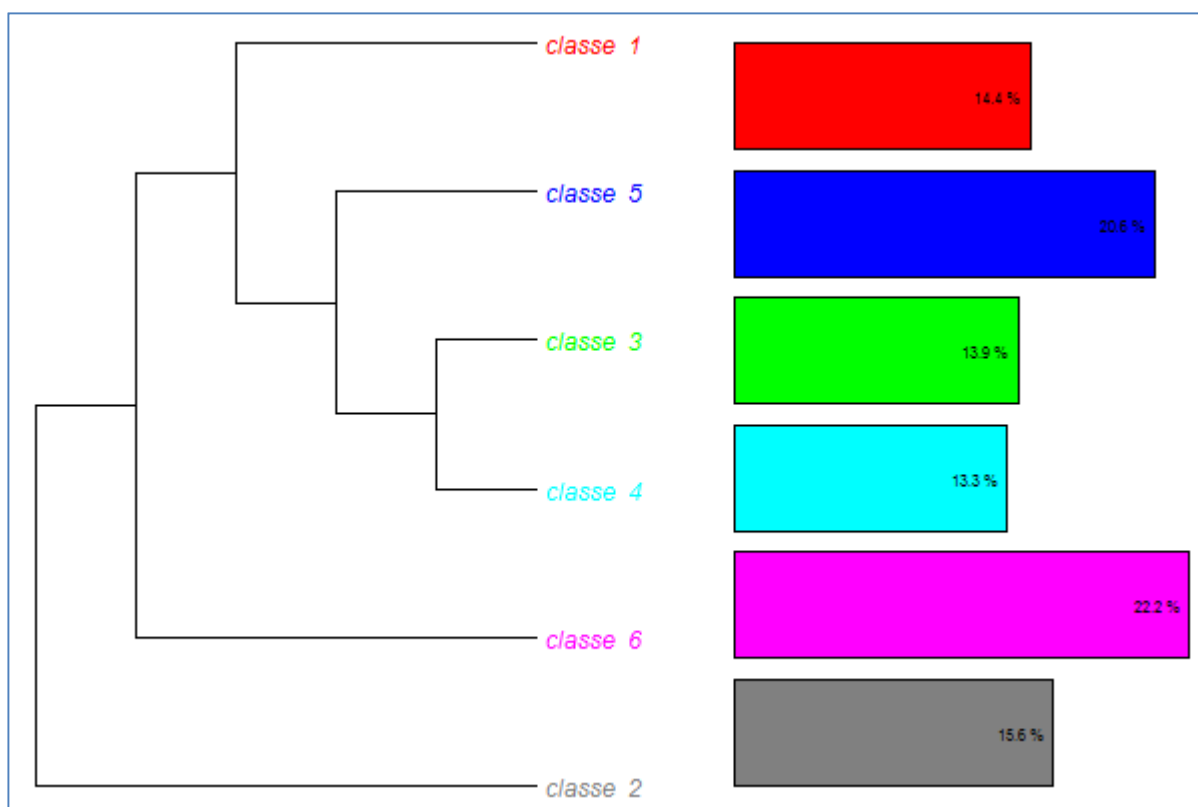


Figure 26: Dendrogramme des classes CDH

La CDH distingue 6 classes de formes de segments de textes classés.

- Les classes 3 et 4 appartenant au même groupement cumulent 28% des formes dans le corpus.
- Ce groupement est en opposition avec la classe 5 et avec laquelle il cumule 49% des formes.
- La classe 1 avec son taux de représentation des formes de 14%, constitue avec les précédentes classes un groupe qui cumule 63% des formes et qui est mis en opposition dans le dendrogramme avec la classe 6 qui reprend 22% des formes.
- La classe 2 avec 15.5% des formes est en opposition avec toutes les autres formes.

Afin de comprendre la signification de chaque classe, nous avons relancé l'algorithme de la classification descendante hiérarchique avec la liste des mots caractéristiques, et nous avons obtenu le dendrogramme suivant :



Figure 27: Dendrogramme CDH et liste des mots caractéristiques

En affichant les mots caractéristiques de chaque classe avec une taille (police) relative à son importance dans le corpus, on peut aisément distinguer les thématiques abordées :

- La classe 1 : le marché.
Avec les mots « foire » « participer » caractérise tout ce qui est relatif à la relation avec les clients et le réseautage.

- La classe 2 : l'opportunité - l'idée
- La classe 3 : le milieu et la communauté
- La classe 4 : les contraintes et les défis
- La classe 5 : les motivations
- La classe 6 : les ressources.

Le dendrogramme regroupe dans un premier temps, et avec une prépondérance dans les entretiens effectués de 28%, le milieu et la communauté avec les défis et contraintes. Ce premier groupement fait référence aux problèmes et obstacles rencontrés dans le milieu rural et face à la communauté qui est hostile aux étrangers. Le dendrogramme rassemble ensuite ce premier groupe avec les « motivations » d'entreprendre avec 48% de fréquence de citation. Le corpus accorde aux motivations et contraintes dans un milieu rural la moitié de son intérêt, ce qui démontre de l'importance de ces thématiques pour les interviewés.

Les clients et le marché viennent compléter le panorama des thématiques citées dans le corpus augmentant ainsi leur fréquence à 62% des occurrences. Cependant la thématique du marché et clients fait partie des thématiques les moins citées par les entrepreneurs; ce qui démontre un faible intérêt porté pour le marché ou encore la difficulté de trouver des solutions innovantes pour la commercialisation mis à part les foires.

Par la suite le dendrogramme fait référence aux ressources qui accaparent 22% des termes cités et fait référence principalement aux ressources financières et humaines, les matières premières ne constituant pas de problèmes pour ces zones rurales.

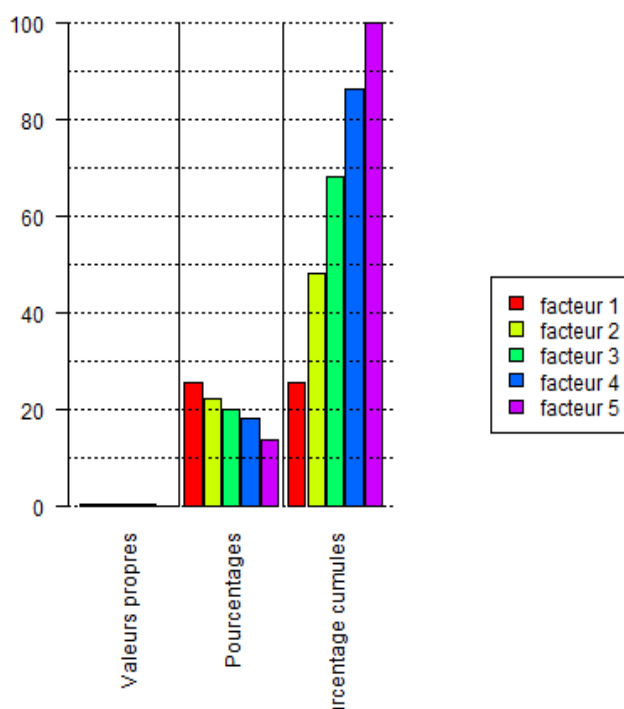
La classe 2 représentant la motivation d'entreprendre, vient à l'opposé de toutes les thématiques précitées et qui signifient que l'idée de départ d'entreprendre ne prenait pas en considération les défis et obstacles que allait rencontrer l'entrepreneur dans son processus entrepreneurial et que le processus est heuristique et non planifié. L'analyse factorielle des correspondances nous permettra de confirmer et de mieux comprendre le rôle de chaque classe dans le corpus.

III.2.3. Analyse factorielle des correspondances (AFC) :

L'analyse Factorielle des Correspondances (AFC) sur le corpus lexical permet de structurer l'ensemble des « mots » en fonction de leur répartition dans les *unités textuelles*. La représentation des résultats sous forme de graphiques appelés *plans factoriels* permet de visualiser la proximité des mots, les oppositions, les tendances, impossibles à discerner directement sur un grand tableau lexical. Deux mots seront d'autant plus proches sur un plan factoriel que leurs contextes d'utilisation. Ces mots se ressemblent et d'autant plus éloignés qu'ils seront rarement utilisés ensemble. Les *cooccurrences* de mots ainsi mises en évidence nous permettront de repérer des thèmes et de visualiser des oppositions entre thèmes.

Facteurs	Valeurs propres	Pourcentages	Pourcentages cumules
facteur 1	0,506903868	25,74012589	25,74012589
facteur 2	0,440818664	22,38437825	48,12450414
facteur 3	0,395139361	20,06482401	68,18932814
facteur 4	0,356762006	18,11605618	86,30538433
facteur 5	0,269689965	13,69461567	100

Tableau 7: Tableau de l'inertie totale résumée par chaque axe factoriel (total 100%)



Graphique1: Histogramme des axes factoriels en pourcentage et des pourcentages cumulés de l'inertie totale.

Le plan factoriel 1-2 totalise 48,12% de l'inertie totale c'est le premier plan que nous avons retenu pour l'analyse. L'axe factoriel 3 résume 20% de l'inertie totale et il permettra une meilleure lecture des variables et modalités mal représentées sur le premier plan factoriel 1-2. Le plan factoriel 1-3 qui restitue une inertie totale de 46% permettra de mieux positionner les variables et modalités mal situées par rapport au cercle de corrélation du plan factoriel 1-2. L'inertie totale des 3 facteurs totalise 68.18% de l'information contenue dans notre corpus, ce que nous jugeons suffisant pour l'analyse et l'interprétation des résultats.

Coordonnées des classes sur les plans factoriels :

Classes	Coord. facteur 1	Coord. facteur 2	Coord. facteur 3
classe 1	0,358231576	0,941255022	2,0922542
classe 2	2,286876279	-1,173566658	-0,317085985
classe 3	-0,059408491	0,630210396	-0,83477692
classe 4	-0,194495756	0,665474691	-0,935270793
classe 5	-0,351297761	0,600975822	-0,469147422
classe 6	-1,153876892	-1,53430826	0,387885992

Tableau 8: Coordonnées des classes sur les plans factoriels

Coordonnées des classes (6 classes) par rapport aux trois facteurs retenus.

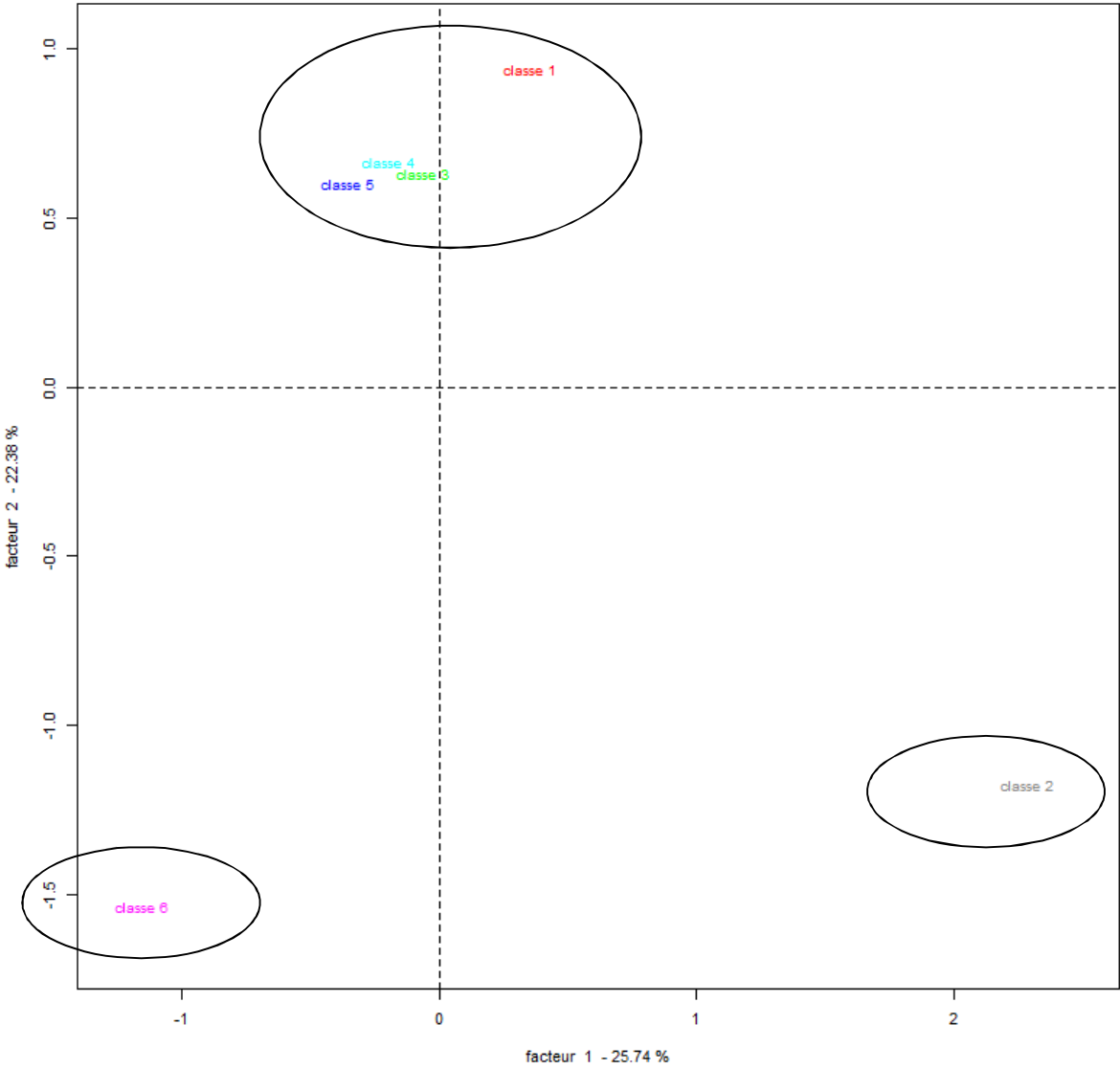
Colonne1	Corr. facteur 1	Corr. facteur 2	Corr. facteur 3	Corr. facteur 4	Corr. facteur 5
classe 1	0,153215452	0,402574266	0,894855995	0,116344209	-,012480368
classe 2	0,8795678	-,451371792	-,121956148	-,076953087	-,042765778
classe 3	-0,02490609	0,264205947	-,349967294	0,357587029	0,824153695
classe 4	-,080355153	0,274938237	-0,38640343	0,533024601	-,696081302
classe 5	-,184261409	0,315221627	-0,24607548	-,893290486	-,090343928
classe 6	-0,58674697	-,780196508	0,197240218	0,08800999	0,019285751

Tableau 9: Coordonnées des classes par rapport aux trois facteurs retenus.

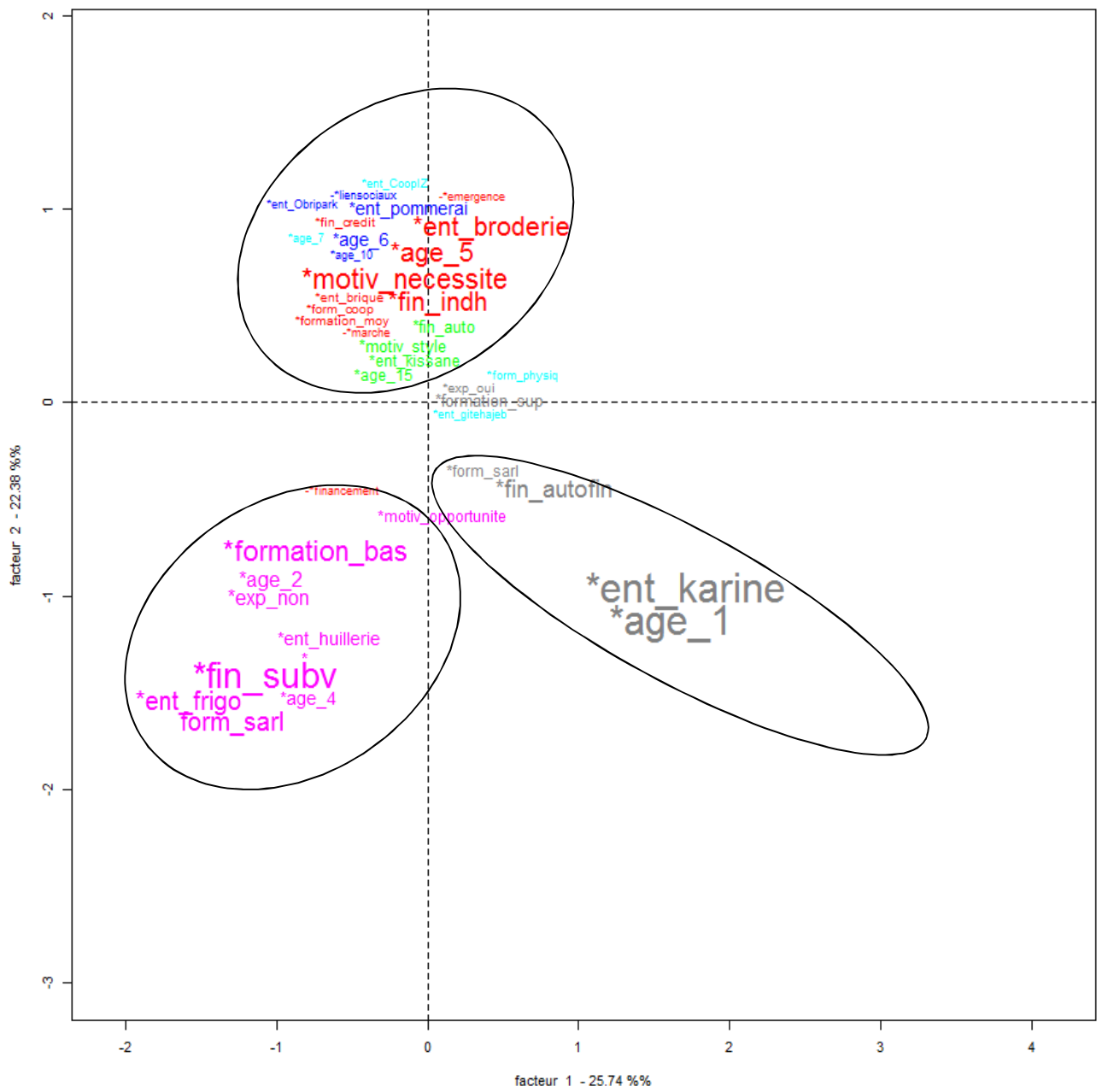
Corrélation des classes avec les axes factoriels.

- La classe 1 : cette classe est corrélée positivement avec l'axe factoriel 3 avec 89%.
- La classe 2 : cette classe est fortement corrélée avec l'axe factoriel 1 avec 87%.
- La classe 3 : cette classe est fortement corrélée avec l'axe factoriel 5 avec 82%.
- La classe 4 : cette classe est corrélée positivement avec l'axe factoriel 4 de 53% et négativement corrélée avec l'axe factoriel 5 de -69%
- La classe 5 : cette classe est négativement corrélée avec l'axe factoriel 4 avec un taux de -89%.
- La classe 6 : cette classe est négativement corrélée avec les axes factoriels 1 et 2 avec respectivement -58% et -78%.

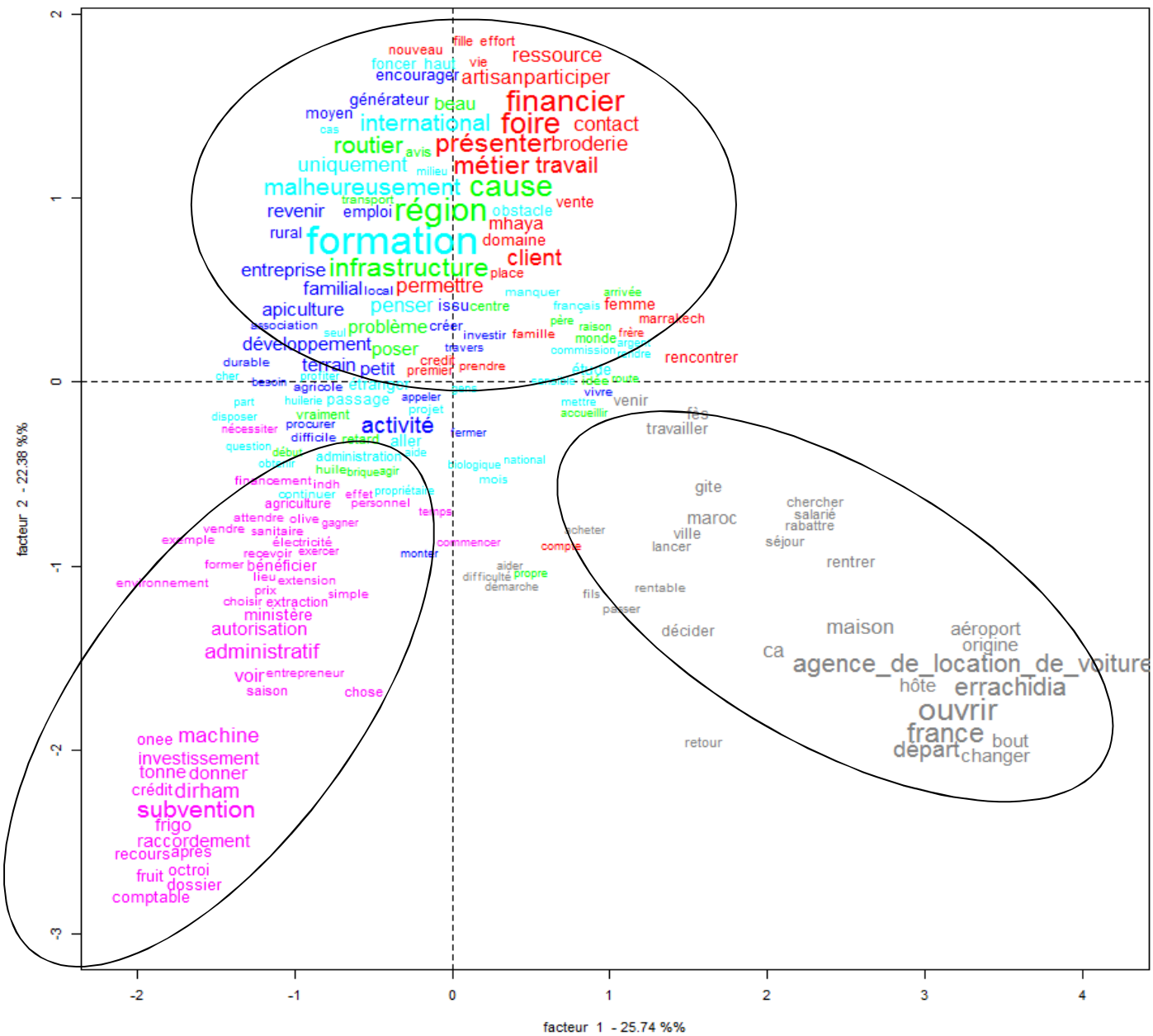
II.2.3.1 : Représentations graphiques de l'AFC:



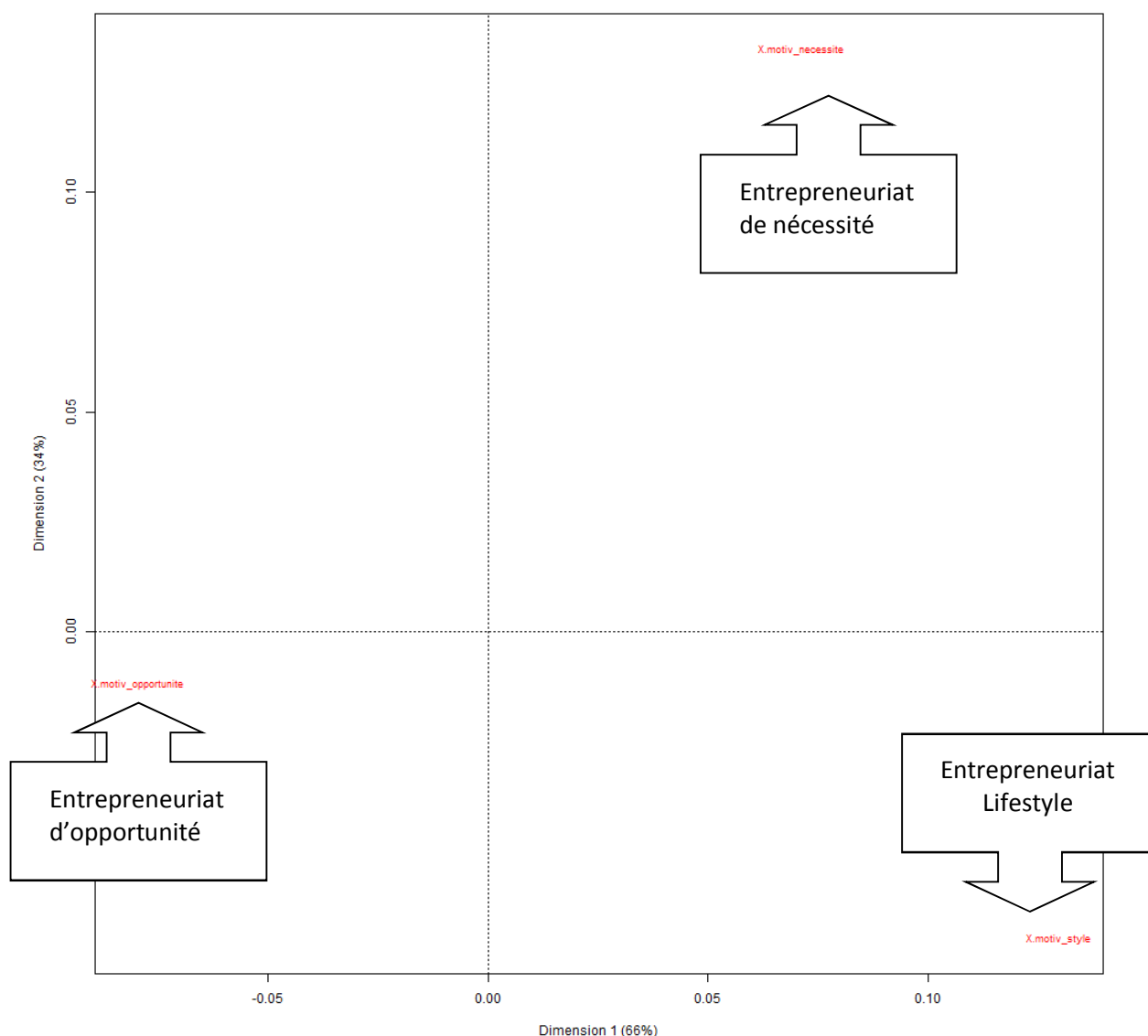
Graphique2: AFC profils- classes



Graphique 3: AFC profiles- variables



Graphique 4: AFC corpus



Graphique 5: AFC profile mono-variable (Motivation)

III.2.3.2. Interprétations :

- L'axe factoriel 1 oppose les entrepreneurs autonomes, récemment installés dans le milieu rural et dont la forme juridique est SARL, aux entrepreneurs ayant eu recours aux crédits ou subventions et sans expériences antérieures.
- On peut qualifier le premier axe de caractérisation de la situation de l'entrepreneur et oppose l'entrepreneur par nécessité à l'entrepreneur d'opportunité. Un autre type d'entrepreneur et qui apparaît très à l'écart des deux types est l'entrepreneur « lifestyle ».

Pour confirmer ce constat, nous avons dû faire une projection de la variable motivation seule sur le plan factoriel dont l'inertie totale est de 100%, c'est-à-dire la position affichée sur ce plan est la unique position qui existe et qu'il n'y a pas de risque de mauvaise projection. Par conséquent, ce troisième type d'entrepreneurs a ses caractéristiques à part entière et se différencie de l'entrepreneur d'opportunité.

- Deux formes juridiques d'entreprises sortent du lot : les entrepreneurs d'opportunité avec ressources, financièrement autonomes créent des SARL. De l'autre côté, on retrouve les entrepreneurs de nécessité sans ressources et qui se voient obligés de se regrouper en coopératives pour pouvoir bénéficier du soutien financier et non financier.
- Pour le soutien on constate que les entrepreneurs d'opportunité et Lifestyle ont surtout besoin d'un soutien non financier : la formation et l'accompagnement. D'autre part, l'entrepreneur de nécessité a besoin de soutien financier et non financier.
- Contraintes communes aux trois types d'entrepreneurs :
 - Complexité des procédures administratives ;
 - Complexité du système d'accompagnement financier et non financier ;
 - Conseil limité ;
 - Financement bancaire quasi inexistant ou inadapté et dissuasif profitant aux grands investisseurs ayant des garanties ;
 - Infrastructure routière défectueuse ;
 - Le système d'autorisations mis en place dans le monde rural est similaire à celui mis en place en milieu urbain et n'est pas adapté au contexte rural avec ses spécificités ;

L'analyse des similitudes mettra en valeur les interactions existantes au sein des zones rurales de la région Fès-Meknès issues des entretiens réalisés auprès des 10 entrepreneurs.

III.2.4. Analyse des similitudes dans le corpus élargi :

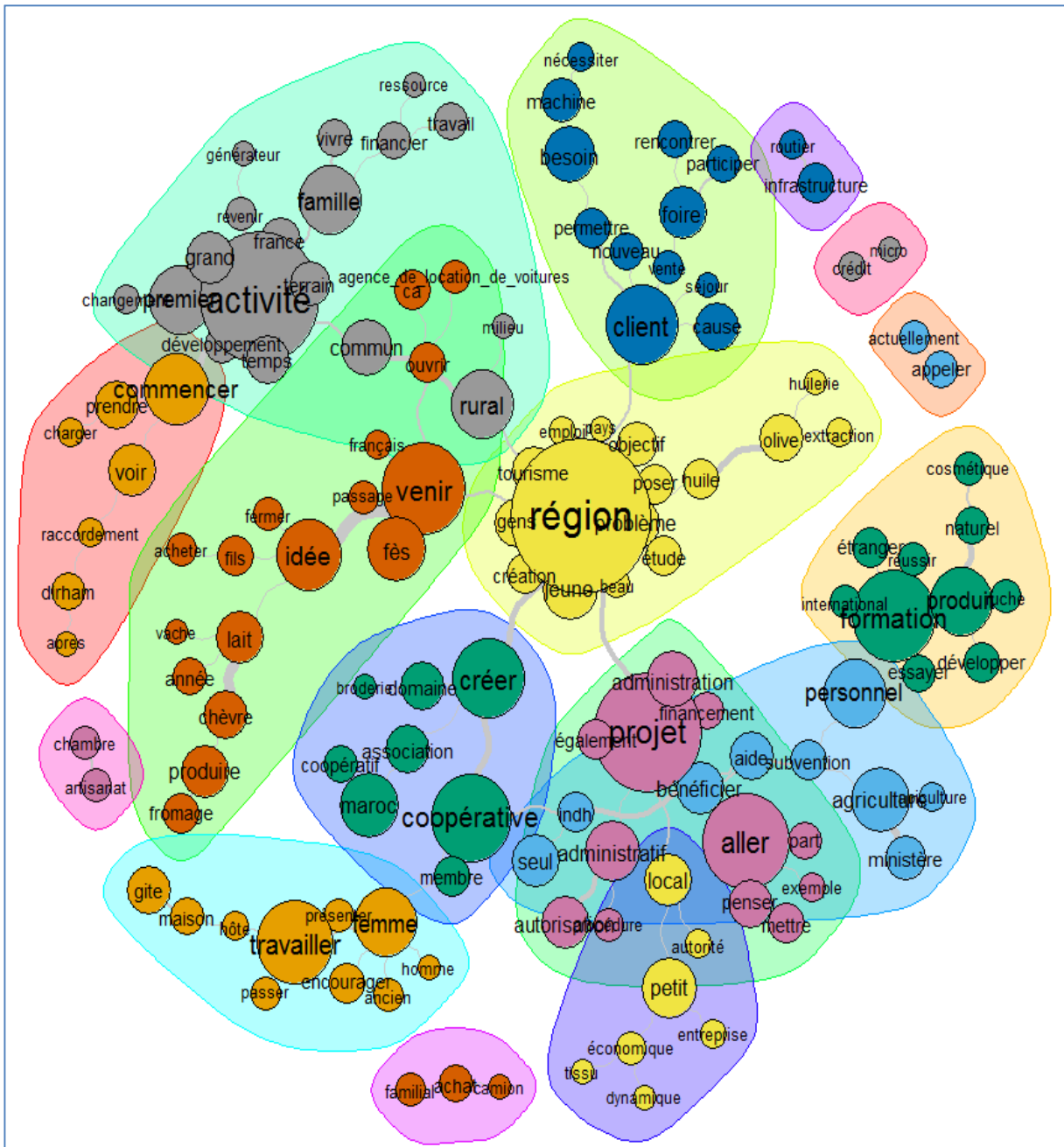


Figure 28: Analyse des similitudes du corpus élargi

L'ADS du corpus élargi résume les thématiques abordées lors des entretiens et les relations qui les relient suivant les proximités sémantiques. L'ADS confirme les interprétations du dendrogramme et de l'analyse factorielle des correspondances et nous permet de tirer les conclusions suivantes :

- Liens avec le milieu et la communauté :
Les entrepreneurs originaires ou vivants déjà dans la communauté rurale ont des facilités d'accès aux ressources du milieu mieux que les « étrangers » à ce milieu.
- Accessibilité du marché : Le marché des entrepreneurs ruraux de nécessité est principalement local et régional. Les entrepreneurs ruraux d'opportunité et Lifestyle accèdent au niveau régional, national et international.
- Le rôle des femmes dans les entreprises rurales est prépondérant. Cependant elle est considérée comme une ressource humaine peu qualifiée.
- Trois types d'entrepreneurs émergent à partir des AFC et ADS ayant chacun des caractéristiques spécifiques reprises dans le schéma suivant :

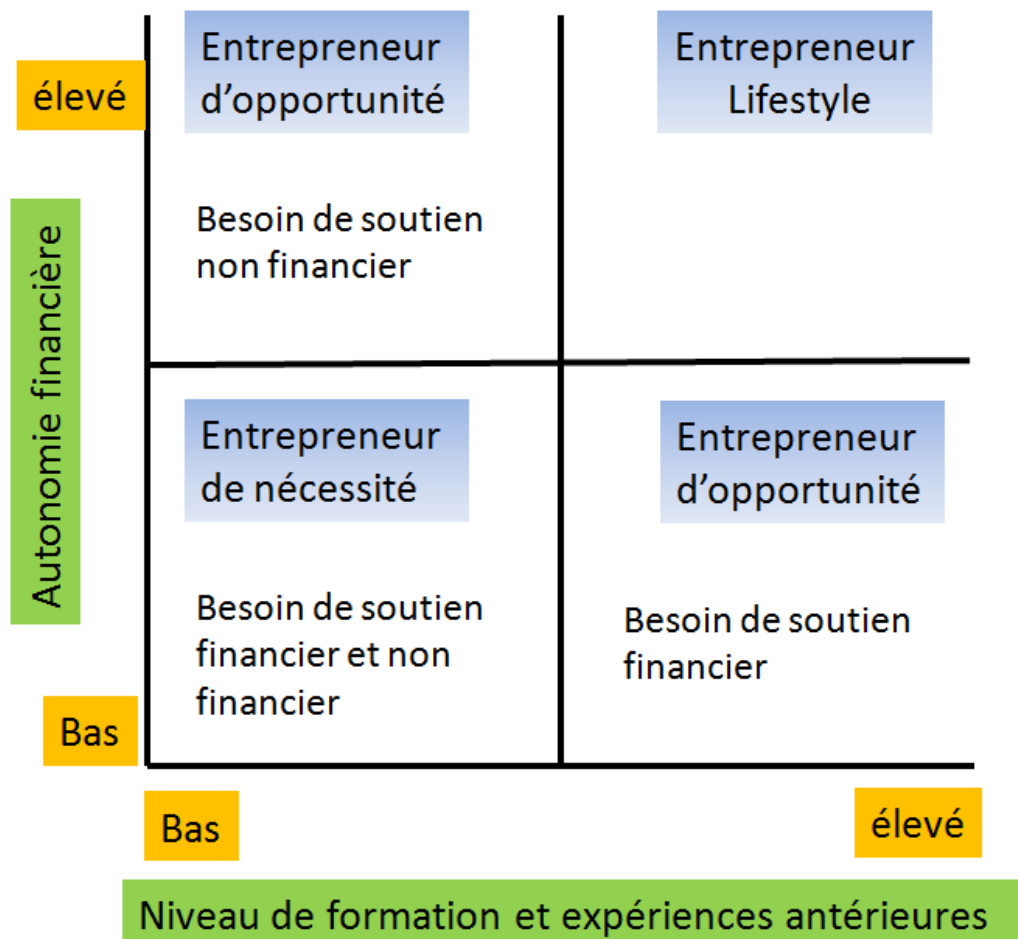


Figure 28: Typologie des entrepreneurs ruraux dans la région Fès-Meknès

Conclusions :

Plusieurs facteurs jouent un rôle vital pour l'émergence de l'esprit d'entreprise en zone rurale. Ces facteurs ont émergé des entretiens effectués et sont les suivants :

- Caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur et incidence de facteurs contextuels (nécessité, opportunité et style de vie)
- En plus de sa personnalité propre, des variables psychologiques, trois autres variables, situation sociologique (expériences et niveau d'études) et économique (autonomie) influent sur l'individu
- L'existence de variables sociologiques qui interviennent à différents niveaux :
 - la famille
 - l'entreprise
 - le milieu professionnel
 - le milieu social au sens large

Les problèmes rencontrés par les entrepreneurs pour créer / lancer leurs entreprises en milieu rural peuvent être classés suivant six grandes familles de défis :

1. Physique et psychologique : Isolement / distance
2. Accès limité à la technologie
3. Sources de financement limitées / ressources
4. Faibles connexions aux marchés
5. Possibilités de réseautage limitées
6. Manque de soutien local

Conclusion générale

Les principaux apports de la recherche

Cette recherche suggère des débuts de réponses afin de soutenir le développement économique des zones rurales. Comme indiqué ci-dessus, la plupart des défis auxquels font face les entrepreneurs ruraux ont toujours été considérés du point de vue des entrepreneurs en milieu urbain. Dans cette recherche nous avons essayé de démontrer que l'entrepreneuriat en milieu rural a ses propres spécificités et ses propres défis.

Les entretiens avec les entrepreneurs ruraux nous ont permis de mieux cerner les tenants et aboutissants de leur relation avec leur contexte spatial. Les interactions avec leur communauté locale, le soutien institutionnel et les ressources dont ils ont besoin pour accomplir leurs missions.

La recherche a permis aussi de faire émerger trois types d'entrepreneurs en milieu rural : l'entrepreneur de nécessité, l'entrepreneur d'opportunité et l'entrepreneur « lifestyle » chacun ayant ses propres caractéristiques. Cet essai de typologie permettra aux acteurs institutionnels d'adapter leur discours politique et action économiques à sa cible : l'entrepreneur de nécessité a besoin de soutien financier et non financier, l'entrepreneur d'opportunité sans formation ni expérience a plus besoin de soutien non financier que de soutien financier, l'entrepreneur d'opportunité bénéficiant d'une expérience antérieure et d'un bon niveau de formation, a besoin plutôt de soutien financier. Et enfin, l'entrepreneur « lifestyle » est un entrepreneur autonome que les institutionnels devraient chercher à attirer pour qu'il investisse en zone rurale, car ce type est le plus motivé pour apporter une contribution remarquable et durable au développement économique et social de la région.

Aussi, l'étude nous a permis de reconnaître les formes juridiques sous lesquelles les initiatives entrepreneuriales sont entreprises, il s'agit de la SARL et de la coopérative. Il est ressorti des cas traités que la forme juridique est le seul moyen pour obtenir un financement de la part de l'ANDH. Cette forme juridique est jugée contraignante pour les entrepreneurs, car elle les oblige tout d'abord à se mettre en un groupe d'une taille minimale de 7 personnes. Or en pratique si ces membres ne sont pas de la même famille, des problèmes de gouvernance se posent et le manque de compétences managériales, contribue à la dégradation des relations sociales au sein de la coopérative.

Enfin, cette recherche nous a permis de comprendre que l'entrepreneuriat rural est avant tout un entrepreneur avec une logique d'action et de motivations, que c'est un ensemble de ressources qu'il puise de son environnement en interaction avec la communauté locale (qui constitue l'une de ses principales ressources) et enfin des opportunités et défis spécifiques au milieu rural.

Les limites de la recherche :

La recherche a porté sur la région FES-MEKNES, une région riche en ressources et produits du terroir, l'une des régions marocaines avec de grands potentiels. Certes nous avons pu comprendre les facteurs d'émergence de l'entrepreneuriat rural dans cette région, mais nous estimons que ces conclusions sont difficilement transposables vers des zones rurales défavorisées. En effet, il aurait été judicieux de faire une classification des zones rurales au Maroc, et d'essayer de comprendre les spécificités de chaque contexte.

Aussi, les entretiens que nous avons menés ont été sélectifs dans le sens où le choix a porté sur les cas qui restitueraient le plus d'informations possibles et susceptibles de nous informer davantage sur l'entrepreneuriat en milieu rural. Les cas d'activités génératrices de revenus ont été délibérément ignorés du fait de la faiblesse des informations qu'elles nous auraient apportées.

Les voies de recherches futures :

Cette recherche a essayé, en adoptant une démarche volontairement interprétativiste, de comprendre un phénomène en émergence et de déceler les comportements entre les différents acteurs. Nous étions alors dans une logique de compréhension du phénomène entrepreneurial dans un contexte que nous avons supposé hostile par nature. Or, nous avons découvert que c'est le manque de ressources dans un territoire qui le rendent hostile vis-à-vis des activités entrepreneuriales. D'autres études devraient compléter cette recherche, mais avec une posture épistémologique positiviste afin que cette fois-ci non pour comprendre du phénomène entrepreneurial, mais pour le mesurer et essayer de générer des conclusions généralisables statistiquement et analytiquement.

Bibliographie

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (1996). The direct influence of attitudes on behavior. In P. M. Gollwitzer et J.A. Bargh (Eds.). *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior* (pp. 385-403). New York: Guilford.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitude. *Annual Review of Psychology*, 52, 27. 58.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Ajzen, I. et Madden, T.J. (1986). Predictions of goal-directed behavior: attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-74.
- Ajzen, I., et Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D.
- Albarracín, B.T. Johnson et M.P. Zanna (Eds). *The handbook of attitudes* (pp. 173-221). Lawrence Erlbaum Associates, London.
- Almeida, A., Martins, I., Andrade, J., et al. (2005) *l'entrepreneuriat, l'isolement géographique et des étudiants universitaires : Des données issues de l'Atlantique*, European Regional Science Association, Vienne, Autriche.
- Anderson, A. R. (2000) Paradox in the Periphery: An Entrepreneurial Reconstruction? *Entrepreneurship & Regional Development*, 12 (1), 91-109.
- Anderson, A. R., Jack, S. & McAuley, A. (2001) Périphérie ? Quelle périphérie ? La commercialisation d'un état d'esprit. *Marketing irlandais Examen*, 14 (1), 26-34.

- Anderson, A. R., Jack, S. & McAuley, A. (2001) Periphery? What Periphery? Marketing to a State of Mind. *Irish Marketing Review*, 14 (1), 26-34.
- Apedaile, L. P. (2004) The New Rural Economy. In Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Building for Success: Explorations of Rural Community and Rural Development*. Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.
- Apedaile, L. P. (2004) The New Rural Economy. In Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Building for Success: Explorations of Rural Community and Rural Development*. Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.
- Ateljevic, J. & Doorne, S. (2004) Diseconomies of Scale: A Study of Development Constraints in Small Tourism Firms in Central New Zealand. *Tourism and Hospitality Research*, 5 (1), 5-24.
- Atkinson, J. W. (1964). *An introduction to motivation*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Atterton, J. (2003) Entrepreneurial Networking in the Highlands and Islands of Scotland and the Implications for Economic and Social Development, Reinventing Regions in a Global Economy Regional Studies Association International Conference, Pisa, Italy.
- Atterton, J. (2003) Entrepreneurial Networking in the Highlands and Islands of Scotland and the Implications for Economic and Social Development, Reinventing Regions in a Global Economy Regional Studies Association International Conference, Pisa, Italy.
- Audet, J. & d'Amboise, G. (2001) *Étude multi-site : Une méthodologie de recherche novatrice*. Le rapport qualitatif, Volume 6 No 2.
- Audet, J. (2001). *Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaires québécois : seront-ils des entrepreneurs demain ?* Cahiers de Recherche de l'Institut de Recherche sur les PME, CR-01-13, Université du Québec.

- Bagozzi, R.P. (1992). The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior. *Social Psychology Quarterly*, vol. 55, n°2, 178-204.
- Baldacchino, G. (2002) A Taste of Small-Island Success: A Case from Prince Edward Island. *Journal of Small Business Management*, 40 (3), 254-259.
- Baldacchino, G. (2005) Successful Small-Scale Manufacturing from Small Islands: Comparing Firms Benefiting from Locally Available Raw Material Input. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 18 (1), 21-38.
- Bandura, A (2003). Auto-efficacité. Le sentiment d'efficacité personnelle. Bruxelles : De Boeck (traduction française par Lecomte J. de *Self-efficacy: The exercise of control*, New York, Freeman, 1997).
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, vol.84, n°2, 191-215.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Bandura., A. (1991b). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287.
- Bargh, J. A., et Chartrand, T. L. (1999). The unbearable automaticity of being. *American Psychologist*, 54, 462-479.
- Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., et Oettingen, G. (2010). Motivation. In S. Fiske, D. Gilbert et G. Lindzey (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (5th ed., pp. 268-316). New York: Wiley.
- Barnes, T. J. & Hayter, R. (1994) Economic Restructuring, Local Development and Resource Towns: Forest Communities in Coastal British Columbia. *Canadian Journal of Regional Science*, 17 (3), 289-310.
- Baron, R.A (2007). *Entrepreneurship: a process perspective* in Baum J.R., Frese M., et Baron R., *The psychology of entrepreneurship*. Lawrence Erlbaum associates, London.

- Baron, R.A., et Shane, S. (2004). *Entrepreneurship: a process perspective*. South-Western, Mason, OH.
- Battistelli, A, (2001). *I giovane e la scelta imprenditoriale*. Milano : Angelo Guerini e associati.
- Battistelli, A. et Odoardi, C. (2008). *La psicologia dell'imprenditorialità*. In Argentero, P., Cortese, C. et Piccardo, C. (a cura di). *Psicologia del lavoro*. Milano, Raffaello Contina Editore.
- Beer, S. (2004) *Peripherality and Information Flow in Remote Island Areas of Scotland, Europe at the Margins: EU Regional Policy, Peripherality and Rurality*, Angers, France.
- Begley, T. M., et Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.
- Bennett, R. et Smith, C. (2002) *L'influence de l'emplacement et la distance sur la fourniture de conseils d'affaires. L'environnement et de la planification A*, 34 (2), 251- 270.
- Bernard, M.J. (2008). *L'entrepreneuriat comme un processus de résilience. Les bases d'un dialogue entre deux concepts*. *Revue internationale de Psychosociologie*, Vol.14, n° 32, pp.
- Beshiri, R., BOLLMAN, R., Rothwell, N., et al. (2004) *un croquis de la population des régions rurales et petites villes du Maroc*. Dans Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Des capacités de réussite : Explorations de communauté rurale et du développement rural*.
- Beyers, W. B. & Lindahl, D. P. (1996) *Lone Eagles and High Fliers in Rural Producer Services*. *Rural Development Perspectives*, 11 (3), 2-10.
- Blunden, J. R., Pryce, W. T. R. & Dreyer, P. (1998) *The Classification of Rural Areas in the European Context: An Exploration of a Typology Using Neural Network Applications*. *Regional Studies*, 32 (2), 149-160.

- Bock, B. B. (2004) dans le raccord et multitâche : Ferme néerlandaise les stratégies des femmes dans l'entrepreneuriat rural. *Sociologia Ruralis*, 44 (3), 245-260.
- Bollman, R. D. & Biggs, B. (1992) Rural and Small Town Canada: An Overview. In Bollman, R. D. (Ed.) Rural and Small Town Canada. Toronto, Ontario: Thompson Educational Publishing.
- Bollman, R. D. & Biggs, B. (1992) Rural and Small Town Canada: An Overview. In Bollman, R. D. (Ed.) Rural and Small Town Canada. Toronto, Ontario: Thompson Educational Publishing.
- Borchert, J. R. (1963) The Urbanization of the Upper Midwest, 1930-1960, Minneapolis, Minnesota: University of Minnesota.
- Botteman, A. (2000). Les inventaires d'intérêts professionnels. In Bernaud, J.L., et Lemoine, C. (éd.), *Traité de psychologie du travail et des organisations*. Paris : Dunod.
- Botterill, D., Owen, R. E., Emanuel, L., et al. (2000) Perceptions from the Periphery: The Experience of Wales. In Brown, F. & Hall, D. (Eds.) *Tourism in Peripheral Areas: Case Studies*. Clevedon, England: Channel View Publications.
- BOUGHATTAS-ZRIG, Yosra. 2011. « Les compétences de l'entrepreneur: Définition. Démarches d'évaluation et facteurs de développement ». Doctorat en sciences de Gestion. Nancy: Université Nancy 2. 425 p.
- BOUGHATTAS-ZRIG, Yosra et Mohamed BAYAD. 2008. *Métier d'entrepreneur : étude exploratoire pour identifier et évaluer les compétences*. Dakar, Sénégal: AGRH.
- Bourdon, J. (1998). À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur?», *Quaderni*, vol.35, n° 35, 107-128.
- Bowles, P. (2000) L'évaluation de l'impact des fusions bancaires proposées sur les communautés rurales : Une étude de cas de la Colombie-Britannique. *Social Indicators Research*, 51 (1),

- Boyd, N.G., et Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.18, n°4, 63-77.
- Brasseur, M. (2010). *Entrepreneuriat et insertion*. Bruxelles : Bruylant.
- Briguglio, L. (1998) *Surviving the Competition: Small Business in Malta*. In Baldacchino, G. & Greenwood, R. (Eds.) *Competing Strategies of Socio-Economic Development for Small Islands*. Charlottetown, Prince Edward Island: The Institute of Island Studies.
- Brockhaus, R. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*. 23(3):509-520.
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. In C. A. Kent, D. L. Sexton, et K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneuriat* (pp. 39. 57). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Broonen, J.-P. (2006). *Motivation, volition et performances universitaires. Modèles d'intégration structurale de quelques déterminants des marqueurs de performance aux épreuves académiques de janvier auprès d'une cohorte de étudiants primants de première candidature en sciences psychologiques et de l'éducation : orientations de buts d'accomplissement, comportement planifié, intentions de contrôle de l'apprentissage et contrôle de l'apprentissage*. Thèse de doctorat en Sciences psychologiques. Université de Liège, non publiée.
- Bruce, D. & Halseth, G. (2004) *Le rôle des petites entreprises dans le développement économique communautaire*. Dans Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Des capacités de réussite : Explorations de communauté rurale et du développement rural*.
- Bruce, D. & Halseth, G. (2004) *The Role of Small Business in Community Economic Development*. In Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Building for Success: Explorations of Rural Community and Rural Development*. Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.

- Bruyat, C. (1993). Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation. Thèse de doctorat en sciences de gestion, université Pierre Mendès France, Grenoble.
- Bryant, C. & Joseph, A. E. (2001) Canada's Rural Population: Trends in Space and Implications in Place. *Canadian Geographer*, 45 (1), 132-137.
- Bryant, C. R. (1989) Entrepreneurs in the Rural Environment. *Journal of Rural Studies*, 5 (4), 337-348.
- Bryden, J. & Munro, G. (2000) New Approaches to Economic Development in Peripheral Rural Regions. *Scottish Geographical Journal*, 116 (2), 1-14.
- Bryden, J. & Munro, G. (2000) Nouvelles approches pour le développement économique dans les régions rurales périphériques. *Scottish Geographical Journal*, 116 (2), 1-14.
- Bryden, J. (1994) Some Preliminary Perspectives on Sustainable Rural Communities. In Bryden, J. (Ed.) *Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series*. Guelph, Ontario: University of Guelph.
- Bryden, J. (1994) Some Preliminary Perspectives on Sustainable Rural Communities. In Bryden, J. (Ed.) *Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series*. Guelph, Ontario: University of Guelph.
- Bus, T. F. X. et Lin, (1990) La survie des entreprises dans les régions rurales de l'Amérique : Une étude de 3 états. *La croissance et le changement*, 21 (3), 1-8.
- Buss, T. F. & Lin, X. (1990) Business Survival in Rural America: A Three-State Study. *Growth and Change*, 21 (3), 1-8.
- Buttner, E.H., et Moore, D.P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management* 35(1), 34-46

- Buttner, E.H., et Moore, D.P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management* 35(1), 34-46.
- Bygrave W.D. et Hofer C.W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2):3-22.
- C.B. Flora and D.L. Darling, %Community Capacity Building to Take Advantage of Opportunities for Agricultural and Rural Development,+in *Interdependences of Agriculture and Rural Communities in the Twenty-First Century: The North Central Region*, P.F. Korsching and J. Gildner, Eds., North Central Regional Center for Rural Development, Iowa State University, Ames, IA, pp. 201-213, 1986.
- Carmichael, E. & Johnston, K. (2004) *Determining Whether Small and Medium Sized Enterprises in Rural Areas Are Disadvantaged: Evidence from SMEs in Rural and Urban Scotland, Europe at the Margins: EU Regional Policy, Peripherality and Rurality*, Angers, France.
- Casson, M. (1991). *The entrepreneur*. Towata, NJ: Bernes et Noble Books (traduction de Jeanblanc, P., Economica).
- Chen, C.C., Greene, P.G. et Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-Efficacy distinguish entrepreneurs from managers. *Journal of Business Venturing*, vol.13, n°4, 295-316.
- Chen, C.C., Greene, P.G. et Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-Efficacy distinguish entrepreneurs from managers. *Journal of Business Venturing*, vol.13, n°4, 295-316.
- Chetty, S. (1996) La méthode de étude de cas pour la recherche dans les petites et moyennes entreprises. *International Small Business Journal*, 15 (1), 73-85.

- Christaller, W. (1966) *Central Places in Southern Germany*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Clark, D., Ilbery, B. & Berkeley, N. (1995) *Telematics and Rural Businesses: An Evaluation of Uses, Potentials and Policy Implications*. *Regional Studies*, 29 (2), 171-180.
- Cloke, P. J. (1977) *An Index of Rurality for England and Wales*. *Regional Studies*, 11 (1), 31-46.
- Cox, M., Murray, I. & Kereluik, M. (2004) *Rural Tourism Development in Southern Ontario*, Administrative Sciences Association of Canada, Quebec City, Quebec.
- Cromie, S., Dunn, B., Sproull, A., et al. (2001) *Small Firms with a Family Focus in the Scottish Highlands and Islands*. *Irish Journal of Management*, 22 (2), 45-66.
- Cunningham, J.B., et Lischeron, J. (1991). *Defining entrepreneuriat*. *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, n°1, 45-61
- Curran, J. & BLACKBURN, R. (1994) *Les petites entreprises et les réseaux économiques locaux : La mort de l'économie locale ?* London, UK : Paul Chapman Publishing Ltd.
- Curran, J. & Blackburn, R. (1994) *Small Firms and Local Economic Networks: The Death of the Local Economy?* London, UK: Paul Chapman Publishing Ltd.
- Curran, J. & Storey, D. (1993) *The Location of Small and Medium Enterprises: Are There Urban-Rural Differences?* In Curran, J. & Storey, D. (Eds.) *Small Firms in Urban and Rural Locations*. London, UK: Routledge.
- D.A. Watkins and T.G. Allen, *Problems of Studying Entrepreneurship in Rural Areas*, in *National Rural Entrepreneurship Symposium*, B.W. Honadle and J.N. Reid, Eds., Southern Rural Development Center, Knoxville, TN, 1987, pp. 15-28.

- Dabson, B. (2003) soutenant l'entrepreneuriat rural, les rues principales de demain : Et le financement de plus en plus de entrepreneurs ruraux, Kansas City, Missouri.
- Dabson, B. (2003) Supporting Rural Entrepreneurship, Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Rural Entrepreneurs, Kansas City, Missouri.
- Dabson, B. (2003) Supporting Rural Entrepreneurship, Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Rural Entrepreneurs, Kansas City, Missouri.
- Davidsson, P. (2005) Researching Entrepreneurship, New York, New York: Springer Science + Business Media, Inc. Davis, H. C. & Hutton, T. A. (1989) The Two Economies of British Columbia. B.C. Studies, (82), 3-15.
- Davidsson, P. (2005) Researching Entrepreneurship, New York, New York: Springer Science + Business Media, Inc. Davis, H. C. & Hutton, T. A. (1989) The Two Economies of British Columbia. B.C. Studies, (82), 3-15.
- de Beer, S. (2004) La situation périphérique et la circulation de l'information dans les domaines de l'île de l'Écosse, l'Europe en marge : La politique régionale européenne, la situation périphérique et la Ruralité, Angers, France.
- De Noble, A. F., Jung, D., et Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. In Reynolds, P. D. (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson University, Babson Park, MA.
- De Souza, A. R. (1990) A Geography of World Economy, New York, New York: Macmillan Publishing Company.

- De Witt, J.B.F., Stroebe, W., de Vroome, E.M.M., Sandfort, T.G.M., et van Griensven, G. J.P. (2000). Understanding AIDS preventive behavior in homosexual men: the theory of planned behavior and the information-motivation behavioral-skills model prospectively compared. *Psychology and Health*, 15 (3), 325-340.
- Deavers, K. (1992) What Is Rural? *Policy Studies Journal*, 20 (2), 184-189.
- Deavers, K. (1992) What Is Rural? *Policy Studies Journal*, 20 (2), 184-189.
- Deavers, K. (1992) What Is Rural? *Policy Studies Journal*, 20 (2), 184-189.
- Deci, E. L., et Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behaviour*. New York: Plenum Press.
- Deci, E. L., et Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation: Perspectives on motivation*, Vol. 38 (pp. 237-288). Lincoln, NE: University of Nebraska Press
- Deci, E. L., et Ryan, R. M. (2000). The ~~what~~ and ~~why~~ of goal pursuits: Human needs and self-determination of behaviour. *Psychological Inquiry*, 11, 227. 268.
- Degeorge, M. (2009). Le processus entrepreneurial: rôle de l'émotion et de l'intuition. Paper presented at the VIe congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Entreprendre et innover dans une économie de la connaissance, Nice Sophia Antipolis 19-21 Novembre.
- Degryse, H. & Ongena, S. (2005), les relations à distance, et de prêt la concurrence. *Le journal des finances*
- Dinis, A. (2006) Marketing and Innovation: Useful Tools for Competitiveness in Rural and Peripheral Areas. *European Planning Studies*, 14 (1), 9-22.
- Dinis, A. (2006) Marketing and Innovation: Useful Tools for Competitiveness in Rural and Peripheral Areas. *European Planning Studies*, 14 (1), 9-22.

- Dinis, A. (2006), Marketing et Innovation : Des outils utiles pour la compétitivité dans les régions rurales et périphériques. *European Planning Studies*, 14 (1), 9-22.
- Diochon, M. C. (2003) *lq entrepreneuriat et le développement économique communautaire*, Montréal, Québec : McGill-Queen's University Press.
- Drucker, P. (1985). *Entrepreneurship and innovation: practices and principles* ; NY : Harper Business.
- Du Plessis, C. & Cooke-Reynolds, M. (2005) *lq activité au travail indépendant des Canadiens des régions rurales*. *Tendances sociales canadiennes*, printemps, 18-23.
- du Plessis, V., Beshiri, R., Bollman, R. D., et al. (2002) *Definitions of "Rural"*, Ottawa, Ontario: Industry Canada.
- du Plessis, V., Beshiri, R., Bollman, R. D., et al. (2002) *Definitions of "Rural"*, Ottawa, Ontario: Industry Canada.
- E.J. DeBruijn and S.J. DeBoer, *%A Review of Rural Technology Development through Small-Scale Industry Service Centres,+ International Journal for Development Technology*, 4, 21-35
- Eisenhardt K., M. (2002) *Les théories de construction à partir de recherche sur les études de cas*. Dans Huberman, A. M. & Miles, M. B. (Eds.) *Le chercheur qualitatif's Companion*. Thousand Oaks, California : SAGE Publications.
- Emin, S. (2004). *Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'iptention*. *Revue de l'qpreneuriat*, vol.3, n°1
- *entrepreneurs : élaboration et validation d'qn questionnaire (QCE)*.

- F. Ahwireng-Oberg, %Alternatives to Rural Production Systems: An Entrepreneurial Approach to Production Cooperatives in a Developing Economy,+Agricultural Administration, 21, 21-32 (1986).
- F.S. Hoy, %Who Are the Rural Entrepreneurs?,+ in National Rural Entrepreneurship Symposium, B. W. Honadle and J.N. Reid, Eds., Southern Rural Development Center, Knoxville,p7-10.
- Fairbairn, T. I. J. (1988c) L'entrepreneuriat et le développement des entreprises autochtones dans les îles Cook. Dans Fairbairn, T. I. J. (éd.) Les entrepreneurs de l'île : Problèmes et performance dans le Pacifique. Honolulu, Hawaii : Le Centre Est-Ouest.
- Fay, D. et Frese, M. (2001). The concept of personal initiative: an overview of validity studies. Human Performance, 14(1), 97. 124
- Fayolle, A., et Nakara, W. (2010). Création par nécessité et précarité: la face cachée de l'entrepreneuriat. Centre d'Études et de Recherche Appliquée à la Gestion, Cahier de recherche n°8-E4
- FAYOLLE, Alain. 2002. « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche ». 6e Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC - Montréal. 23 p.
- Feldman M.S., (2000). Organizational Routines as a source of continuous Change. Organization Science, Novembre-Décembre, 11, 6, 611-629
- Ferrao, J. & Lopes, R. (2004) pour mieux comprendre les zones rurales périphériques comme des contextes de développement économique. Dans Labrianidis (éd.), L. L'avenir de l'Europe périphériques rurales. Aldershot, Angleterre : Ashgate Publishing.

- Ferrao, J. & Lopes, R. (2004) Understanding Peripheral Rural Areas as Contexts for Economic Development. In Labrianidis, L. (Ed.) The Future of Europe's Rural Peripheries. Aldershot, England: Ashgate Publishing.
- FILION, L.J. Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue Internationale PME*, 1997, 129-172.
- Fischer, G. & Encontre, P. (1998) The Economic Disadvantages of Island Developing Countries: Problems of Smallness, Remoteness and Economies of Scale. In Baldacchino, G. & Greenwood, R. (Eds.) *Competing Strategies of Socio-Economic Development for Small Islands*. Charlottetown, Prince Edward Island: The Institute of Island Studies.
- Fishbein, M. (1967). Attitude and the prediction of behavior. In M. Fishbein (Ed.), *Readings in attitude theory and measurement* (pp. 477-492). New York: Wiley.
- Frazier, B. J. & Niehm L., S. (2004) Exploration de réseaux d'information des petits détaillants dans les communautés rurales. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9 (1), 23-42.
- Frese, M. (2007). The psychological actions and entrepreneurial success: an action theory approach, in Baum, J.R., Frese, M., et Baron, R.A. *The psychology of entrepreneurship*. Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum.
- Frese, M., et Sabini, J. (1985). *Goal directed behavior: The concept of action in psychology*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Frese, M., Fay, D., Hilburger, T., Leng, K., et Tag, A. (1997). The concept of personal initiative: operationalization, reliability and validity in two German samples. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70, 139-161.
- Furuseth, O. (1998) Service Provision and Social Deprivation. In Ilbery, B. (Ed.) *The Geography of Rural Change*. Harlow, UK: Longman.

- Galloway, L. & Mochrie, R. (2005) L'utilisation des TIC dans les entreprises rurales : Une politique orientée- Revue de littérature. *Info*, 7 (3), 33-46.
- Galloway, L. & Mochrie, R. (2005) The Use of ICT in Rural Firms: A Policy Orientated Literature Review. *Info*, 7 (3), 33-46.
- Galloway, L. & Mochrie, R. (2006) Entrepreneurial Motivation, Orientation and Realization in Rural Economies: A Study of Rural Scotland. *Entrepreneurship and Innovation*, 7 (3), 173-183.
- Gambino, M., Bacconnier-Baylet, S. & Rayssac, S. (2004) Emerging Representations of Rurality, Europe at the Margins: EU Regional Policy, Peripherality and Rurality, Angers, France.
- Gartner, W. B. & Birley, S. (2002) Introduction à l'édition spéciale sur les méthodes qualitatives de recherche en entrepreneuriat. *Journal of Business Venturing*, 17 (5), 387-395.
- Gartner, W.B. (1985). A framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10, 696-706
- Gartner, W.B. (1990). What we are talking about when we are talk about entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 5(1).
- Gartner, W.B. (1993). Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary. *Journal of Business Venturing*, 8(3)
- Gartner, W.B., (1989). Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 14 (1), 27-38.
- Gasse, Y. (2008). Conditions et influences majeures dans l'intention et le choix entrepreneurial. In : Pettersen N., Boudrias, J.B. et Savoie, A. (Eds), *Entre tradition et innovation, comment transformons-nous l'univers du travail ?* Québec, Presses de l'université de Québec

- Getz, D. & Carlsen, J. (2000) Caractéristiques et objectifs de la famille et des entreprises exploitées par le propriétaire- dans les secteurs du tourisme et de l'accueil en milieu rural.
- Getz, D. & Carlsen, J. (2000) Characteristics and Goals of Family and OwnerOperated Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors. *Tourism Management*, 21 (6), 547-560.
- Gilad, B. & Levine, P. (1986) Un modèle de comportement de l'offre d'entreprise. *Journal of Small Business Management*, 24 (4), 45-53.
- Gillis, C. (2004) The War between Town and Country. *Macleans*, November 29, 50-59.
- Gladwin, C. H., Long, B. F., Babb, E. M., et al. (1989) L'entrepreneuriat rural : Une des clés de la Revitalisation rurale. *American Journal of Agricultural Economics*, 71 (5), 1305-1314.
- Gladwin, C. H., Long, B. F., Babb, E. M., et al. (1989) Rural Entrepreneurship: One Key to Rural Revitalization. *American Journal of Agricultural Economics*, 71 (5), 1305-1314.
- Glee, C. (2010). La création d'entreprise comme réponse au destin, in, Brasseur, M.(Coordinatrice), *Entrepreneuriat et insertion*. Bruxelles : Bruylant, 179-196.
- Gollwitzer, P. M. (1996). The volitional benefits of planning. In P. M. Gollwitzer et J. A. Bargh (Eds.), *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior* (pp. 287-312). New York: Guilford.
- Gould, P. (1985) *The Geographer at Work*, London, UK: Routledge.
- Green, G. P. (1994) est magnifique ? Le développement des petites entreprises dans les zones rurales. *Journal officiel de la Société de développement communautaire*, 25 (2), 155-171.

- Green, G. P. (1994) Is Small Beautiful? Small Business Development in Rural Areas. *Journal of the Community Development Society*, 25 (2), 155-171.
- Griffith, D. A. (1994) A Northern Territory Approach to Quantifying "Access Disadvantage" to Educational Services in Remote and Rural Australia, *Issues Affecting Rural Communities*, Townsville, Queensland, Australia.
- Grimes, S. (2000) les zones rurales dans la société de l'information : Distance diminuant ou augmentant la capacité d'apprentissage. *Journal of Rural Studies*, 16 (1), 13-21.
- Habbershon, T. G. & Williams, M. L. (1999) A Resource-Based Framework for Assessing the Strategic Advantages of Family Firms. *Family Business Review*, 12 (1), 1-25.
- Hachey, L. (2002) Les régions rurales de la Nouvelle-Écosse et les affaires : La petite entreprise et du développement rural : Fédération canadienne de l'entreprise indépendante.
- Hackett, G. (1996). L'autoefficacia nella scelta della carriera e nella crescita professionale. In A. Bandura (a cura di). *Il senso di autoefficacia*. Trento: Erickson.
- Halfacree, K. H. (1993) Locality and Social Representation: Space, Discourse and Alternative Definitions of the Rural. *Journal of Rural Studies*, 9 (1), 23-37.
- Halseth, G. & Ryser, L. (2004) Service Provision in Rural and Small Town Canada: Cross-Canada Summary Report, Prince George, British Columbia: University of Northern British Columbia.
- Halseth, G. (2004) Introduction. Dans Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Des capacités de réussite : Explorations de communauté rurale et du développement rural*.
- Halseth, G. (2004) Introduction. In Halseth, G. & Halseth, R. (Eds.) *Building for Success: Explorations of Rural Community and Rural Development*. Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.

- HAMDOUCH B. et Al. (2000), Les Marocains résidant à l'étranger, une enquête socio-économique, INSEA, Rabat
- Hayter, R. (1997) La dynamique de localisation industrielle : Lausine, l'entreprise et le système de production, Chichester, UK : John Wiley and Sons.
- Hernandez, E.M. (2001). L'entrepreneuriat. Approche théorique. Paris, L'Harmattan
- HERNANDEZ, Émil e-Miche I. 1999. Le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique de l'entrepreneuriat. Paris : L'Harmattan. 255 p.
- HERNANDEZ, Émile-Michel. 2006. « Les trois dimensions de la décision de l'entreprendre ». Revue française de gestion. Vol. 9-1 0, N° 168-1 69, pp. 337-357.
- HIGGINS, H. Benj amin et Donald J. SAVOIE. 1995. Regional development theories and their application. ew Brunswick, j : Transaction Publishers. 422 p.
- Hill, J. McGowan, P. (1999) Les petites entreprises et le développement des entreprises : Des questions sur la méthodologie de recherche. Revue internationale de l'attitude entrepreneuriale et et recherche, 5 (1), 5-18.
- Hinrichs, C. C. (1998) de côté et survie : L'économie culturelle de l'acériculture. La sociologie rurale, 63 (4), 507-532.
- Hisrich, R.D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. American Psychologist, February, 209-222
- Hoggart, K. (1990) Let's Do Away with Rural. Journal of Rural Studies, 6 (3), 245-257.
- Hoggart, K. (1990) Let's Do Away with Rural. Journal of Rural Studies, 6 (3), 245-257.

- Howland, M. (1993) Applying Theory to Practice in Rural Economies. In Bingham, R. D. & Mier, R. (Eds.) Theories of Local Economic Development: Perspectives from across the Disciplines. Newbury Park, California: SAGE Publications.
- Hoy, F. & Vaught, B. C. (1980) L'Entrepreneur Rural -- une étude dans la frustration.
- Hughes, K.D., (2003). Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership, *Gender, Work and Organization*, 10(4), 433-454.
- Inventaire national des carrières, 2012, Ministère de l'Équipement, du Transport et de la Logistique
- Jack, S. L. & Bower, D. J. (1997) Success and Peripheral Entrepreneurs: A Scottish Perspective, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Park, Massachusetts.
- Jack, S. L. et Bower, D. J. (1997) Succès et les Entrepreneurs : Un point de vue écossais, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Park, Massachusetts.
- Jack, S. L. et Bower, D. J. (1997) Succès et les Entrepreneurs : Un point de vue écossais, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Park, Massachusetts.
- Johnson, J. D. & Rasker, R. (1995) The Role of Economic and Quality of Life Values in Rural Business Location. *Journal of Rural Studies*, 11 (4), 405-416.
- Johnstone, H. & Lionais, D. (2004) Depleted Communities and Community Business Entrepreneurship: Revaluing Space through Place. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16 (3), 217-234. Josephson, J. (2006) Telling Their Stories: Women Business Owners in Western Maine, Wiscasset, Maine: Coastal Enterprises, Inc.

- Josephson, J. (2006) raconter leurs histoires : Les femmes propriétaires d'entreprises dans l'ouest du Maine, Wiscasset, Maine : Coastal Enterprises, Inc.
- JOYAL, André. 1997. « PME et développement territorial », dans PME: Bilan et perspectives, sous la direction de Pierre-André JULIEN, 2e édition. pp. 67-96. Québec:Presses inter-université Laval.
- Julien P.-A., et Schmitt C. (2008). Pour une vision renouvelée des pratiques de l'entrepreneuriat : de la vision libérale à la vision sociale de l'entrepreneuriat in C. Schmitt, Evolutions des pratiques entrepreneuriales. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, p.15-34.
- Julien, P-A. et Marchesnay, M. (1996). L'entrepreneuriat. Economica, Collection Gestion Poche.
- JULIEN, Pierre-André. 2000a. « Les conditions d'un entrepreneuriat dynamique en région». Organisations et Territoires , Vol. 9, N° 2, pp. 5-18.
- Jussila, H., Lotvonen, E. & Tykkylainen, M. (1992) Les stratégies d'affaires des commerces en milieu rural dans une région périphérique. Journal of Rural Studies, 8 (2), 185-192.
- Kaikkonen, C. (2005) Book Review : Lois Labrianidis (éd.) : L'avenir de l'Europe périphéries rurales. International Small Business Journal, 23 (5), 571-574.
- Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006a) In-Migrant Entrepreneurship in Rural England: Beyond Local Embeddedness. Entrepreneurship & Regional Development, 18 (2), 109-131.
- Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006b) L'intégration locale et l'entrepreneuriat rural : Case-Study Evidence from Cumbria, Angleterre. L'environnement et de la planification A, 38 (8), 1561-1579.

- Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006b) L'intégration locale et l'entrepreneuriat rural : Case-Study Evidence from Cumbria, Angleterre. L'environnement et de la planification A, 38 (8), 1561-1579.
- Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006b) Local Embeddedness and Rural Entrepreneurship: Case-Study Evidence from Cumbria, England. Environment and Planning A, 38 (8), 1561. 1579.
- Kalantaridis, C. (2004) Entrepreneurial Behaviour in Rural Contexts. In Labrianidis, L. (Ed.) The Future of Europe's Rural Peripheries. Aldershot, England: Ashgate Publishing.
- Katz, D. (1960). The functional approach to study of attitudes. In public opinion quarterly, vol.24, 168.
- Keeble, D. & Tyler, P. (1995) comportement entreprenant et le changement urbain.
- Keeble, D. & Tyler, P. (1995) Enterprising Behaviour and the Urban-Rural Shift. Urban Studies, 32 (6), 975-997.
- Keeble, D. & Tyler, P. (1995) Enterprising Behaviour and the Urban-Rural Shift. Urban Studies, 32 (6), 975-997.
- Keeble, D., Tyler, P., Broom, G., et al. (1992) Business Success in the Countryside: The Performance of Rural Enterprise, London, UK: HMSO.
- Keeble, D., Tyler, P., Broom, G., et al. (1992) Business Success in the Countryside: The Performance of Rural Enterprise, London, UK: HMSO.
- Kirby, D. A. (1982) le cas de l'épicerie du village. Et le commerce de détail, la gestion, 10 (5), 28-30.
- Kirchhoff, B. A. (1994) L'entrepreneuriat et le capitalisme dynamique : L'économie de la formation et de la croissance des entreprises commerciales, Westport, Connecticut Praeger Publishers

- Kirkham, J. (1986) actifs cachés : L'utilisation des ressources nationales dans la petite entreprise, ISBE, Glen Eagles, en Écosse.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 21 (1), 47-57
- Krueger, N. F. et Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, pp. 91-104.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. et Carsrud, A.L. (2000). « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, vol. 15, 411-432.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. et Carsrud, A.L. (2000). « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, vol. 15, 411-432.
- Kuhl, J. (1984). Volitional aspects of achievement motivation and learned helplessness: toward a comprehensive theory of action-control. In B.A. Maher (Ed.), *Progress in Experimental Personality Research* (Vol. 13. pp. 99-171). New York: Academic Press.
- Kuhl, J. (1985a). Volitional mediators of cognitive-behavior consistency: Self-regulatory processes and actions versus state orientation. In: J. Kuhl et J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior*. (pp. 101-128). Heidelberg, New York: SpringerVerlag
- Kuhl, J. (1992). A theory of self-regulation: Action versus state orientation, selfdiscrimination, and some applications. *Applied Psychology: an International Review*, 41, 97-129.
- Labrianidis, L. (2004b) Introduction. In Labrianidis, L. (Ed.) *The Future of Europe's Rural Peripheries*. Aldershot, England: Ashgate Publishing.
- Labrianidis, L. (2004b) Introduction. In Labrianidis, L. (Ed.) *The Future of Europe's Rural Peripheries*. Aldershot, England: Ashgate Publishing.

- Labrianidis, L. (2006a) Fostering Entrepreneurship as a Means to Overcome Barriers to Development of Rural Peripheral Areas in Europe. *European Planning Studies*, 14 (1), 3-8.
- Lane, B. & Yoshinaga, K. (1994) Niche Markets for the Rural World. *OECD Observer*, (190), 14-18.
- Latham, G.P., et Locke, E.A. (1991). Self regulation through goal setting. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 212. 4.
- Lauer, S. R. (2005) Les processus d'entreprise dans une ressource émergente de l'industrie : L'intégration de la communauté dans le centre de l'industrie de l'oursin. *La sociologie rurale*, 70 (2), 145-166.
- Leatherman, J. C. (2000) Le commerce électronique : Implications pour les communautés rurales, Washington, D.C. : Le développement économique de l'Administration.
- Leistritz, F. L., Ayres, J. S. & Stone, K., E. (1992) de revitaliser le secteur du commerce de détail dans les communautés rurales : Les leçons de trois États du Midwest. *Le développement économique*, 10 (4), 49-
- Leistritz, F. L., Ayres, J. S. & Stone, K., E. (1992) de revitaliser le secteur du commerce de détail dans les communautés rurales : Les leçons de trois États du Midwest. *Le développement économique*, 10 (4), 49-54.
- Lent, R. W., Brown, S. D., et Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45, 79-122.
- Les enquêtes, qui mettent l'accent sur l'ensemble et les tendances centrales, ne permettent pas une exploration en profondeur des cas uniques (Marshall et al., 1999).

- Lewin, K. (1935). A dynamic theory of personality. New York: McGraw - Hill.
- Lewis, G. J. (1979) Rural Communities, London, UK: David & Charles.
- Lichtenstein, G. A. & Lyons, T. S. (1996) Incubating New Enterprises: A Guide to Successful Practice, Washington, D.C.: The Aspen Institute.
- Lichtenstein, G. A. & Lyons, T. S. (1996) Incubating New Enterprises: A Guide to Successful Practice, Washington, D.C.: The Aspen Institute.
- Lichtenstein, G. A. & Lyons, T., S. (1996) L'incubation de nouvelles entreprises : Un Guide pour réussir la pratique, Washington, D.C. : L'institut Aspen.
- Locke, E.A. (1996). Motivation through conscious goal setting. Applied and Preventive Psychology, 5, 117-124.
- Locke, J. (2001) Théorie ancrée à la recherche en gestion, London, UK : SAGE Publications.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H. & Backman, M. (2005) The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development. Journal of Cleaner Production, 13 (8), 787-798.
- LORRAIN, Jean, André BELLEY et Louis DUSSAULT. 1998. Les compétences des
- Lowe, P. & Talbot, H. (2000a) Policy for Small Business Support in Rural Areas: A Critical Assessment of the Proposals for the Small Business Service. Regional Studies, 34 (5), 479-499.
- Lowe, P. & Talbot, H. (2000a) Policy for Small Business Support in Rural Areas: A Critical Assessment of the Proposals for the Small Business Service. Regional Studies, 34 (5), 479-499.
- Lowe, P. & Talbot, H. (2000b) fournir des conseils et de l'information à l'appui des microentreprises rurales, Newcastle upon Tyne, UK : Centre pour l'économie rurale.

- Lyons, T. S. (2002) Building Social Capital for Rural Enterprise Development: Three Case Studies in the United States. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7 (2), 193-216.
- M. S. S. El-Namaki, %Encouraging Entrepreneurs in Developing Countries,+ Long Range Planning, 21, 98-106 (1988).
- M.S. Killian and T.F. Hady, %What is the Payoff for Diversifying Rural Economies?+Rural Development Perspectives, 4, 2-7 (1988)
- Maarouf M. (1994), Economie de la petite pêche artisanale : cas de Tifnit, *Annales Marocaines d'Economie*, n° 9
- Malecki, E. J. (1994) Entrepreneurship in Regional and Local Development. *International Regional Science Review*, 16 (1 & 2), 119-153.
- Malecki, E. J. (2003) Le développement numérique dans les zones rurales : Et les pièges potentiels.
- Mankelow, G. & Merrilees, B. (2001) Towards a Model of Entrepreneurial Marketing for Rural Women: A Case Study Approach. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6 (3), 221-235.
- Mankelow, G. & Merrilees, B. (2001) Vers un modèle de Marketing d'entreprise pour les femmes en milieu rural : Une approche de étude de cas. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6 (3), 221-235.
- Markman, G.D., et Baron, R.A. (2003). Person-entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others? *Human Resource Management Review*, vol.13, 281-301.
- Marshall, C. & Rossman, G. B. (1999) La conception de la recherche qualitative, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.
- Marshall, C. & Rossman, G. B. (1999) La conception de la recherche qualitative, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.

- Marshall, M. I. & Samal, A. (2006) The Effect of Human and Financial Capital on the Entrepreneurial Process: An Urban-Rural Comparison of Entrepreneurs in Indiana, American Agricultural Economics Association Conference, Long Beach, California.
- Mason, C. & Harrison, R. (1993) Spatial Variations in the Role of Equity Investment in the Financing of SMEs. In Curran, J. & Storey, D. (Eds.) Small Firms in Urban and Rural Locations. London, UK: Routledge.
- McClelland, D.C. (1961). The achieving society. Princeton : D. Van Nostrand, 470 p.
- McClelland, D.C. (1965). nAchievement and entrepreneurship: A longitudinal study. Journal of Personality and Social Psychology, vol. 1, pp. 389-392.
- McDonagh, P. & Commins, P. (1999) Les chaînes alimentaires, l'alimentation et les entreprises de petite taille le développement rural : Illustrations de l'Irlande. Les études de planification, 4 (3), 349-371.
- McGeen, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L. et Sequeira, J.M. (2009). Entrepreneurial selfefficacy: refining the measure. Entrepreneurship Theory and Practice, vol.33, n°4, 965-988.
- McKenzie, F. H. (1998) Case Studies of Rural Business Women in Western Australia and Their Contribution to the Region. Rural Society, 8 (3), 257- 268.
- McKenzie, F. H. (1998) Des études de cas de femmes de l'entreprise rurale dans l'ouest de l'Australie et de leur contribution à la région. La société rurale, 8 (3), 257- 268.
- McKenzie, F. H. (1998) Des études de cas de femmes de l'entreprise rurale dans l'ouest de l'Australie et de leur contribution à la région. La société rurale, 8 (3), 257- 268.
- MEDDEB, Brahim. 2003. « Quelles compétences pour le manager du me millénaire? ». Organisations et territoires, Vol. 12, N° I , pp. 5-10.

- Miles, M. B. et Huberman, A. M. (1994) L'analyse des données qualitatives : Un élargissement Sourcebook, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.
- Ministère de l'Artisanat et de l'Economie Solidaire, Observatoire National de l'Artisanat, panorama de l'artisanat, 2014
- Mochrie, R. & Galloway, L. (2004) Les motivations pour le démarrage de entreprises en Ecosse, l'économie de l'Agriculture 78e Conférence annuelle de la société, , Londres, Royaume-Uni.
- Mochrie, R. & Galloway, L. (2004) Motivations for Business Start-up in Scotland, The Agriculture Economics Society 78th Annual Conference, London, UK.
- Mochrie, R., Galloway, L. & Donnelly, E. (2006) Attitudes to Growth and Experience of Growth among Scottish SMEs. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 12 (1), 7-20.
- Montgomery, J. C. (1999) An Investigation into the Issues Shared by Professionals Living and Working in Rural Communities in British Columbia, PhD, James Cook University.
- Montgomery, J. C. (1999) An Investigation into the Issues Shared by Professionals Living and Working in Rural Communities in British Columbia, PhD, James Cook University.
- Montgomery, J. C. (1999) An Investigation into the Issues Shared by Professionals Living and Working in Rural Communities in British Columbia, PhD, James Cook University.
- Morin, E. (1989). Diriger dans la complexité. Colloque Entreprise et Progrès du 9 mars.
- Mourji, Faouzi (1998), Le développement des micro entreprises en question, Edition REMALD, Rabat.

- Mueller, S.L., et Goic, S. (2003). East-West differences in entrepreneurial self-efficacy: Implications for entrepreneurship education in transition
- Multon, K.D., Brown, S.D., et Lent, R.W. (1991). Relation of self-efficacy beliefs to academic outcomes : A meta-analytic investigation. *Journal of Counseling Psychology*, 38, pp. 30-38.
- Noorderhaver, N., Thurik, R., Wennekers, S., et Stel. A. (2004). The role of dissatisfaction and per capita income in explaining self-employment across 15 European Countries. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (5), 447-465
- North, D. & Smallbone, D. (1996) Small Business Development in Remote Rural Areas: The Example of Mature Manufacturing Firms in Northern England. *Journal of Rural Studies*, 12 (2), 151-167.
- Nyseth, T. & Aarsaether, N. (2005) Innovations in Ethnic Landscapes: A Study of Innovations in Three Municipalities in Northern Norway. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 18 (2), 171-188.
- O'Dwyer, M. & Ryan, E. (2000) Les questions de développement de gestion pour les propriétaires/gestionnaires des microentreprises. *Journal of European Industrial Training*, 24 (6), 345-353.
- O'Malley, S. (1994) The Rural Rebound. *American Demographics*, 16 (5), 24-29.
- Organ, D.W. (1988). Organizational citizen behavior: the good soldier syndrome. Lexington, MA Lexington.
- Orhan, M. & Scott, D. (2001) Pourquoi les femmes entrer dans l'esprit de l'entreprise : Un modèle explicatif. *Les femmes dans l'examen de gestion*, 16 (5), 232-243.
- Page, S. J., Forer, P. & Lawton, G. R. (1999) Small Business Development and Tourism: Terra Incognita? *Tourism Management*, 20 (4), 435-459.

- Patterson, H. & Anderson, D. (2003) What Is Really Different About Rural and Urban Firms? Some Evidence from Northern Ireland. *Journal of Rural Studies*, 19 (4), 477-490.
- Phillipson, J., Bennett, K., Lowe, P., et al. (2004) Adaptive Responses and Asset Strategies: The Experience of Rural Micro-Firms and Foot and Mouth Disease. *Journal of Rural Studies*, 20 (2), 227-243.
- Pintrich, P. R. (2000). The role of goal orientation in self-regulated learning. In M. Boekaerts, P. R. Pintrich et M. Zeidner (Eds.), *Handbook of self-regulation* (pp. 451- 502). San Diego, CA : Academic Press.
- Polese, M. & Shearmur, R. (2002) La périphérie face à l'économie du savoir : La dynamique spatiale de l'économie canadienne et l'avenir de la non- régions métropolitaines du Québec et des provinces de l'Atlantique, Montréal, Québec : L'institut canadien de recherche sur le développement régional et l'institut national de la recherche scientifique/NRS-urbanisation culture et société.
- Polese, M. & Shearmur, R. (2002) *The Periphery in the Knowledge Economy: The Spatial Dynamics of the Canadian Economy and the Future of Non-Metropolitan Regions in Quebec and the Atlantic Provinces*, Montreal, Quebec: The Canadian Institute for Research on Regional Development and Institut national de la recherche scientifique/NRS-Urbanisation Culture et Société.
- Premkumar, G. & Roberts, M. (1999) L'adoption de nouvelles technologies de l'information dans les petites entreprises rurales. *Omega, l'International Journal of Management Science*, 27 (4), 467-
- Prévost, Paul. 1993. *Entrepreneurship et développement local : quand la population se prend en main*, Québec : Trancontinentales inc. 200 p.
- Prideaux, B. (2002) Building Visitor Attractions in Peripheral Areas -- Can Uniqueness Overcome Isolation to Produce Viability. *International Journal of Tourism Research*, 4 (5), 379-389.

- Raley, M. & Moxey, A. (2000) les microentreprises rurales dans le nord-est de l'Angleterre : Les résultats de l'enquête finale, Newcastle upon Tyne, UK : Centre pour l'économie rurale.
- Raley, M. & Moxey, A. (2000) Rural Microbusinesses in North East England: Final Survey Results, Newcastle upon Tyne, UK: Centre for Rural Economy.
- Rapiiau, M.T. (2010). Entrepreneuriat et formes d'emploi Points de repère. Revue Pour, n° 204, pp. 63-69.
- Reimer, O. (2004) Explorer la diversité dans les régions rurales du Maroc, de l'État du Mississippi (Mississippi) : Centre de Développement Rural du Sud.
- Roberts, S. (2002) Facteurs clés du développement économique et de l'inclusion dans les zones rurales : L'étude d'orientation initial de la Base de données socio-économiques pour le DEFRA, London, UK : Ministère de l'environnement, de l'alimentation et des Affaires rurales.
- Robinson, G. M. (1990) Conflict and Change in the Countryside: Rural Society, Economy and Planning in the Developed World, London, UK: Belhaven Press.
- Robinson, G. M. (1990) Conflict and Change in the Countryside: Rural Society, Economy and Planning in the Developed World, London, UK: Belhaven Press.
- Robinson, S. (2002) Good News, Bad News: A Look at Rural Women Business Owners in Pennsylvania, An Entrepreneurial Bonanza: USASBE Annual National Conference, Reno, Nevada.
- Romano, C. A. (1989) Stratégies de recherche pour les petites entreprises : Une approche d'étude de cas. International Small Business Journal, 7 (4), 35-43.
- Ronstadt, R.C. (1984). Entrepreneurship. Lord Publishing, Dover

- Rousseaux, K. B. (1994) Concepts of Rurality and Remoteness: How Important Are They? An International Conference on Issues Affecting Rural Communities, Townsville, Queensland, Australia. Rowe, B. R. & Hong, G.-S. (2000) The Role of Wives in Family Businesses: The Paid and Unpaid Work of Women. *Family Business Review*, 13 (1), 1-13.
- Rowley, T. D. & Porterfield, S. L. (1993) Removing Rural Development Barriers through Telecommunications: Illusion or Reality? In Barkley, D. L. (Ed.) *Economic Adaptation: Alternatives for Nonmetropolitan Areas*. Boulder, Colorado: WestviewPress, Inc.
- Rubin, H. J. & Rubin, I. S. (1995) *les entrevues qualitatives : L'art de l'audience des données*, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.
- S. M. Smith, *Diversifying Smalltown Economies with Nonmanufacturing Industries*, *Rural Development Perspectives*, 2, 18-22 (1988).
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2003) *Méthodes de recherche pour les étudiants*, Essex, Angleterre : Pearson Education Limited.
- Say, J.-B. (1972). *Traité d'économie politique*. Editions Calmann-Lévy, Paris, 571 pages
- Schroeder, T. (2003) *Background and Motivations of Resource-Based Tourism Operators in the Northern Great Plains: A Qualitative Study*.
- Schutjens, V., Mackloet, A. & Korteweg, P. J. (2006), *entreprise à domicile : La découverte de la Place de l'attachement des entrepreneurs*, ERSE Conference 2006, Volos, Grèce.
- Schwartz, S.H. (1992). *Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries*. In Zanna, M. (Ed.), *Advances in experimental and social psychology*, Vol. 25, (pp.1-65). Orlando, FL.: Academic Presse.

- Sexton, D.L, et Bowman, N.B. (1986). Validation of a Personality Index: comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, manager and entrepreneurship student and business students, in R. Ronstadt, J.A. Hornaday, R. Peterson, et K.H. Vesper (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 40-51), Babson College, Wellesley, MA,
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*. Aldershot, UK: Edward Elgar Publishing.
- Shane, S. et Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship is a field of research. *Academy of Management Review*, vol. 25, n°1, 217-226
- Shane, S., Locke, E.A., et Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, pp. 257. 279
- Shapero, A., et Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton et K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp.72-90), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- SHAPERO, Albelt. 1975. " The displaced, uncomfortable entrepreneur". *Psychology Today*, Vol. 9, N° 6, pp. 83-88 .
- Sharma, P., et Chrisman, J.J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11- 27.
- Shaver, K.G., et Scott, L.R. (1991). Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, pp. 23-45
- Sheeran, P. (2002). Intention-behavior relations: a conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12:1, 1-36.
- Sheeran, P., et Orbell, S. (1999). Implementation intentions and repeated behaviour: augmenting the predictive validity of the theory of planned behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 29, 349-369

- Shucksmith, M. (1994) Conceptualising Post-Industrial Rurality. In Bryden, J. (Ed.) Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series. Guelph, Ontario: University of Guelph.
- Skuras, D., Meccheri, N., Moreira, M. B., et al. (2005a) Business Growth and Development Trajectories in Lagging and Remote Areas of Southern Europe. *European Urban and Regional Studies*, 12 (4), 335-351.
- Shucksmith, M. (1994) Conceptualising Post-Industrial Rurality. In Bryden, J. (Ed.) Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series. Guelph, Ontario: University of Guelph.
- Siemens, L. (2005) Défis des collectivités rurales et éloignées à l'entreprise touristique de l'île de Vancouver : Une étude exploratoire, Onzième Congrès canadien sur la recherche en loisirs, Nanaimo (Colombie-Britannique).
- Simon, H.A. (1957). *Administrative behavior*. New York. Macmillan, 2nde édition.
- Skinner, E. A. (1996). A guide to constructs of control. *Personality Processes and Individual Differences*, 71, pp. 549-570
- Skuras, D., Meccheri, N., Moreira, M. B., et al. (2005a) Business Growth and Development Trajectories in Lagging and Remote Areas of Southern Europe. *European Urban and Regional Studies*, 12 (4), 335-351.
- Skuras, D., Meccheri, N., Moreira, M. B., et al. (2005b) Entrepreneurial Human Capital Accumulation and the Growth of Rural Businesses: A Four Country Survey in Mountainous and Lagging Areas of the European Union. *Journal of Rural Studies*, 21 (1), 67-79.
- Smallbone, D., Nord, D., Baldock, R., et al. (2002) Encourager et soutenir l'entreprise dans les zones rurales, London, UK : Centre pour l'entreprise et le développement économique de la recherche, de la Middlesex University Business School.

- Smallbone, D., North, D. & Kalantaridis, C. (1999) Adapting to Peripherality: A Study of Small Rural Manufacturing Firms in Northern England. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11 (2), 109-127.
- Smith, R. (2006) relatant le déclin de l'esprit de subsistance dans une communauté de pêcheurs écossais 1934-2004. *Revue internationale de l'attitude entrepreneuriale et recherche*
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. & Skuras, D. (2004) Rural Entrepreneurship in Europe: A Research Framework and Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10 (6), 404-425. Statistics Canada (2001a) Census Metropolitan Area and Census Agglomeration Influenced Zones (Miz): A Description of Methodology, Joint UNECE/EUROSTAT Work Session on Methodological Issues Involving the Integration of Statistics and Geography, Tallinn, Estonia.
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. & Skuras, D. (2004) Rural Entrepreneurship in Europe: A Research Framework and Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10 (6), 404-425.
- Sundin, E. & Holmquist, C. (1991) La croissance de l'entrepreneuriat des femmes - facteurs de répulsion et de attraction ? Dans Davies, L. G. & Gibb, A. A. (Eds.) *La recherche récente dans l'esprit de l'entreprise : La Troisième Internationale EIASM Workshop*. Aldershot, Angleterre : Avebury.
- Symon, G. & Cassell, C. (1998) Réflexions sur l'utilisation de méthodes qualitatives. Dans Symon, G. & Cassell, C. (Eds.) *Les méthodes qualitatives et l'analyse dans la recherche organisationnelle : Un guide pratique*. London, UK : SAGE Publications
- Tehrani, M. & White, C. S. (2003) Economic Development and Micro-Enterprises in Rural Communities: Are There Gender Differences? *Journal of Business and Economic Studies*, 9 (1), 26-41.
- Tehrani, M. & White, C. S. (2003) Economic Development and MicroEnterprises in Rural Communities: Are There Gender Dif

- Tetelman, A. & Popovich, M. G. (1993) Nouvelles entreprises, l'entrepreneuriat et du développement rural : Les politiques de l'état et la génération de croissance rurale de l'intérieur, Washington, DC : Conseil des gouverneurs de conseillers en politiques.
- Thornton, P.H. (1999). The sociology of entrepreneurship. Annual Review of Sociology, vol. 25, 19-46.
- Thurstone, L.L. (1928). Attitudes can be measured. American Journal of Sociology, vol.33, n°4, 529-554.
- Tickamyer, A. R. & Duncan, C. M. (1991) le travail et la pauvreté dans les régions rurales du Nord. En Flore, C. B. & Christenson, J. A. (Eds.) Les politiques rurales pour les années 90. Boulder, Colorado : Westview Press.
- Tosterud, R. J. & Habbershon, T. G. (1992) Rural Entrepreneurship: A Preliminary Study. South Dakota Business Review, 50 (3).
- Tounès, A. (2003). L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants de écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAEE. Unpublished doctoral dissertation, Université de Rouen.
- Townroe, P. & Choko, K., (1993) La Fondation d'une nouvelle entreprise dans la campagne. Dans Curran, J. & Histoire, D. (Eds.) Les petites entreprises dans les régions urbaines que dans les régions rurales. London, UK : Routledge.
- Townroe, P. & Choko, K., (1993) La Fondation d'une nouvelle entreprise dans la campagne. Dans Curran, J. & Histoire, D. (Eds.) Les petites entreprises dans les régions urbaines que dans les régions rurales. London, UK : Routledge.
- Trafimow, D., et Finlay, K. (1996). The importance of subjective norms for a minority of people. Personality and Social Psychology Bulletin, 22, 820-828.

- Uhlaner, L. et Thurik, R. (2005) Post-Materialism qui influencent l'activité entrepreneuriale totale entre les nations, Jena, Allemagne : Max Planck Institute of Economics, Groupe pour l'entrepreneuriat, la croissance et la politique publique.
- Van Hooft, E.A.J., Born, M.P., Taris, T.W., Van der Flier, H., et Blonk, R.W.B. (2005). Bridging the gap between intentions and behaviour: Implementation intentions, action control, and procrastination. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 238-256.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective. In J. Katz et R. Brockhaus (Eds), *Advances in entrepreneurship, firm, emergence and growth*. Vol. 3, 119-138, Greenwich, CT: JAI Press.
- Verstraete, T. (2003). Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat : $PhE = f [(C \times S \times P), (E \times O)]$. Editions de l'ADREG, décembre.
- Verstraete, T., et Fayolle, A. (2005). Paradigme et entrepreneuriat. *Revue de l'entrepreneuriat*, vol 4, n° 1, 33-51.
- Vincent, P.C., Peplau, L.A., et Hill, C.T. (1998). A longitudinal application of the theory of reasoned action to women's career behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 761-78
- Vitali, F. (2003). Intenzioni imprenditoriali e scelta professionale : il ruolo della auto-efficacia personale. *Risorsa Uomo : Rivista di Psicologia del Lavoro e dell'Organizzazione*, 9 (3/ 4).
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.
- Vyakarnam, S. & McCullough, M. (1990) Needs Assessment of a Rural Community in the UK. In Vyakarnam, S. (Ed.) *When the Harvest Is In: Developing Rural Entrepreneurship*. London, UK: Intermediate Technology Publications.

- Walisser, B., Mueller, B. & McLean, C. (2005) La ville résiliente : Document de travail du Groupe de travail de Vancouver, Vancouver (Colombie-Britannique) : Gouvernement de la Colombie-Britannique.
- Walisser, B., Mueller, B. & McLean, C. (2005) The Resilient City: Vancouver Working Group Discussion Paper, Vancouver, British Columbia: Government of British Columbia. Walker, E. & Brown, A. (2004) What Success Factors Are Important to Small Business Owners? *International Small Business Journal*, 22 (6), 577-595.
- Walker, E. & Brown, A. (2004) Facteurs de succès que sont importants pour les propriétaires de petites entreprises ? *International Small Business Journal*, 22 (6), 577-595.
- Walker, E. & Brown, A. (2004) Facteurs de succès que sont importants pour les propriétaires de petites entreprises ? *International Small Business Journal*, 22 (6), 577-595.
- Warren-Smith, I. & Jackson, C. (2004) Les femmes de créer la richesse par l'entreprise rurale. *Revue internationale de l'attitude entrepreneuriale et recherche*, 10 (6), 369-383.
- Warren-Smith, I. & Jackson, C. (2004) Les femmes de créer la richesse par l'entreprise rurale. *Revue internationale de l'attitude entrepreneuriale et recherche*, 10 (6), 369-383.
- Weber M. (1959). *Le savant et le politique*. Paris : Plon (traduction de J. Freund, introduction de R. Aron).
- Westall, A., Ramsden, P. & Foley, J. (2000) *Micro-Entrepreneurs : La création de collectivités dynamiques*, London, UK : Institute for Public Policy Research.
- Westhead, P. & Wright, M. (1999) Contributions of Novice, Portfolio and Serial Founders Located in Rural and Urban Areas. *Regional Studies*, 33 (2), 157-173.
- Westhead, P. (1990) en comparant les régions rurales et urbaines Formation de nouvelles entreprises au Pays de Galles

- Wortman, Jr., %A Unified Framework, Research Typologies, and Research Prospectuses for the Interface between Entrepreneurship and Small Business,+ in The Art and Science of Entrepreneurship, D. Sexton and R.W. Smilor, Eds., Ballinger, Cambridge, MA, 1986, pp. 278-279.
- Yin, R. K., (2003) Étude de cas Recherche : Conception et méthodes, Thousand Oaks, California : SAGE Publications.
- Zhao, H., Seibert, S.E. et Hills, G.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. Journal of Applied Psychology, vol. 90, n° 6, 1265-1272.

Annexes

Annexe 1: Guide d'Entretien

CAS/ N° DE QUESTION	Thème
	Entrepreneuriat en milieu rural: défis et opportunités

	Introduction
	<p>Bonjour, je m'appelle Samsame Meryem et je suis doctorante en sciences de gestion à l'Université Sidi Mohammed Ben Abdellah à Fès, je suis entrain d'effectuer une recherche sur les défis et opportunités rencontrés par les s et leurs petites entreprises dans les zones rurales.</p> <p>C'est à cet effet que je voudrais vous poser certaines questions. L'entrevue durera environ 45-60 minutes.</p>

	Eclaircissements supplémentaires à fournir avant de commencer l'Entrevue
	<p>" Voulez-vous que votre organisme reste anonyme? Oui Non</p> <p>" Suis-je autorisé à enregistrer tout ou partie de l'entrevue? Oui Non</p> <p>" Si vous ne devez pas répondre à une question ou si vous ne voulez pas, vous pouvez me demander à tout moment de ne pas enregistrer certaines parties de l'interview pour des raisons de confidentialité.</p> <p>" Voulez-vous une copie de l'étude finale? Oui Non</p>

	Interview
CI,Q1	Lieu
CI,R1	
CI,Q2	Date
CI,R2	

	Informations générales à propos de l'Entrepreneur
	Noms et prénom
	Fonction
	Si vous plaît parlez-moi un peu de vous, d'où vous venez, sur vos antécédents, formation, etc.
	Pensez-vous que le terme "entrepreneur" s'applique à vous ?
	Si oui, pourquoi ?
	Si non, pourquoi pas et Quelle qualificatif convient le mieux ?

Informations générales à propos de l'entreprise	
	Date de début
	Forme juridique
	Nombre d'employés
	Dans quelle zone géographique votre entreprise opère?

Motivation	
	D'où vient cette idée d'entreprendre?
	Comment avez-vous reconnu l'opportunité?
	Quelle a été la motivation derrière l'idée ?
	Quelles sont les idées fondamentales sur lesquelles l'entreprise est construite?
	Comment et quand la société a été formée ?
	Pouvez-vous vivre de votre entreprise ?
	Quelles sont vos principales activités ?
	En plus de l'activité de base, avez-vous d'autres activités en relation avec l'entreprise, et si oui lesquels
	Votre marché est-il local régional ou national?
	Vous avez vécu ici toute votre vie ?
	Qu'est-ce que cela signifie pour votre entreprise ?
	Avez-vous commencé seuls ou avec des partenaires?

Croissance	
	Quelle est la signification de la "croissance" pour vous ?
	Avez-vous une stratégie de croissance ?
	Si oui, comment décririez-vous la stratégie de croissance de l'entreprise ?

Les ressources utilisées	
	Quelles ressources locales avez-vous ?
	Y a-t-il certaines ressources ou des personnes dans la région particulièrement précieuses ?
	Pouvez-vous me donner un exemple ?
	Pensez-vous impliquer les résidents locaux dans l'une de vos activités ?
	Comment ? Pouvez-vous me donner un exemple ?
	Qu'est-ce que cela signifie pour vous d'être en mesure d'utiliser des ressources locales pour l'entreprise ?

Réseau/ Intégration	
	Pouvez-vous me dire où sont situés vos plus importants partenaires ? Qui sont ils ?
	Comment avez-vous créé votre réseau ?
	Pourquoi la plupart d'entre eux se trouve à l'intérieur ou à l'extérieur de votre zone d'implantation ?
	Connaissez-vous d'autres entrepreneurs de la région ?
	Quelles sont les activités que vous faites ensemble ?
	Qui vous a inspiré pour démarrer votre propre entreprise ?
	Pourquoi préférez-vous utiliser des fournisseurs locaux, distributeurs, etc. ?
	Existe-t-il d'autres entreprises qui ont été inspirés par vous ?

Localité	
	Qu'est-ce que cela signifie pour l'entreprise que celle soit située à l'endroit où elle se trouve ?
	Comment est-il important pour votre "produit" que vous êtes situé ici ?
	Serait-il possible d'imaginer que vous déménagiez votre entreprise à un autre endroit, (pourquoi oui, pourquoi pas) ?

	Utilisez-vous votre situation géographique dans le marketing, image de marque et la vente de vos produits ou de votre entreprise ?
	Si oui, pouvez-vous me donner un exemple précis ? Si non, pouvez-vous me donner un exemple de comment commercialiser votre produit/service ?

les autorités et la ruralité	
	Quel est le rôle des autorités locales dans le cadre de votre entreprise (démarrage) et maintenant ?
	Comment percevez-vous l'accent politique accrue apparente sur les entrepreneurs des régions rurales ?
	Ont-ils facilité ou entravé vos activités en tant qu'entrepreneur ?
	Qu'est-ce que cela signifie pour votre entreprise de s'implanter dans une "région rurale" ?
	Quels sont les principaux avantages ?
	Quels sont les principaux inconvénients ?

Culture et traditions	
	Comment décririez-vous la culture dans votre région?
	Selon vous, existe-t-il des "valeurs" propres à cette région ?
	Si oui, est-ce que ces valeurs ont une importance particulière pour votre entreprise ou vous personnellement en tant qu'entrepreneur ?
	Quel est le sens du patrimoine et l'histoire de l'endroit pour votre entreprise ?

	Avez-vous rédigé un business plan ou toute autre forme de planification au début?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante
	Avez-vous rencontré des contraintes liées au personnel?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante
	Avez-vous rencontré des contraintes opérationnelles?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante
	Avez-vous rencontré des contraintes au niveau logistique?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante

	Avez-vous rencontré des contraintes au niveau de la concurrence?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante
	Avez-vous rencontré des contraintes au niveau du financement?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante
	Avez-vous rencontré des contraintes dans vos relations avec l'État?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante
	Avez-vous rencontré des contraintes avec votre communauté?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante
	Avez-vous rencontré des contraintes pour l'accès aux technologies de l'information et de la communication?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante
	Avez-vous rencontré des contraintes au niveau des compétences techniques et de gestion?
	Si oui expliquez svp Si non passer à la question suivante

	Définition du succès
	Quelle est votre définition du succès? Ou bien est ce que vous vous considérez comme une personne ayant réussie?

	Vision
	Quels sont vos projets pour l'avenir

	Perception de l'entreprise
	Si c'était à refaire les referiez-vous?

	Solutions
	Que doit-on faire pour réduire les contraintes examinées?
	Comment devrait-il se faire?
	Qui doit le faire?

Autres questions	
	Pensez-vous avoir d'autres informations que nous aurions omis de traiter lors de cette entrevue et que vous jugeriez importantes pour notre sujet?
	Avez-vous des questions ou suggestions à propos de ce guide d'entretiens?

Merci pour m'avoir accordé de votre précieux temps, je vous souhaite un grand succès dans votre entreprise

Annexe 2: Entretien briqueterie Tfahi

Je m'appelle Tfahi abderrahim, un jeune natif de douar aamoud, je vis avec ma famille (parents, frères et sœurs, ma femme et mes enfants).

Ma famille a toujours vécu sur une petite propriété agricole que nous cultivons de manière traditionnelle et dont la récolte suffit difficilement à subvenir au besoin de la famille.

Les besoins de la famille ont augmenté avec mon mariage, celui de mon frère et avec bien évidemment l'arrivée des enfants, mon souci était d'augmenter les ressources financières afin de permettre à la famille de vivre dignement.

En 2007, j'ai contracté mon premier crédit bancaire qui m'a permis l'achat d'un camion remorque afin de transporter diverses marchandises pour les clients de la région. En effet, ce nouveau travail a permis l'augmentation des ressources financières de la famille sauf que le contact avec les clients n'était pas facile.

Après un certain temps, ce simple travail de transport ne répondait plus à mes aspirations et à l'évolution financière que je souhaitais pour la famille.

Un incident avec un client à cause d'un retard engendré par une circulation intense a motivé ma décision de changement de domaine d'activité.

La première idée qui m'est venue est celle de la fabrication de brique, le capital à investir est peu important puisque elle ne nécessite que l'achat d'une petite machine, pour le transport le camion est disponible, en ce qui concerne le local le terrain est disponible sur la propriété familiale. Le fonctionnement de la machine a eu besoin d'un branchement en électricité qui a été établi par l'ONEE.

Le processus de fabrication de brique est simple, il consiste en le remplissage de la matière première dans la machine pour que la brique soit formée. L'achat de la matière première se fait uniquement dans la région (Le sable à Sefrou, le ciment d'Ain Chegag), le transport des matières premières ne pose aucun problème puisque j'est propriétaire d'un camion.

Le personnel à recruter ne nécessite pas une formation spécifique ce qui fait que j'est pris juste de la famille et du voisinage uniquement. Surtout que le travail dans la production de brique est temporaire ce qui laisse le temps au personnel composé majoritairement d'agriculteurs d'exercer leur métier de base et d'augmenter leurs ressources financières.

Pour les procédures administratives, le comptable me conseille pour être en règle vis à vis de l'administration fiscale:

J'ai eu une autorisation d'exploitation de la commune.

J'ai créé une société SARL.

Depuis 2010, l'activité a amélioré le niveau de vie de la famille et elle a pu également générer une épargne qui a été investie dans l'achat de terrain pour agrandir la propriété familiale.

Pour moi, cette activité m'a permis d'atteindre l'objectif que j'avais fixé.

Annexe 3: Entretien coopérative Naciri

Bonjour je m'appelle Saida Naciri, je travaille dans le domaine de la broderie depuis mon très jeune âge. J'ai encouragé toutes les femmes et les filles de Mhaya pour apprendre la broderie et je les ai présentées aux commerçants et artisans de l'ancienne médina de Fès.

Tout le monde connaît Saida de Mhaya et ils savent que c'est moi qui ai ramené les filles pour travailler avec eux dans ce domaine de la broderie.

Toutes les femmes qui ont voulu faire rentrer un peu d'argent au foyer même avant de constituer la coopérative et se prendre en charge, je leur ai appris le métier et je leur ai présenté les artisans de Fès pour collaborer avec eux. J'ai initié à ce métier plus de 1500 femmes de Mhaya.

J'ai commencé à présenter mes produits dans les foires comme participante individuelle, j'ai participé à plusieurs foires de Settât, Marrakech, Meknès et d'autres. Lors de la foire de Settât, j'ai rencontré Madame Fatema MAROUANE le ministre de l'artisanat et de l'économie sociale et solidaire qui m'a incitée à créer une coopérative.

J'ai été très réticente, car je suis illettrée, mais ils m'ont encouragé et j'ai été accompagnée par les autorités locales surtout la chambre de l'artisanat.

On est 10 membres dans la coopérative donc on a commencé à participer aux foires en étant coopérative sauf que mon avis notre coopérative n'est pas une réussite, car les membres qui sont avec moi ne sont pas bien, elles veulent uniquement gagner de l'argent sans fournir aucun effort.

Plus que la moitié des articles de la coopérative m'appartiennent, pour se procurer le capital à investir j'ai dû contracter un micro crédit de 20 000,00 Dhs toute seule car elles ne veulent pas participer au remboursement. Elles ont actuellement l'intention de se retirer et de créer une nouvelle coopérative.

J'ai renouvelé ma coopérative et maintenant on m'a appelé de l'association Mohamed VI pour la solidarité afin de participer à la foire de Casablanca la seule coopérative de Meknès qui a été choisie avec l'appui de la chambre de l'artisanat, car le président et tous les employés attestent de la bonne qualité de mes produits et je sais mettre en valeur mes produits. Grâce à la coopérative, j'ai eu plus de renommé sur l'échelle nationale donc j'ai plus de clients.

En étant coopérative, on a eu l'occasion de bénéficier d'une aide de l'ANDH pour financer le matériel et les machines dont on a besoin à condition de procurer 30% du montant de l'investissement sauf que les autres membres de la coopérative sont défaillants, elles ne veulent pas mettre la main à la poche.

Une fois les articles de la foire de Casablanca vendus, je vais leur donner l'argent qu'elles ont dépensé et elles vont se retirer, mais cela va se passer en présence du personnel de la chambre de l'artisanat pour que tout soit fait de manière correcte. Mais avec la nouvelle coopérative constituée uniquement de mes filles et mes belles filles, je vais pouvoir aller de l'avant et bénéficier de l'aide de l'ANDH surtout que j'ai bataillé pendant des années pour en arriver là, je n'ai pas cessé de taper les portes je me suis déplacée souvent à Rabat pour connaître les tuyaux donc je ne vais pas les laisser me gâcher mes efforts.

Et je n'oublierai jamais l'aide précieuse de la chambre de l'artisanat de Meknès et précisément de Mr le président.

Jusqu'à aujourd'hui le siège de la coopérative est ma maison, on a une promesse de la commune rurale de Mhaya de nous octroyer un local pour la coopérative.

Hamdoulah on gagne bien notre vie grâce à ce métier surtout quand on est invité aux foires on commercialise davantage et on fait la connaissance de nouveaux clients.

Notre meilleur produit est la scelle, car la commande est en générale importante en termes de quantité et de prix, la moins chère coûte 5000, 00 Dhs.

Lors des foires, les participants sont pris en charge, mais quand les organisateurs ne font pas beaucoup d'efforts de publicité et de communication la vente est très faible quasi nulle. Le choix de l'emplacement est également important pour la vente.

Les invitations spéciales adressées aux notables de la ville et aux autorités de tutelle nous font connaître de nouveaux clients. Les foires organisées dans les petites villes sont plus rentables que les grandes villes.

Ce métier de broderie permet de créer du travail pour d'autres artisans, surtout pour les scelles 5 autres artisans participent à son élaboration. C'est un domaine qui crée une dynamique économique autour, car les tissus brodés ont besoin d'être confectionné selon le produit demandé.

Pour bénéficier de la subvention de l'initiative nationale du développement humain j'ai fait une tentative pour financer seule les 30% en contractant un crédit à travers l'association de micro crédit ARDI sauf qu'on m'a déconseillée, car le matériel appartiendra à la coopérative et le jour de la démission des membres souhaitant quittés la coopérative elles vont me demander le remboursement de leur part même si je suis la seule à avoir payée.

Le problème essentiel de la coopérative c'est le désaccord entre les membres, j'ai commis une erreur de avoir créé la coopérative avec des membres or ma famille.

Annexe 4: Entretien de l'entrepôt frigorifique AL ITKANE

Je suis agriculteur de père en fils, mon activité consistait principalement à acheter les récoltes et de les stocker dans des entrepôts frigorifiques en attendant la hausse des prix pour pouvoir les vendre, cette activité concernait plusieurs produits les pommes, les pommes de terre, et tous les autres fruits de saison. Mon activité s'est développée avec le temps et je me suis dit pourquoi ne pas monter mon propre frigo et gagner davantage puisque les quantités stockées justifiaient le recours à un frigo, je vendais plus de 1000 tonnes de fruits et légumes, et pour être rentable un frigo doit avoir une capacité minimale de stockage de 2000 tonnes, je me suis renseigné sur les modalités d'investissement et je me suis lancé dans le projet sans aucune connaissance technique, j'ai préféré commencer étape par étape, je me suis dit je fais en premier lieu une capacité de 3000 tonnes et avec le temps si l'activité se développe je fais une extension d'activité et ce que vous voyez là c'est la partie que je compte utiliser pour faire l'extension.

Je n'ai pas eu besoin de financement externe, j'ai tout autofinancé le terrain et le projet, le terrain j'ai choisi mhaya car le terrain est peu cher et est titré au contraire des autres régions aux alentours de Fès où le terrain n'est pas titré. Ce n'est pas donné, mais j'ai choisi le terrain à proximité de la nationale. Pour le financement, l'État donne des subventions allant de 10 à 20 pour cent de la valeur du projet de ce fait j'ai bénéficié d'une subvention de un million huit cent mille dirhams, mais après avoir eu beaucoup de difficultés administratives, car il y a plusieurs intervenants dans le dossier et les difficultés ne faisaient que s'amplifier au fur et à mesure de l'avancement du projet.

Un des problèmes majeurs que j'ai rencontré est le problème d'autorisation, les formalités administratives sont contraignantes et sont essentiellement conçues pour les projets en ville, par exemple pour faire un frigo dans une zone rurale on doit soit disposer d'une ferme de huit hectares minimum et qu'elle soit plantée, soit le faire dans une zone industrielle chose qui n'existe pas nécessairement en zone rurale, et ce qui pose le problème des autorisations, chaque projet nécessite une dérogation et des va et viens entre les différents ministères pour arriver à disposer de cette

fameuse autorisation et ce n'est pas fini, après l'autorisation il va falloir ramener l'électricité au lieu du projet chose qui est quasi impossible vu les montants que l'ONEE sollicite pour un simple raccordement, l'ONEE m'a demandé la colossale somme de trois millions six cent mille dirhams (3 600 000,00 dirhams) juste pour ramener les fils électriques d'une source à une distance de moins de 500 mètres, nous avons dû commencer avec un groupe électrogène vu que nous devons commencer notre activité et qu'on ne peut pas attendre ce raccordement, et cela nous coûtait dix mille dirhams la journée en gasoil ce qui était énorme. Après, nous avons fait quelques interventions pour pouvoir réduire cette somme nécessaire pour le raccordement par l'ONEE, et cette somme a subitement baissé de 3600000 dhs à 320000 dhs.

Pour le personnel, le frigo est géré par un comptable et de formation bac+2 et 5 personnes permanentes en période de stockage, en période de collecte on passe à 80 employés qui sont souvent des journaliers et qui servent à la manutention des caisses de fruits et légumes. La nature de notre activité ne nécessite pas une main-d'œuvre qualifiée et pour l'entretien technique, nous avons un contrat de maintenance avec une société de froid à Fès.

Je considère que j'ai réussi au niveau financier et au niveau personnel, la preuve je suis entrain de faire une extension de l'activité et je fais partie des notables de mhaya.

Annexe 5: Entretien avec le propriétaire du domaine de la pommeraie

Pas mal d'expérience, je suis tours opérateurs, je suis spécialiste du tourisme multi-sportif, redonnée, équestre, pédestre, canoë, mais malheureusement, on s'intéresse plus au haut atlas.

Je suis implanté à Fès, je suis propriétaire de kingHolidays, y a pas raison de ne pas développer l'éco-tourisme, agro-tourisme, le tourisme rural surtout que la région regorge de potentialités qui ne se trouve nulle part ailleurs au Maroc. Le arrière-pays de Marrakech est moins diversifié, mais il est plus exploité que celui de notre région. C'est un terrain qui reste encore vierge, donc j'ai commencé par acheter ce petit lopin là pour faire des redonnés pédestres surtout dans la région de Ait salleh, c'est un circuit que je fait depuis 1992 donc j'ai tissé de bonnes relations avec les habitants de la région qui me connaissent presque tous d'ailleurs avec lesquels j'ai mené des actions qui ont pour principal objectif le développement durable de la région.

Notre philosophie est de transmettre un savoir faire, former quand il le faut et corriger quand il le faut, d'autant plus que j'étais propriétaire d'un domaine de chasse touristique à sidi lahcen lyoussi, mais cela n'a pas abouti, car je pense qu'il fallait faire une étude de la sociologie de la population de la région puisque se sont des gens qui ont une sociologie très spécifique, alors j'ai dû abandonner malheureusement mon projet après 5 ans.

Ici comme vous le constatez, il y a des petites filières parce que comme vous le savez si on veut que le tissu économique marocain évolue il faut qu'il soit garni de petites et moyennes entreprises. Aux Etats Unis, ce n'est pas la région de Atlanta qui fait le bonheur du pays, mais c'est plutôt les petites et moyennes entreprises qui font la force du tissu économique américain.

Donc il faut encourager les petites entreprises même les mono-entreprises, il faudra les développer, les fortifier et c'est ce que j'essaie de faire dans mon entourage selon mon expérience, mon expertise et ma formation.

Donc, pour moi l'objectif est de développer l'agro-tourisme dans cette belle région chose qui est facile avec toutes ses potentialités, il suffit d'avoir de la volonté et un peu de bon sens.

Alors, ensuite m'est venue l'idée de la fromagerie, de par l'expérience de mon grand père qui était le seul producteur de lait de vache, de brebis et de chèvres dans la région de Tanger depuis les années 30 jusqu'au années 50, il vendait le lait en vrac parce que il n'y avait pas de moyens de mise en condition donc il envoyait ces bergers dans l'ancienne médina de Tanger et toutes les vaches, les chèvres et les brebis avait des cloches pour faire savoir aux femmes que le livreur de lait était là.

Alors, j'ai décidé de faire un peu d'élevage, la production de lait journalière je la donnais à mes collaborateurs. La première année, il n'y avait que 10 chèvres qui produisaient du lait, l'année d'après c'était 20 et donc l'idée de faire du fromage est venue comme ça par hasard avec l'excédent de lait que produisaient les chèvres.

Je suis là depuis 2002, mais l'activité fromage n'a commencé qu'en 2008. Aujourd'hui, je suis fier de mon activité surtout que de grands maîtres fromagers ont goûté mon fromage et ils ont aimé et se sont demandés comment ces petits berbères ont pu trouver la bactérie pour faire du "VERT".

Je pense que nous les marocains on n'est pas moins intelligent que les autres donc il n'y a pas de raisons pour ne pas produire de bons fromages tel qu'on fait maintenant: du camembert de chèvre, du brie, du vert, et du roquefort.

Il faut dire que la France c'est le pays des fromages et du vin sauf qu'en faisant des recherches dans l'histoire et ben j'ai trouvé que les berbères produisaient du fromage dans la région et les techniques qu'ils utilisaient sont inspirées des phéniciens.

En fait, j'ai fait le tour de la région et je suis arrivée jusqu'à Midelt et je leur posais la question suivante: que faisiez-vous quand vous aviez un excédant de lait?

Alors il répondait: on faisait 'l'aklila'. Ce qui veut dire qu'ils produisaient une sorte de fromage sans le savoir, et ils en ont jamais parlé ce fromage je l'ai appelé le berbère. Pour moi, je n'ai eu aucune difficulté à monter mon entreprise en milieu rural.

Pour le personnel, je tourne à 9 personnes tous issus de la région avec quelques saisonniers en cas de besoin. Ils ne travaillent pas tous dans la fromagerie, il y a les ruches également.

Je monte actuellement un projet qui s'appelle les coopératives unies, l'idée principale est de faire du Maroc la route du lait de chèvre. Si la chine est la route de la soie pourquoi ne pas faire du Maroc la route du lait de chèvre.

Je travaille avec d'autres voisins de la région sur un protocole scientifique chapoté par le professeur Henry JOYEUX oncologue et un chinois, le professeur Henry Joyeux a été l'hôte du président de la chine et il lui a demandé de faire de la chine la route du lait de chèvre alors que nous on travaille avec lui depuis plus de 3 ans, car les gens prennent de plus en plus conscience des effets néfastes du lait de vache sur la santé et donc selon les pronostics il sera de plus en plus difficile de commercialiser le lait de vache dans les années à venir donc il est judicieux d'essayer de préparer son remplacement par le lait de chèvre qui est le lait le plus proche de la composition du lait de la maman.

Une découverte assez récente est que les patients atteints de cirrhose de foie peuvent être guéris par le lactosérum se trouvant dans le lait de chèvre.

Le lait de chèvre est digeste donc on profite de ce qu'il contient au maximum donc c'est l'avenir.

Je commercialise à travers la vente sur place aux clients de passage et j'ai quelques clients professionnels (hôtels et riads) et l'enseigne « la vie claire » la franchise française est mon premier client ouverte à rabat, 2 magasins à casablanca et une prochaine ouverture à Marrakech.

Annexe 6: Entretien avec le propriétaire du gîte regrabui

En rentrant de France, j'ai fait mon service civil à l'école hôtelière de Fès, J'ai hérité de mon terrain à REGRAGA, j'ai soigné ma ferme sans avoir l'idée d'une activité touristique, ma philosophie était de transmettre à mes employés une ferme zéro plastique, pas un mégot et pas de pordures.... .

Par la suite, des amis français ont eu l'idée de venir à Fès pour monter une maison de hôtes et lors de leur visite à ma ferme ils m'ont proposé de faire une auberge et de travailler ensemble.

Sauf que eux, ils se sont découragés au bout de peu de temps ils sont repartis en France et moi je me suis lancé. J'étais très favorable à l'idée malgré que ma formation n'avait rien avoir ainsi que le métier que j'ai exercé au niveau de l'administration des impôts il ne me manquait que le déclic qui est venu avec le passage de ces amis français.

Surtout que la région se prête à ce genre de activité avec sa belle nature, l'accessibilité à l'eau et à l'électricité malgré la défaillance de l'infrastructure routière. Le démarrage de mon aventure entrepreneuriale était très difficile, il ne suffit pas de dire je faire même en ayant les moyens pour faire. Le premier obstacle est l'administration avec la multitude des papiers à fournir et à préparer le nombre de va et vient, le passage d'une commission constituée de peu près 13 personnes de différentes spécialités.

La réticence de la communauté avoisinante à l'idée de création d'une auberge, un certain nombre de questionnements se sont posés juste parce que j'ai clôturé ma propriété. Il est certain que c'est une commune rurale un peu en retrait par rapport au centre urbain donc l'idée d'accueillir des visiteurs étrangers les effrayait.

La question de vente de alcool se est également posée, en fait tout ça pour dire que la mentalité de la tribu ait oullalbitit et leur éloignement a été un obstacle et une cause de retard de démarrage de mon projet. Certes cela m'a pris du temps pour être admis au sein de la communauté, mais à la fin j'ai eu la paix.

J'ai commencé en 2007 et puis j'ai arrêté pendant 5 ans, à cause du manque de infrastructure routière que la province se était chargée de assurer. Autant que porteur de projet, je me suis chargée de électrification, le branchement en eau ainsi que de autres infrastructures sanitaires, sauf que l'administration locale ne pas tenue sa promesse jusqu'à l'arrivée d'un nouveau gouverneur qui m'a encouragé à reprendre l'activité et qui a essayé de retaper la route menant à notre commune rurale.

Mon objectif était surtout la promotion du tourisme rural, le fait de faire fonctionner ce gîte était surtout un plaisir et un moyen de aider le entourage à avoir des activités génératrices de revenu. Il faut dire que je suis pro-féminin, j'encourage la femme à travailler à être autonome afin de s'imposer au foyer, de scolariser ses enfants et de avoir un peu de argent de côté.

Malheureusement tout seul, j'ai du mal à avancer surtout face à la mentalité archaïque de la population du douar ainsi que celle de l'administration locale qui ressemble à celle de la communauté qui entoure le projet.

Il aurait fallu que la commune aide à la création de petits projets qui vont créer une dynamique économique les autorités locales devaient également s'investir dans se processus de dynamisation de la région.

Si par exemple j'ai été accompagné autant que porteur de projet par ces structures, on aurait pu ensemble aller de l'avant et encourager ainsi des femmes à confectionner des productions artisanales qu'elles auraient vendues aux touristes sur ma propriété et bien de autres emplois indirects.

J'avais proposé également à la province en partenariat avec une association internationale de créer un domaine pour seniors, en fait ce sont des retraités français qui viendraient pour séjourner au Maroc pour une durée de 3 à 4 mois, mais malheureusement cela n'a pas abouti.

Les autorités locales à mon avis ne veulent fournir aucun effort, ils veulent uniquement rester dans leur bureau et attendre le salaire à la fin du mois. Donc pour moi le principal frein à entreprendre en milieu rural c'est l'administration.

Annexe 7: Entretien avec le propriétaire d'huile Mhaya

Je suis agriculteur de père en fils, j'ai une ferme de 40 hectares et je fais aussi l'élevage, l'idée de faire une huilerie vient du fait que la région est connue pour la qualité et la renommée de son huile d'olive ainsi que l'abondance de sa production. J'ai beaucoup hésité avant de me lancer, l'opportunité je l'ai identifiée lorsque moi, mes voisins et ma famille devions tous nous rendre à Fès pour extraire l'huile d'olive. L'idée a beaucoup mûri dans ma tête et après longue réflexion, je me suis décidé à me lancer malgré les difficultés rencontrées au départ. En effet, avant pour faire un projet d'huilerie d'olives cela nécessitait juste un petit local et une machine qui coûte trente mille dirhams, après avec le développement technologique, le procédé d'extraction a évolué et on a vu apparaître des machines à quatre cent mille dirhams et actuellement, il y a un procédé d'extraction d'huile d'olive qui s'appelle extraction à froid en continu et qui nécessite un raccordement en électricité en courant triphasé 380 volts, cette machine est chère et coûte un million cinq cent mille dirhams, mais le ministère de l'agriculture subventionne cette machine à hauteur de cinquante pour cent dans le cadre de la modernisation de l'appareil productif et de la protection de l'environnement, en effet, cette machine nous oblige à utiliser un bassin de récupération des déchets nocifs et qui est une obligation sanitaire pour l'octroi de l'autorisation administrative. J'ai bataillé pour avoir cette autorisation, surtout que l'opération d'extraction d'huile d'olives est une activité saisonnière qui commence le mois d'octobre et qui s'achève le mois de février, et le retard des autorisations administratives nous a fait rater toute une saison.

Pour le financement, j'ai eu recours à un apport personnel et la subvention du ministère de l'agriculture mais les procédures d'octroi de la subvention sont très longues et sont déléguées au Crédit Agricole. Il y a aussi le souci de l'environnement, les huileries sont très contrôlées et je reçois la visite fréquente des agents de contrôle sanitaire. J'étais obligé de choisir la forme juridique SARL, car pour bénéficier de la subvention et récupérer la TVA sur l'investissement le comptable m'a recommandé cette forme juridique qui protège les biens personnels de l'entrepreneur.

Nous avons des clients qui nous viennent de toute la région, nous n'avons pas besoin de faire de la publicité c'est le client qui nous sollicite et surtout quand les machines d'extraction en continu permettent de traiter des tonnes d'olives quotidiennement. Le personnel en saison de collecte d'olives effectif est de 15 employés et dont la formation n'est pas nécessaire pour la bonne marche de l'huile. Je estime avoir réussi mon projet et qui me rapporte suffisamment de bénéfices.

Annexe 8: Entretien avec le propriétaire du gîte Karine

Au départ pourquoi j'ai créé ce gîte, comme j'ai vécu en France, étudié en France, je suis directement venue de France à Er-Rachidia, et j'ai ouvert une agence de location de voitures qui n'a rien à avoir avec mon activité actuelle, j'ai bien travaillé pendant 10 ans, et après vous savez comment ça se passe au Maroc, beaucoup d'autres agences de location ont ouvert, et on est devenu très nombreux et puis j'ai commencé à me lasser et j'ai commencé à chercher à changer d'activité puisque celle-ci est devenue de moins en moins rentable, je gagnais bien ma vie avec les marocains et les étrangers, mais avec la baisse des prix et des marges vu la concurrence de plus en plus agressive, c'est pour ça que j'ai commencé à réfléchir à autre chose, je me suis dit soit je rentre en France soit je me trouve une autre activité ou carrément je change de ville et ouvrir une autre agence de location de voitures. Je suis venue ici pour ouvrir une autre agence de location de voitures, mais à Fès c'était trop risqué à Fès et à Meknès il y a trop d'agences de location de voitures et c'est pour ça que j'ai décidé d'ouvrir ici, l'idée d'ouvrir ici vient de mon fils, j'ai un fils qui a 33 ans et qui est venu en vacances chez moi et j'étais à Errachidia, il est venu en hiver, il neigeait, je suis venue d'Errachidia le récupérer de l'aéroport de Fès, et on est parti faire la tournée des villes de l'hajeb, Azrou et Ifrane, et sur la route on a eu un accident de route, la voiture a glissé, mon fils a été en colère et m'a dit que c'est ce que tu fais au Maroc, égaré au bout du monde, achète toi quelque chose à côté de l'aéroport.

L'idée n'était pas d'avoir un gîte, mais d'acheter une maison pour que je puisse y accueillir mon fils dès son arrivée de l'aéroport, sans qu'il y ait de pépins, j'ai commencé à chercher ici et j'ai acheté ici juste pour m'installer. Puis, je me suis mis à faire des aller-retour vers Errachidia, car j'ai gardé mon agence de location de voitures à Errachidia, et ça me faisait trop d'aller-retour et puis finalement je me suis dit l'agence de location de voitures n'est plus rentable et pourquoi pas faire un truc qui puisse apporter de l'argent et qui puisse faire travailler des gens. La deuxième raison c'est que mes origines sont d'ici, c'est un retour aux sources, Donc je me suis installé ici au départ pour habiter, et après pour faire le projet, et ici je ne suis pas dépaysé, mes origines sont d'ici.

Toute ma famille est ici, mes tantes, mes oncles, mes proches, tout le monde vit ici, j'ai commencé à réfléchir à ce que j'allais faire et c'est alors que j'ai décidé de transformer ma maison en gîte.

Les gens sont vraiment sympathiques autour de moi et j'ai bénéficié de l'aide d'un autre entrepreneur ici qui a beaucoup aidé pour avoir l'autorisation surtout que j'ai eu beaucoup de complications pour l'avoir, question démarches administratives c'était très très dur, et c'est cet autre entrepreneur qui m'a donné un coup de pouce, qui m'a facilité les démarches administratives, j'ai eu après mon autorisation d'exercer.

Puisque ça fait 4 ans que je suis là, mais je n'ai ouvert que le mois de août, j'ai eu un succès fou, j'ai une clientèle nationale de casa et de rabat, je suis référencée sur booking, et par rapport à ces sites web c'est du bouche à oreille.

J'étais pas au courant que les gens qui viennent de l'étranger peuvent bénéficier de l'aide de l'État, de ce fait j'ai tout autofinancé, je l'ai su après, je suis entrain de monter un dossier en vu de faire une extension de l'activité parce que je n'ai pas assez de chambres et je sais que l'été je n'ai pas suffisamment de chambres pour faire face au pic d'activité, je compte faire des petits chalets, et je cherche une aide financière si j'en ai le droit, J'ai une superficie totale de 2600 mètres carrés.

Pour le personnel j'ai 3 salariés fixes, un couple et une aide que j'ai amené avec moi de Errachidia qui a un bac+2 diplôme de commerce et qui parle les langues. En haute saison, je rajoute 2 salariés, mais j'ai eu de graves problèmes avec eux, Je ne suis pas du métier, mais je suis aventurier et je fonce, Ces deux salariés je les ai amenés de Fès, ils ne sont pas d'ici, ils travaillaient dans des maisons d'hôtes et sont venues m'aider pour lancer mon gîte, j'avais des clients ici qui venaient pour passer des séjours de 3 à 7 jours et ils partaient prématurément. Je n'ai pas compris pourquoi mes clients raccourcissaient leurs séjours après, je me suis rendu compte que ces deux salariés détournaient les clients du gîte vers les maisons d'hôtes de Fès moyennant une commission et j'ai découvert cela par hasard. Je les ai virés. Je garde mes salariés avec moi, je leur fais confiance que j'ai de l'activité ou non ils sont payés.

J'étais médecin en France et j'ai eu un problème professionnel, je suis grand mère, je pars mensuellement en France. En France, on paie trop d'impôts c'est pour ça que je n'ai pas voulu y investir, on paie pour les chômeurs ce n'est pas équitable. En fait, je suis médecin, j'ai eu mes diplômes, j'ai voulu être indépendante, j'ai été interdite d'exercer en Europe. Je suis venue pour travailler au Maroc pour ouvrir une clinique, avant j'ai été au Sénégal, mais je n'ai pas aimé et finalement je suis venue au Maroc. La commune m'a soutenue avec l'ancien président de commune, le caïd aussi m'a soutenue, la commission m'a soutenue, mais les pompiers ont refusé de m'accorder l'autorisation à cause de l'oued. En hiver, il n'y a pas mal de monde quand même vu la proximité de la ville de frane. La commune m'a vraiment soutenue, mais avec l'avis défavorable des pompiers ça a bloqué.

Je considère avoir réussi, l'activité est à ses débuts. C'est trop compliqué de faire des affaires au Maroc, on m'a donné un terrain de 5ha pour faire une clinique, mais les complications administratives m'ont dissuadées et je suis tombée malade et j'ai abandonné.

Au départ, j'ai eu le soutien de mon frère colonel à Errachidia qui m'assistait dans toutes mes démarches. Une femme a plus de facilités pour faire un projet au Maroc qu'un homme, je pense, j'ai rencontré plus de facilités sauf avec l'administration. Le Maroc a changé. Les hommes nous respectent mieux qu'avant. Je suis contente. Il y a égalité des sexes, la femme a des droits. Je me sens chez moi bien respectée, je suis contente du Maroc sous tous les angles. Les problèmes que j'ai rencontrés c'est des problèmes normaux quand on n'y connaît rien et qu'on s'en aperçoit c'est évident qu'on vous arnaque qu'on vous fasse des coups.

Ma formation coté tourisme, je fonce j'apprends sur le tas, au pire des cas je perds de l'argent, tant que c'est question de finance et que cela ne touche pas la santé hamdoullah. Même si je suis loin de mon domaine de formation initiale, je réussis mes projets, je suis aventurière de nature et je fonce, rien ne me dissuade, en tourisme l'essentiel c'est l'accueil, l'hospitalité, et ça capte les clients qui viennent pour un cours séjour et qui restent pour plus longtemps ; les clients sont satisfaits tout est personnalisé et authentique. Les problèmes du personnel de la région, pas de formation et la mauvaise foi qui prime.

Annexe 9: Entretien avec la présidente de la coopérative Aryaf

J'ai fait des études en agroécologie en France, une licence au Maroc et j'ai travaillé 15 ans chez Nestlé. J'ai fait ces études pour faire plaisir à mon père qui rêvait que l'on fasse nos propres fromages. Au bout d'un moment, j'en ai eu marre de travailler en ville, j'ai voulu rentrer dans ma région d'origine, cela me manquait.

À mon retour dans le pré-Rif, mon père m'a alors sollicitée pour que l'on fasse ce fromage, mais j'avais compris durant mes études que c'était compliqué. C'est une denrée périssable, nous étions trop loin de tous les centres commerciaux qui auraient pu nous l'acheter. J'ai insisté pour que l'huile d'olive soit notre produit phare, car c'est un aliment non périssable et tout le monde possède des oliviers dans notre région.

Je suis originaire de la commune rurale Kissane, j'ai pu étudier à l'étranger, mais j'ai toujours eu ce sentiment que c'est de mon devoir d'agir au niveau de ma région.

Donc, j'ai décidé d'accompagner les paysannes et paysans de se regrouper en associations et coopératives et de développer des activités génératrices de revenus tout en respectant l'environnement.

Mon souci permanent est que ma commune soit exempte le plus possible de produits chimiques. Ma région du pré-Rif est très sensible et souffre de plusieurs problèmes : la culture du cannabis qui est un grand utilisateur d'engrais chimique ainsi qu'une perte généralisée de biodiversité et une érosion des sols. De ce fait, la formation pour faire du composte, la mise en place des haies, des arbres et des forêts fruitières chez les paysannes, la sauvegarde de la biodiversité, le maintien et la création des corridors écologiques .etc sont primordiaux pour maintenir l'équilibre environnemental de notre région.

Dans notre commune montagneuse de Kissane, dans la province de Taounate, on constate vraiment les effets du changement climatique. Les gens le voient et disent : « Avant, le blé était plus haut, et il n'avait pas besoin de traitement ». J'ai l'impression que en plus, le savoir-faire agricole des anciens est en train de se perdre . et cela aggrave encore la situation.

Si on laisse la région comme ça, on va dans le mur. Je pense qu'une des solutions, c'est l'agroécologie, une pratique qui rend la relation entre les personnes et la nature harmonieuse et que je défends. Ici, nous, les femmes, nous sommes les plus réceptives à la protection de nos semences locales et anciennes. On a d'ailleurs créé un groupe dans lequel on s'échange nos semences. Les femmes sont les premières concernées par le changement climatique, car elles sont les principales à travailler dehors. Elles sont aussi les premières à agir pour s'adapter au changement climatique.

Notre but, c'est que toute la commune rurale où l'on vit prenne conscience de l'importance d'une agriculture durable. Mais il est nécessaire d'allier ces prises de conscience à des activités génératrices de revenus. Si la femme gagne sa vie correctement, elle va rester à la campagne. Autrement, elle va pousser sa famille à partir. On ne peut pas être seul, il faut se regrouper ! Par exemple, les aides des ministères ne sont percevables que par un ensemble de personnes. Je suis adhérente à une coopérative agricole et j'en ai créé d'autres : je pousse les gens, et les femmes, à travailler ensemble.

J'ai démarré en 2002 autant que agricultrice je fais de l'agriculture durable mon approche est écologique biologique et sociale. Pour être rentable on ne peut pas faire un seul produit, on est dans la biodiversité donc j'ai créé une coopérative agricole de culture pour la valorisation des olives et de l'huile d'olive et je crée des activités génératrices de revenu avec et pour les jeunes de la région.

J'étais membre fondateur et présidente de la coopérative et puis par la suite j'ai poussé une autre personne à être à la tête de la coopérative pour qu'il ne compte pas tout le temps sur moi. Mais avec la nouvelle loi des coopératives je suis redevenu présidente depuis 3 mois.

L'agriculture à mon avis et telle que je l'ai connue est un domaine familial La coopérative compte 23 membres hommes et femmes mon approche est très participative même avec l'existence du bureau exécutif j'ai créé des commissions afin d'impliquer tous les membres dans la prise de décision.

L'agriculture et l'apiculture ne suffit pas dans les zones montagneuse éloignées très difficiles, notre essentiel problématique c'est qu'on est loin du pouvoir d'achat, même si j'ai obtenu l'homologation, à savoir le label agriculture biologique. C'est une grande avancée pour nous. Durant trois ans nous avons fait pratiquement que de la formation, cependant qui dit certification dit coût plus élevé, car la certification coûte chère et le consommateur autour de nous n'est pas aussi sensible au caractère biologique qu'au coût, quand on dit au tour de nous Taounate et même les villes proches Fès et Meknes.

Les consommateurs de l'axe rabat Casablanca et de Marrakech sont plus sensible à l'aspect biologique.

J'ai beaucoup investi en formation pour essayer de combler les lacunes du niveau d'études des jeunes de la région à travers des conventions avec organismes internationaux et nationaux et en assurant moi même des formations au profit des jeunes de la région et en les assistant lors de la création de leurs projets.

Je travaille en parallèle avec l'agriculture depuis 2008 sur le développement du tourisme rural, j'y crois beaucoup comme activité complémentaire qui peu procurer des emplois indirectes aux jeunes de la région, mais ce qui nous pose problème côté tourisme c'est l'infrastructure routière c'est malheureux d'avoir une aussi belle région de ne pas pouvoir en profiter à cause des routes non fêtes. D'ailleurs il y a un jeune gîteur fils de la région qui à abandonné son projet à cause des réclamations des clients concernant le chemin d'accès au gîte.

On a transformé la ferme familiale en gîte rural, on accueille à travers l'association de sport que mon père avait créée en 1997 et moi j'ai introduit la dimension environnementale donc c'est l'association qui reçoit soit chez nous on a arrive à recevoir 15 à 20 personnes soit chez les agriculteurs ou agricultrices selon le type de touriste reçu.

A mon avis je suis arrivée à réaliser les buts escomptés au début de mon aventure entrepreneuriale sur le plan social et environnemental cependant économiquement ce n'est pas encore une réussite parce qu'il ya de énormes problèmes liés essentiellement à l'accessibilité de la région.

En plus pour défendre ton projet auprès des administrations afin de bénéficier de subvention du ministère de l'agriculture par exemple, il faut avoir du souffle faire beaucoup d'allers et retours et subir une lourdeur administrative qui vous empêche de continuer. Certaines conditions posées sont presque impossibles à réaliser par les petits agriculteurs chose qui les discrimine et par conséquent se sont les gros agriculteurs qui profitent de ces subventions.

Beaucoup de programmes ont été lancés pour développer le monde rural sauf que la mise en œuvre de ces programmes reste toujours inachevée à cause des procédures administratives compliquées et le manque de communication avec les entrepreneurs en milieu rural. Le seul organisme efficace et dont les actions sont concrètes c'est l'initiative nationale pour le développement humain.

Un autre handicap qui freine surtout la promotion du tourisme c'est l'absence de l'infrastructure du ministère de la santé qui peut nous venir en aide en cas de besoin juste pour assurer les premiers soins aux touristes.

Je me suis installée toute seule sur place mes enfants sont restés en ville pour pouvoir poursuivre leurs études donc c'est une situation assez contraignante également.

Il est sûr que on a une grande défaillance côté communication, mais je vais m'y mettre très prochaine parce que actuellement vous ne nous trouvez nulle part je compte me concentrer sur le site du gîte que j'avais un peu abandonné à cause de mes occupations agricoles.

Annexe 10: Entretien avec le président de la coopérative AL IZ

Coopérative AL IZ est une coopérative installée à RAS TBOUDA qui travaille sur les produits de la ruche, les produits cosmétiques naturels (les shampoings, les crèmes, le savon, les baumes et le écran solaire), les huiles végétales et les huiles essentielles.

Le commencement étaient une continuité de l'activité familiale à savoir l'apiculture qui se faisant de manière traditionnelle donc j'ai pensé au développement de cette activité en remplaçant au début les ruches traditionnelles par les ruches modernes ensuite j'ai pensé à la formation professionnelle pour réussir le développement souhaité.

Sauf que pour avoir plus de poids et pouvoir se contraindre il était nécessaire de se former en coopérative, on est 7 membres issus tous de ras tbouda et travaillant dans l'agriculture et surtout l'apiculture. Par la suite on est allé même plus loin et on a formé une association régionale composée de 26 coopératives l'objectif principal était la formation des apiculteurs afin de acquérir les nouvelles méthodes et les plus optimales pour obtenir du miel de très bonne qualité et cela grâce à des ONG étrangères.

Donc grâce à cette association on a pu bénéficier d'un grand nombre de formations dispensées par des experts internationaux en contrepartie uniquement du logement et de la restauration, toutes les autres dépenses étaient assurées par les ONG internationales.

Contrairement à ce que tout le monde pense, la constitution de notre coopérative n'a jamais eu comme objectif le fait de profiter du financement de la part des organismes tel que l'initiative nationale de développement humain, notre objectif était celui de se contraindre et de bénéficier de la formation continue pour aller de l'avant.

EN 2001 j'ai eu ma licence en physique, mais je suis revenu pour travailler avec la famille dans l'agriculture j'ai créé mon premier projet celui de l'élevage des lapins grâce au financement de MOUKAWALATI puis j'ai pensé au développement de l'activité de l'apiculture en passant des méthodes traditionnelles aux nouvelles techniques.

En 2015, j'ai préparé une deuxième licence en phytothérapie pour approfondir mes connaissances acquises grâce aux formations professionnelles complémentaires reçues tout au long des dix dernières années. Je prépare actuellement un master en biologie en relation avec les produits de la ruche et leurs bienfaits pour la santé.

La raison même comme j'ai dit tout à l'heure de la constitution de la coopérative est la formation, en fait les formations en produits cosmétiques avaient pour objectif de former les participants à savoir comment fabriquer ces produits à base de produits naturels.

J'ai ensuite cherché des formations dans le domaine cosmétique que j'ai financé moi même, et par la suite j'ai essayé avec d'autres jeunes de faire une campagne de formation gratuite dans la région pour sensibiliser les gens de la région et les informer et leur apprendre à fabriquer les produits cosmétiques à base de produits naturels surtout ceux issus de la ruche.

Ainsi la production des produits cosmétiques naturels a été plus importante et grâce à cette production notre association a été capable de signer une convention avec Maroc TASWIK et on a pu commercialiser nos produits sur presque tout le Maroc.

Le malheur c'est que beaucoup de personnes malhonnêtes commercialisent des produits dont ils ne connaissent même pas l'origine comme produits naturels.

On a commencé par la participation à des foires et c'est là où a pris contact la première fois avec Maroc TASWIK

La principale contrainte rencontrée par notre association est la lourdeur des procédures administratives et la résistance au changement de la part du personnel de la direction régionale du ministère de l'agriculture

Le problème c'est que même pour bénéficier de subvention de la part de l'initiative nationale de développement humain et de la fondation Mohamed VI pour la solidarité le passage par l'administration est obligatoire et pour nous dès qu'il s'agit de traiter avec les fonctionnaires du ministère de l'agriculture ce sont des actions sans issues.

Mais, on a pu grâce à nos propres moyens et au travail de groupe de développer et par conséquent de générer des bénéfices cependant l'infrastructure routière représente un obstacle à la commercialisation de nos produits. Les foires sont le moyen phare qui nous permet de rencontrer des clients et leur présenter nos produits, sauf que le ministère de l'agriculture intervient dans le choix des coopératives qui participent aux foires est là encore un frein à la commercialisation de nos produits à cause de l'administration.

En plus, les fonctionnaires de l'administration découragent les jeunes de la région à créer des coopératives au lieu de les encourager et de leur expliquer les procédures à suivre, la création de ces coopératives et associations auraient pu créer une dynamique économique favorable pour la région.

Malgré tous ces obstacles, on a pu développer des produits de haute qualité avec lesquels on a gagné des prix internationaux et qu'on a commercialisé même à l'étranger, toutefois il faut signaler que le maillon fort de notre réussite est la formation continue. D'ailleurs mon mémoire de licence de l'année dernière a présenté une nouvelle méthode utilisée pour la première fois au Maroc celle de l'extraction du venin d'abeilles.

Pour l'avenir, je compte organiser des sorties scolaires et des journées d'études pour les élèves pour découvrir la production des produits naturels et de essayer de leur faire des expériences eux-mêmes.

Annexe 11: Entretien avec le président de la coopérative Noor

On a toujours vécu de l'agriculture mon père a fait un peu d'apiculture, mais de manière traditionnelle, je me suis intéressé à ce domaine et j'ai essayé de chercher la façon de développer la production des abeilles. J'ai pris contact avec les gens de la région, hommes et femmes qui travaillent dans le même domaine et on s'est organisé en coopérative

Notre départ était en 2010 et en a eu la chance de coïncider avec le lancement du projet de l'initiative nationale de développement humain on a déposé notre dossier de création de coopérative ainsi qu'un petit aperçu sur l'activité qu'on voulait développer et donc on a profité du financement de l'INDH, on avoue sans lequel on aurait jamais pu démarrer.

Après notre première expérience la production nous a permis de dégager un bénéfice contrairement à beaucoup d'autres coopératives dans le domaine de l'apiculture et dans d'autres domaines ceci est dû essentiellement à un travail continu de la part de toute l'équipe qui a déjà une expérience dans le domaines et avec laquelle j'essaie de chercher les nouvelles méthodes de production ainsi que les accessoires nécessaires pour la commercialisation et les méthodes pour toucher une clientèle plus large.

Le premier point sur lequel on a travaillé est l'emballage, on s'est déplacé à casa on a ramené les bouteilles en verre et on a essayé de s'informer auprès des gens qui nous ont précédé dans le secteur. Grâce à la qualité obtenue de notre produit et l'emballage qui l'a encore mis en valeur, on a pu décrocher des stands dans des foires marocaines.

Après avoir réussi à développer l'activité principale de la coopérative, on a pensé à profiter des autres ressources de la région de taounate à savoir les figes, les amandes et les noix.

Pour ces produits également notre mission était de les mettre en valeur grâce à un emballage bien soigné respectant les normes d'hygiène et comportant la date de production et de péremption. Ce travail nous a permis de faire d'excellentes ventes au niveau des foires nationales.

Une fois notre place dans le marché régional et national a été assurée. Notre coopérative a cherché à se différencier en exploitant au maximum la ruche et de ne pas s'arrêter à la production du miel de d'extraire de cette mine d'or différents produits très bénéfiques et exploités surtout dans le secteur pharmaceutique. Ces produits sont le propolis, la gelée royale et le pollen.

Le propolis est le produit qui protège la ruche, il est utilisé par les abeilles pour se défendre contre les aléas du climat et contre les insectes qui peuvent rentrer dans la ruche.

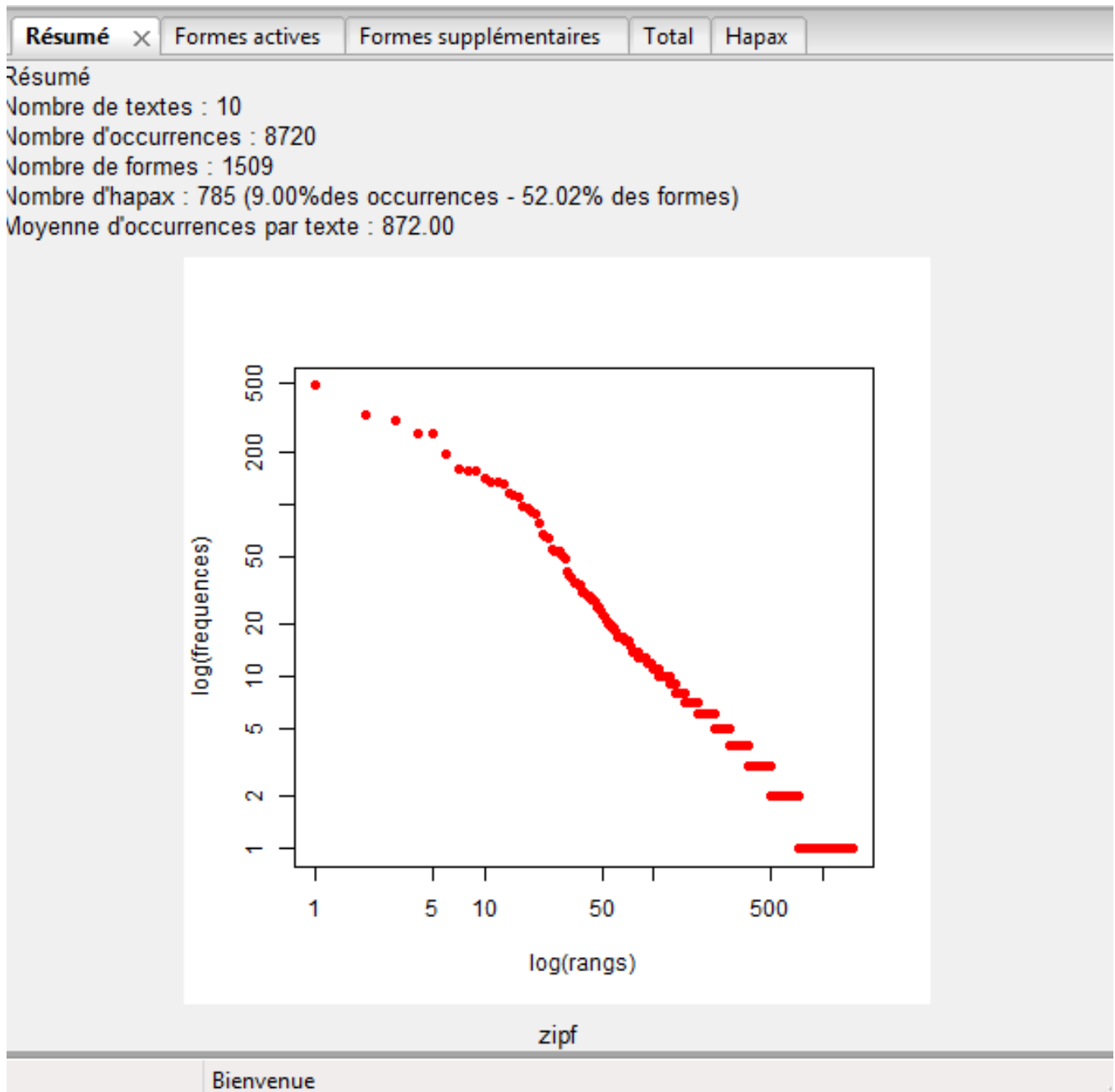
Les techniques de refroidissement utilisées pour extraire le propolis sont très difficiles. Après refroidissement, il est broyé pour en finale obtenir le propolis sous forme de poudre. Il est à noter que le propolis est considéré comme antibiotique naturel.

Le projet sur lequel on travaille actuellement est la déshydratation des figues, ce projet est en cours d'étude avec les autorités locales pour l'octroi d'un local à dédier à cette activité. Les projets d'avenir de notre coopérative sont la commercialisation de nos produits à l'échelle internationale et l'exploitation de nos produits.

La région est connue par sa production agricole de qualité donc notre objectif n'est pas uniquement de subvenir aux besoins des adhérents de la coopérative, mais également de promouvoir les potentiels de la région.

Il y a un manque d'information et des difficultés pour la création de la coopérative et beaucoup d'obstacles administratifs pour arriver à l'étape à laquelle on est arrivé. Notre coopérative est constituée de 18 adhérents qui travaillent principalement dans l'apiculture.

Annexes 12: Résumé des statistiques textuelles du corpus global



Annexe 13: Formes actives des statistiques textuelles du corpus global

Résumé		Formes actives		Formes supplémentaires		Total		Hapax	
Forme	Freq.		Types						
région	41		nom						
activité	35		nom						
coopérative	28		nom						
projet	27		nom						
aller	25		nom						
venir	24		ver						
formation	22		nom						
produit	22		nom						
client	21		nom						
créer	20		ver						
travailler	18		ver						
commencer	17		ver						
lait	17		nom						
maroc	17		nr						
famille	16		nom						
premier	16		adj						
rural	16		adj						
idée	15		nom						
agriculture	14		nom						
femme	14		nom						
fès	14		nr						
personnel	14		adj						
administratif	13		adj						
autorisation	13		nom						
jeune	13		adj						
petit	13		adj						
commun	12		adj						
foire	12		nom						
terrain	12		nom						
Bienvenue									

Annexe 14: Formes totales des statistiques textuelles du corpus global

Résumé	Formes actives	Formes supplémentaires	Total	Hapax
Forme	Freq. ↓	Types		
de	488	pre		
avoir	327	aux		
être	306	aux		
et	258	con		
la	258	art_def		
l	194	art_def		
les	161	art_def		
le	157	art_def		
à	156	pre		
j	141	pro_per		
d	133	pre		
je	133	pro_per		
pour	130	pre		
en	117	pre		
des	112	art_ind		
que	110	pro_rel		
une	98	art_ind		
faire	94	ver_sup		
un	90	art_ind		
qui	87	pro_rel		
ne	78	adv_sup		
pas	67	adv_sup		
du	65	art_def		
on	63	pro_per		
avec	55	pre		
au	54	art_def		
il	53	pro_per		
mon	53	adj_pos		
dans	51	pre		

Bienvenue

Annexe 15: Formes supplémentaires des statistiques textuelles du corpus global

Résumé		Formes actives		Formes supplémentaires		Total	Hapax	
Forme		Freq. ↓		Types				
de		488		pre				
avoir		327		aux				
être		306		aux				
et		258		con				
la		258		art_def				
l		194		art_def				
les		161		art_def				
le		157		art_def				
à		156		pre				
j		141		pro_per				
d		133		pre				
je		133		pro_per				
pour		130		pre				
en		117		pre				
des		112		art_ind				
que		110		pro_rel				
une		98		art_ind				
faire		94		ver_sup				
un		90		art_ind				
qui		87		pro_rel				
ne		78		adv_sup				
pas		67		adv_sup				
du		65		art_def				
on		63		pro_per				
avec		55		pre				
au		54		art_def				
il		53		pro_per				
mon		53		adj_pos				
dans		51		pre				
		Bienvenue						

Annexe 16: Formes Hapax des statistiques textuelles du corpus global

Résumé	Formes actives	Formes supplémentaires	Total	Hapax X
Forme	Freq. ↓		Types	
évolution	1		nom	
éviter	1		ver	
évident	1		adj	
évidemment	1		adv	
état	1		nom	
établir	1		ver	
érosion	1		nom	
équitable	1		adj	
équilibre	1		nom	
équestre	1		adj	
épargner	1		ver	
énorme	1		adj	
élève	1		nom	
éloigné	1		adj	
éloignement	1		nom	
élevé	1		adj	
électrification	1		nom	
élaboration	1		nom	
égaré	1		adj	
égalité	1		nom	
écran	1		nom	
économiquement	1		adv	
économie	1		nom	
écologie	1		nom	
école	1		nom	
éco	1		nr	
échouer	1		ver	
échelle	1		nom	
échange	1		nom	

TABLES DE MATIERES

Remerciement	..
Dédicace	.
Liste des tableaux	.
Liste des figures	.
Liste des graphiques	.
Liste des annexes	..
Sommaire	..1
Introduction générale2
Chapitre 1: Revue de littérature13
Introduction13
I- L'entrepreneuriat : approches théoriques et modèles d'émergence15
I.1. Les fondements théoriques du concept de l'entrepreneuriat15
I.1.1. L'approche fonctionnelle / l'approche économique15
I.1.1.1. Portée générale16
I.1.1.2 Le paradigme de l'opportunité d'affaires17
I.1.1.3 Le paradigme de l'innovation19
I.1.1.4 Le paradigme de la création de valeur19
I.1.2. L'approche centrée sur les individus21
I.1.2.1 Portée générale23
I.1.2.2 Les caractéristiques personnelles couramment étudiées26
Les opinions et les attitudes27
L'initiative personnelle32
I.1.2.3 Les modèles centrés sur les raisons de s'engager dans une activité34
I.1.3. L'approche processuelle ou interactionniste44
I.1.3.1 Portée générale45
I.1.3.2 Le paradigme d'émergence organisationnelle46
I.1.3.3 Les modèles prédictifs : l'intention47
I.1.3.4. Processus entrepreneurial56
I.2. Les principaux modèles d'émergence de l'entrepreneuriat61
I.2.1 Le modèle de Shapero(1975)61
I.2.1.1. Les déplacements62
I.2.1.2. La disposition à l'acte64
I.2.1.3. La crédibilité de l'acte64

1.2.1.4. La disponibilité des ressources.....	66
1.2.2 Le modèle stratégique de l'entrepreneuriat D'HERNANDEZ (1999).....	67
1.2.3 Le modèle du milieu incubateur de l'entrepreneuriat (PRÉVOST, 1993)	71
II - L'entrepreneuriat rural: spécificités du milieu et de l'activité.....	77
II.1 L'entrepreneuriat entre lieu et espace	77
II.2. L'entrepreneuriat en milieu rural.....	80
II.3 Etat de la recherche sur l'entrepreneuriat rural.....	82
II.4 Définition de l'entrepreneuriat rural:	86
II.5. Limites de la recherche en entrepreneuriat rural	88
II.5.1.Limites théoriques.....	88
II.5.2.Limites historiques	88
II.5.3. Limites environnementales	89
II.5.4. Limites empiriques.....	90
II.5.5. Limites fonctionnelles	91
II.5.6. Limites relatives aux méthodes statistiques utilisées en entrepreneuriat rural	92
II.6. Pistes de recherche sur l'entrepreneuriat rural	92
II.6.1.Etudes théoriques.....	93
II.6.2. Etudes historiques	93
II.6.3. Etudes environnementales	94
Conclusion	95
Chapitre 2 : L'espace rural, milieu entrepreneurial	98
Introduction	98
I- Approches théoriques	101
I. 1 Revue de littérature de l'espace rural	101
1.1.1 Défis associés à la définition du terme " rural "	102
1.1.2. Types de définitions pour les régions rurales	105
1.1.2.1. Une définition négative.....	106
1.1.2.2. Définition sociale.....	106
1.1.2.3. Définition géographique	107
1.1.3. Limites liées à la définition de l'espace rural.....	110
1.1.4. Définition proposée intégrant la géographie et l'accessibilité.....	113
I.2. Revue de littérature sur les entreprises rurales:	115
1.2.1. Caractéristiques des petites entreprises rurales	116
1.2.2. Caractéristiques des entrepreneurs ruraux.....	119

1.2.2.1. Les motivations pour le démarrage.....	119
1.2.2.2. L'orientation Objectif.....	122
1.2.2.3. L'expérience des affaires précédentes.....	125
1.2.2.4. Origine Avant la vie dans les zones rurales.....	126
1.2.2.5. Le sexe.....	129
1.2.3. Défis rencontrés par les entreprises rurales.....	130
1.2.3.1. Défis liés à l'emplacement en fonction de la distance.....	132
1.2.3.2. Les défis liés à l'accessibilité du marché.....	134
1.2.3.3. Les défis liés à la disponibilité et l'état des infrastructures.....	136
1.2.3.4. Les défis liés aux ressources humaines.....	140
1.2.3.5. Les défis liés à la communauté.....	141
1.2.4 Le gap dans la littérature abordée sur les entreprises rurales.....	143
1.2.4.1. Gap en matière d'hypothèses dans la littérature.....	143
1.2.4.2. Les lacunes dans l'unité d'analyse.....	144
1.2.4.3 Les lacunes de l'examen d'un contexte géographique spécifique.....	146
1.2.4.4. Les lacunes dans la méthodologie de recherche des études antérieures.....	147
II- Cas du Maroc:.....	148
II.1. L'espace rural au Maroc.....	148
II.1.1 Etat des lieux du monde rural au Maroc.....	148
II.1.2. Caractéristiques du monde rural au Maroc:.....	150
II.1.3. Les efforts déployés pour encourager l'entrepreneuriat rural.....	154
II.1.4 La définition du rural au Maroc.....	156
II.2 Caractéristiques des PME marocaines.....	159
II.2.1 Les petites et moyennes entreprises.....	160
II.2.2 Les très petites entreprises:.....	162
II.2.3. Les domaines d'activités de l'entrepreneuriat rural.....	167
II.2.3.1. Une nouvelle agriculture pour un milieu rural en mutation.....	167
II.2.3.2. Le tourisme rural: vecteur de développement du monde rural.....	169
II.2.3.3 - L'artisanat rural, vecteur du développement du monde rural insuffisamment exploité.....	171
II.2.4 L'initiative nationale du développement humain : nouvel acteur institutionnel.....	172
II.2.5 La valeur ajoutée de l'entrepreneuriat rural.....	173
Conclusion.....	177
Chapitre 3 : Méthodologie de recherche.....	180

Introduction	180
I- Le design de la recherche.....	180
II. Terrain de l'étude, population étudiée.....	185
II.1. Le terrain de l'étude : La région Fès Mèknes.....	185
II.1.1 Ressources de la région:	187
II.1.1.1. Climat et précipitations:.....	187
II.1.1.2. Ressources hydrographiques.....	187
II.1.1.3. Eaux de surface.....	188
II.1.1.4 Eaux souterraines.....	189
II.1.1.5 Les ressources forestières.....	190
II.1.2. Contraintes au développement de la région.....	192
II.1.2.1 Le réseau routier.....	192
II.1.2.2. Le réseau ferroviaire.....	193
II.1.2.3. L'infrastructure aéroportuaire	193
II.1.2.4. Alimentation en Eau potable.....	194
II.1.2.5. L'électrification	194
II.1.2.6. Poste et télécommunications.....	195
II.1.3. Secteurs productifs:.....	196
II.1.3.1 L'agriculture.....	196
II.1.3.2 L'élevage	198
II.1.3.3. L'industrie	199
II.1.3.4. Les mines	200
II.1.3.5. Le tourisme.....	201
II.1.3.6 L'artisanat.....	203
II.1.4. Choix du terrain de l'étude	203
II.2 Population du terrain de l'étude.....	204
II.2.1. Densité de la population.....	204
II.2.2 Taux de accroissement de la population.....	205
II.2.3 Urbanisation	205
II.2.4 Armature Urbaine.....	206
II.2.5 Activité et chômage	206
II.2.6 Pauvreté et développement humain	206
II.2.7. Echantillon de l'étude	208
III. Méthode de collecte des données.....	209

III.1. Type de données primaires.....	209
III.2. Guide de l'entretien.....	210
III.3 Procédures d'enregistrement.....	211
IV. Méthode de traitement et d'analyse des données ou informations:.....	211
IV.1. Méthode de traitement.....	211
IV.2. Analyse des données ou informations.....	213
V. La crédibilité de la méthodologie.....	214
V.1. Questions entourant la généralisation.....	215
V.2. Questions entourant la fiabilité.....	216
V.3. Questions entourant la validité.....	217
V.4. Mesures pour assurer la crédibilité de la recherche.....	217
APHI.....	217
Conclusion.....	218
Chapitre IV: Etat actuel de l'entrepreneuriat en milieu rural.....	219
Introduction.....	219
I. Etudes de cas.....	223
Présentation du Cas n°1: Briqueterie TFAHI.....	223
Présentation du cas n°2 : Coopérative Naciri.....	224
Présentation du cas n°3 : Entrepôt frigorifique AL ITKANE.....	226
Présentation du cas n°4: Domaine de la pommeraie.....	226
Présentation du cas n°5 : Gîte Regragui.....	227
Présentation du cas n°6: Huilerie Mhaya.....	228
Présentation du cas n°7 : Gîte Karine.....	229
Présentation du cas n°8 : Coopérative Aryaf.....	230
Présentation du cas n°9: Coopérative AL IZ.....	232
Présentation du cas n°10: Coopérative Noor.....	233
II Présentation des résultats.....	234
II.1. Représentation du corpus textuel de la briqueterie Tfahi.....	234
II.1.1. Nuage des mots du cas n°1.....	234
II.1.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°1.....	235
II.2.Représentation du corpus textuel de la Coopérative Naciri.....	236
II. 2.1. Nuage des mots du cas n°2.....	236
II.2.2 Analyse des similitudes du cas n°2.....	237
II.3. Représentation du corpus textuel de l'entrepôt frigorifique AL ITKANE.....	238

II.3.1. Nuage de mots du cas n°3.....	238
II.3.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°3	240
II.4. Représentation du corpus textuel du cas du domaine de la pommeraie.....	241
II.4.1. Nuage de mots du cas n°4.....	241
II.4.2 Analyse des similitudes (ADS) du cas n°4:	242
II.5. Représentation du corpus textuel du gîte regrabui.....	243
II.5.1. Nuage de mots du cas n°5	243
II.5.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°5	244
II.6. Représentation du corpus textuel de l'huilerie Mhaya.....	245
II.6.1. Nuage de mots du cas n°6.....	245
II.6.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°6	246
II.7. Représentation du corpus textuel du gîte Karine.....	247
II.7.1. Nuage de mots du cas n°7.....	247
II.7.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°7	248
II.8. Représentation du corpus textuel coopérative Aryaf.....	249
II.8.1.Nuage des mots du cas n°8.....	249
II.8.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°2:	250
II.9.Présentation du corpus textuel de la coopérative AL IZ.....	251
II.9.1. Nuage de mots du cas n°9.....	251
II.9.2. Analyse des similitudes (ADS) du cas n°9	252
II.10. Représentation du corpus textuel de la coopérative Noor.....	253
II.10.1. Nuage de mots du cas n°10	253
II.10.2. Analyse des similitudes (ADS) de cas n°10	254
III. Analyse de tous les résultats	255
III.1. Analyse intra-cas	255
III.1.1. Interprétation des thématiques abordées: Briqueterie Tfahi.....	255
III.1.1.1.Motivations	255
III.1.1.2. Accès à la technologie	255
III.1.1.3 .Connexion au marché :.....	256
III.1.1.4. Financement :	256
III.1.1.5. Ressources :	257
III.1.1.6. Soutien local / institutionnel :.....	258
III.1.1.7. Réseautage :.....	258
III.1.2. Interprétation des thématiques abordées: Coopérative Naciri	258

III.1.2.1 Motivations :	258
III.1.2.2. Accès à la technologie :	258
III.1.2.3. Connexion au marché :	259
III.1.2.4. Financement :	259
III.1.2.5. Ressources :	260
III.1.2.6. Le soutien local / institutionnel :	260
<i>III.1.2.7. Réseautage :</i>	260
III.1.3. Interprétation des thématiques abordées: Entrepôt frigorifique Al Itkane.....	260
III.1.3.1. Motivations :	260
III.1.3.2. Accès à la technologie :	261
III.1.3.3. Connexion au marché :	261
III.1.3.4. Financement :	261
III.1.3.5. Ressources :	262
III.1.3.6. Soutien local / institutionnel :	262
III.1.3.7. Réseautage :	262
III.1.4. Interprétation des thématiques du domaine de la pommeraie	262
III.1.4.1. Motivations :	262
III.1.4.2. Accès à la technologie :	263
III.1.4.3. Connexion au marché :	263
III.1.4.4. Financement :	263
III.1.4.5. Ressources :	264
III.1.4.6. Soutien local / institutionnel :	264
III.1.4.7. Réseautage :	264
III.1.5 Interprétation des thématiques abordées: Gîte Reagraui	264
III.1.5.1. Motivations :	264
III.1.5.2. Accès à la technologie :	265
III.1.5.3. Connexion au marché :	265
III.1.5.4. Financement :	265
III.1.5.5. Ressources :	265
III.1.5.6. Soutien local / institutionnel :	266
III.1.5.7. Réseautage :	266
III.1.6. Interprétation des thématiques abordées: Huilerie Mhaya	266
III.1.6.1. Motivations :	266
III.1.6.2. Accès à la technologie :	266

III.1.6.3. Connexion au marché :	267
III.1.6.4. Financement :	267
III.1.6.5. Ressources :	267
III.1.6.6. Soutien local / institutionnel :	268
III.1.6.7. Réseautage :	268
III.1.7. Interprétation des thématiques abordées: Gîte Karine.....	268
III.1.7.1. Motivations :	268
III.1.7.2. Accès à la technologie :	268
III.1.7.3. Connexion au marché:	268
III.1.7.4. Financement :	269
III.1.7.5. Ressources :	269
III.1.7.6. Soutien local / institutionnel :	269
III.1.7.7. Réseautage :	270
III.1.8. Interprétation des thématiques abordées: coopérative Aryaf	270
III.1.8.1. Motivations :	270
III.1.8.2. Accès à la technologie :	270
III.1.8.3. Connexion au marché :	271
III.1.8.4. Financement :	271
III.1.8.5. Ressources :	272
III.1.8.6. Soutien local / institutionnel :	272
III.1.8.7Réseautage :	272
III.1.9. interprétation des thématiques abordées : coopérative AL IZ.....	272
III.1.9.1. Motivations :	272
III.1.9.2. Accès à la technologie :	273
III.1.9.3. Connexion au marché	273
III.1.9.4. Financement :	273
III.1.9.5. Ressources :	273
III.1.9.6. Soutien local / institutionnel :	274
III.1.9.7Réseautage :	274
III.1.10. interprétation des thématiques abordées : Coopérative Noor.....	274
III.1.10.1. Motivations :	274
III.1.10.2. Accès à la technologie :	275
III.1.10.3. Connexion au marché	275
III.1.10.4. Financement :	275

III.1.10.5. Ressources :	275
III.1.10.6. Soutien local / institutionnel :	275
III.1.10.7 Réseautage :	276
III.2. Analyse inter-cas :	276
III.2.1. Algorithme utilisé.....	276
III.2.2. Analyse du corpus textuel élargi	278
II.2.2.1. Analyse du nuage des mots.....	278
III.2.2.2. La classification descendante hiérarchique CDH	280
III.2.3. Analyse factorielle des correspondances (AFC) :.....	283
III.2.3.1. Représentations graphiques de l'AFC:.....	286
III.2.3.2. Interprétations :	289
III.2.4. Analyse des similitudes dans le corpus élargi :.....	291
Conclusions :	293
Conclusion générale	294
Bibliographie.....	297
Annexes	335