



**Conférence  
des Nations Unies  
sur le commerce  
et le développement**

Distr.  
GÉNÉRALE

TD/B/C.II/MEM.1/2  
10 novembre 2008

FRANÇAIS  
Original: ANGLAIS

---

**CONSEIL DU COMMERCE ET DU DÉVELOPPEMENT  
Commission de l'investissement, des entreprises  
et du développement**

Réunion d'experts pluriannuelle sur les politiques  
de développement des entreprises et le renforcement  
des capacités pour la science, la technologie et l'innovation  
Genève, 20-22 janvier 2009

Point 3 de l'ordre du jour provisoire

Les politiques de développement des entreprises  
et le renforcement des capacités pour la science,  
la technologie et l'innovation

**ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX D'UNE POLITIQUE  
DE L'ENTREPRENARIAT**

**Note du secrétariat de la CNUCED**

*Résumé*

La présente note expose des stratégies susceptibles de promouvoir l'entrepreneuriat aux fins du développement économique, de la création de richesses et de la réduction de la pauvreté. Elle décrit certains des éléments fondamentaux d'une politique de l'entrepreneuriat et différents moyens de promouvoir la création d'entreprises et leur survie. À l'aide d'exemples de bonnes pratiques en vigueur dans des pays développés et en développement, elle met en évidence la nécessité de mettre en œuvre des politiques et des mécanismes permettant l'émergence de structures axées sur la volonté d'entreprendre et la transparence et susceptibles de mener des actions de sensibilisation, de simplifier les réglementations et de concevoir des stratégies pour engendrer des idées et les exploiter dans le cadre d'entreprises prospères et capables de croître. Ses auteurs font valoir que la formation à l'entrepreneuriat et la mise en place d'infrastructures de soutien – notamment a) groupements d'entreprises, parcs industriels et guichets uniques; b) bonnes relations entre les universités, les entreprises et les pouvoirs publics; et c) fonds spéciaux pour la création et le développement des entreprises – pourraient être envisagées par les pays en développement pour promouvoir l'entrepreneuriat. Ils montrent également que des politiques d'innovation efficaces offrent des incitations favorables à la création d'entreprises et à la mise sur le marché de nouveaux produits et services.

**TABLE DES MATIÈRES**

	<i>Page</i>
INTRODUCTION .....	3
I. PRINCIPES ET ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX D'UNE POLITIQUE DE L'ENTREPRENARIAT .....	4
A. Principaux enjeux .....	4
B. Les déterminants de l'entrepreneuriat.....	7
C. Éléments fondamentaux d'une politique de l'entrepreneuriat .....	8
II. QUELQUES STRATÉGIES SUSCEPTIBLES DE FAVORISER LA CRÉATION D'ENTREPRISES .....	11
A. Infrastructures .....	11
B. Partenariats université-industrie-pouvoirs publics.....	14
C. Améliorer l'accès au financement .....	17
III. CONCLUSIONS ET THÈMES DE DISCUSSION .....	20
Références bibliographiques .....	22
<b>Annexe</b>	
Indicateurs de l'entrepreneuriat de l'OCDE: déterminants, performance et impact .....	24

## Introduction

1. Les entreprises jouent un rôle essentiel dans la production et la prestation de services au sein de la communauté; elles créent des emplois et renforcent la productivité et la croissance économique. Or, seule une petite fraction de tous ceux qui souhaitent créer leur propre entreprise ou exercer une activité indépendante y parvient. Surtout, quelques-unes seulement des entreprises nouvellement créées sont capables de croître (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2005). Pour que soit réduit cet écart entre ceux qui souhaitent entreprendre et ceux qui tentent effectivement d'y parvenir et que les entreprises soient encouragées à se développer, il semble bien que des mesures spécifiques propres à faciliter la création et la croissance des entreprises s'imposent.

2. Les auteurs de la présente note se sont efforcés de donner une vue d'ensemble des stratégies susceptibles de promouvoir l'entrepreneuriat, en privilégiant les premières étapes de la création et de la croissance d'une entreprise. Le premier chapitre définit certains des principes et éléments fondamentaux d'une politique de l'entrepreneuriat susceptible d'accélérer la création, la survie et le développement de nouvelles entreprises. Le deuxième chapitre traite des moyens d'utiliser la formation à l'entrepreneuriat et les infrastructures de soutien, la collaboration universités-entreprises-pouvoirs publics et des mécanismes spéciaux de financement pour encourager la création et la croissance des entreprises. Enfin, sont présentés différents moyens d'évaluer et de mesurer l'impact des politiques de l'entrepreneuriat dans les pays utilisant les indicateurs existants de l'activité des entreprises.

3. La croissance sans précédent d'entreprises nouvelles à laquelle on a assisté ces quarante dernières années a créé de nombreuses richesses et possibilités d'emploi, stimulé la croissance économique mondiale et révolutionné différents aspects de la société. La diffusion rapide de la téléphonie mobile en Afrique, en Asie et en Amérique latine a eu un impact considérable sur le développement économique et les vies de millions d'individus qui jamais auparavant n'avaient eu accès à des outils fiables de télécommunications. Ce succès est dû en grande partie aux entrepreneurs qui ont tiré profit des progrès technologiques et ont pris le risque d'investir de leur temps et de leurs ressources dans la création de produits et de services, créant au passage des emplois et des richesses et donnant pour la première fois à certains des plus pauvres la possibilité d'être connectés au système mondial de communications.

4. On peut affirmer que les entrepreneurs, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des entreprises et institutions investissant dans la recherche-développement (R-D), renforcent l'impact des résultats de la R-D sur le développement économique en repérant les occasions qui s'offrent et en transformant de nouveaux savoirs en produits ou en entreprises. Ce processus de commercialisation des connaissances (contrats de licence) ou de transformation d'idées en entreprises (création de start-ups par exemple) aboutit éventuellement à la création de richesses et d'emplois et contribue à réduire la pauvreté. Les entrepreneurs qui réussissent peuvent avoir un impact considérable sur le développement économique en créant des emplois, en élargissant l'assiette de l'impôt, en favorisant l'innovation et en renforçant les capacités dans les pays en développement, ce qui peut aider à combattre la pauvreté. Sous cet angle, l'entrepreneuriat peut être considéré comme un élément moteur du développement économique et de la réduction de la pauvreté.

5. C'est ainsi qu'est née l'idée d'une «économie de l'entrepreneuriat» – c'est-à-dire une économie dont les ressorts politiques, sociaux et économiques dépendent non seulement du savoir mais, surtout, du capital entrepreneurial et de la capacité de créer une entreprise ou d'y contribuer (Audretsch et Thurik, 2004). Cette idée repose en partie sur l'observation selon laquelle certaines petites entreprises sont d'emblée des acteurs qui comptent sur la scène internationale, le nombre de petites entreprises a régulièrement progressé dans les pays développés et en développement et l'entrepreneuriat est un moteur majeur de l'innovation. Ainsi, certains pays favorisent l'entrepreneuriat pour maintenir et encourager le développement technologique et d'autres pour surmonter la pauvreté et le sous-développement.

## **I. PRINCIPES ET ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX D'UNE POLITIQUE DE L'ENTREPRENARIAT**

### **A. Principaux enjeux**

6. Si personne ne conteste que l'esprit d'entreprise est un puissant moteur du développement économique et social, les définitions qui en sont données varient selon les chercheurs et les institutions, essentiellement parce que la recherche dans ce domaine fait intervenir plusieurs disciplines (économie, gestion, psychologie et sociologie, par exemple). Le but d'une définition est avant tout de préciser les éléments qui distinguent l'entrepreneuriat des autres activités et comportements intéressant la gestion des affaires et l'économie afin de permettre aux décideurs de mieux cibler le développement de l'entrepreneuriat ou de lui donner la priorité voulue.

### **Qu'est-ce qu'un entrepreneur?**

7. Les définitions modernes de l'entrepreneur s'inspirent en grande partie des travaux de Schumpeter (1934) pour qui l'entrepreneur est un «innovateur» qui introduit des changements sur le marché en combinant les ressources disponibles selon des façons nouvelles ou extraordinaires pour:

- a) Créer un bien nouveau ou amélioré;
- b) Introduire une nouvelle méthode de production;
- c) Ouvrir un nouveau marché,
- d) Introduire une nouvelle source d'approvisionnement; et
- e) Créer des procédés de gestion commerciale nouveaux ou améliorés.

8. Étant donné l'importance donnée à l'innovation, l'entrepreneur de Schumpeter mène une action de déstabilisation et de remise en cause. Selon Schumpeter, seul est entrepreneur celui ou celle qui innove. L'arrivée de nouvelles entreprises crée de nouvelles pressions concurrentielles qui obligent à l'abandon de certaines des anciennes pratiques et façons de faire et favorisent l'avènement de nouvelles entreprises de tête (c'est le concept de «destruction créatrice»).

9. Stevenson et Gumpert (1985) vont également dans ce sens lorsqu'ils notent que l'esprit d'entreprise n'est pas une qualité unique que posséderaient certains individus ou organismes et d'autres non mais correspond plutôt à une gamme de comportements. À l'un extrême se trouve

le «promoteur» qui, confiant dans son aptitude à poursuivre des opportunités, sait s'adapter et exploiter les changements et les surprises du marché pour réaliser ses ambitions. À l'autre extrême, l'«administrateur», se sentant menacé par l'imprévisibilité, cherche à gérer au mieux les ressources dont il dispose. Ceux qui sont plus proches du «promoteur» peuvent à coup sûr être qualifiés d'entrepreneurs, les autres, plus proches du simple gestionnaire, étant des administrateurs (voir le tableau 1).

**Tableau 1. Définition opérationnelle de l'entrepreneuriat**

Entrepreneurs	Principales caractéristiques	Administrateurs
Dirigée par la poursuite d'opportunités	Orientation stratégique	Dirigée par les ressources effectivement contrôlées
Engagement rapide	Engagement dans l'opportunité	Évolutif sur une longue durée
Étapes multiples avec une exposition minimale à chaque étape	Processus d'engagement des ressources	Une seule étape avec un engagement complet
Utilisation épisodique ou location des ressources nécessaires	Contrôle des ressources	Possession ou mobilisation des ressources nécessaires
Horizontale avec de nombreux réseaux informels	Structure gestionnaire	Hiérarchique
Basé sur la valeur et le travail d'équipe	Système de récompense	Basé sur les ressources, l'individu et la promotion

*Source:* Stevenson (2000).

10. Certaines études ont été consacrées en particulier au comportement de l'entrepreneur. Les travaux réalisés par David McClelland à Harvard ont inspiré la méthodologie du programme de développement de l'entrepreneuriat (Empretec) utilisée par la CNUCED. McClelland a défini 10 compétences entrepreneuriales qu'il a classées dans trois groupes – réalisation, planification et pouvoir. Ces compétences sont: a) la recherche d'opportunités et l'initiative; b) la prise de risques; c) l'exigence d'efficacité et de qualité; d) l'opiniâtreté; e) l'engagement; f) la recherche d'informations; g) la définition du but à atteindre; h) la planification et la surveillance systématiques; i) la persuasion et la constitution de réseaux; et j) l'indépendance et la confiance en soi.

11. Plus récemment, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a défini les entrepreneurs comme «les personnes (chefs d'entreprise indépendants) qui cherchent à produire de la valeur, par la création ou le développement d'activités économiques, en identifiant et exploitant de nouveaux produits, procédés ou marchés». Cette définition met l'accent sur l'aptitude de l'individu à identifier et exploiter de nouvelles opportunités (nouveaux produits et nouveaux marchés par exemple).

12. À la Harvard Business School, Stevenson et ses collaborateurs ont simplement défini l'entrepreneuriat comme «la poursuite d'opportunités en dehors du cadre des ressources effectivement disponibles» (Stevenson, 1990). Dans ce cas, l'entrepreneur détermine des opportunités et mobilise les ressources nécessaires à leur exploitation. Cette définition admet aussi que le contexte (d'où l'entrepreneur tire les ressources dont il a besoin) joue un rôle déterminant dans la capacité de ce dernier à rechercher et exploiter des occasions nouvelles.

13. Si les distinctions entre ces différentes définitions paraissent être sans grande portée pratique, elles n'en reflètent pas moins la façon dont est mesurée l'activité entrepreneuriale et, de ce fait, influencent la prise de décisions. Ainsi, les auteurs d'une enquête de la Banque mondiale ont défini l'entrepreneuriat comme «les mesures prises par un individu ou un groupe pour créer de l'activité économique dans le secteur structuré sous une forme juridiquement réglementée». Ils ont donc recueilli des informations sur l'immatriculation des entreprises («secteur structuré») et se sont intéressés en particulier aux politiques qui ont une incidence sur l'immatriculation des entreprises (procédures et méthodes administratives, registres électroniques, par exemple).

14. En bref, il n'est pas inutile de se baser sur une définition précise pour concevoir des mesures propres à promouvoir l'entrepreneuriat et en mesurer l'impact. Bien qu'il y ait plusieurs définitions, la plupart mettent l'accent sur l'aptitude des individus à créer et à faire croître des entreprises. Aussi, la présente note est-elle axée sur les politiques et les stratégies qui peuvent inciter à fonder une entreprise.

#### **Encadré 1. Profils d'entrepreneurs ayant réussi**

Richard Maponya, qui figure parmi les entrepreneurs noirs ayant réussi en Afrique du Sud, s'est heurté à de nombreux obstacles au début de sa carrière. Maintenant âgé de plus de 80 ans, M. Maponya a ouvert en 2007 un gigantesque centre commercial à Soweto, à proximité de Johannesburg. Comme il le dit lui-même, «Au départ, je voulais ouvrir un magasin de vêtements à Soweto mais je n'ai pu obtenir d'autorisation. On m'a refusé l'autorisation de vendre des vêtements qui, étant considérés comme des articles de luxe, ne pouvaient être vendus que par des blancs, et j'ai juste pu ouvrir une épicerie. Quand, il y a vingt ans de cela, j'ai voulu ouvrir un centre commercial dans le township, ceux qui étaient au pouvoir à l'époque m'ont rappelé que je n'étais à Johannesburg qu'à titre de résident temporaire et que ma patrie était quelque part dans un coin du pays. Mais j'ai continué à frapper à toutes les portes et obtenu enfin la permission de réaliser mon rêve.»

Des expériences semblables ont été relatées par nombre des entrepreneurs qui ont bénéficié des services des centres Empretec de la CNUCED. Par exemple, un incendie a ravagé la blanchisserie que tenait Paola Tucunduva au Brésil. Elle a reconstruit son magasin et a maintenant 235 employés. Emelda Nyamupingidza, qui fabrique des bougies et du cirage à Harare, éprouve des difficultés à obtenir des devises étrangères étant donné la situation économique au Zimbabwe. Mais elle raconte: «En m'aventurant au-delà des limites de mon marché local, j'ai pu acquérir les devises dont j'avais besoin pour importer des matières premières. Pour moi, les difficultés que connaît actuellement le Zimbabwe sont davantage un défi qu'un motif de dissuasion.»

*Source:* Richard Maponya (2008). Taking stock. *The Property Magazine*. Octobre 2007; CNUCED (2008). Les petites entreprises: un moyen d'échapper à la pauvreté.

## B. Les déterminants de l'entrepreneuriat

15. L'un des défis à relever, lorsqu'il s'agit de promouvoir l'entrepreneuriat, tient à l'aptitude à créer un contexte propice. Pour certains, la plupart d'entre nous saisira une occasion d'entreprendre si elle remplit au moins deux conditions: a) elle promet d'améliorer ou de modifier la situation de l'intéressé; et b) celui-ci estime avoir les capacités requises pour que cela se produise (Stevenson et Gumpert, 1985). Par conséquent, pour encourager l'entrepreneuriat, les décideurs pourraient s'employer à éliminer différents obstacles pour faciliter la tâche de celui ou celle qui souhaite entreprendre et/ou accroître les avantages liés à l'exploitation d'une opportunité.

16. Cette idée paraît juste si l'on considère que l'entrepreneuriat prospère dans les communautés où les ressources sont mobiles, où ceux qui ont réussi réinvestissent dans les projets d'autres membres de la communauté, où les succès d'autrui sont valorisés et où le changement est considéré comme une bonne chose (Stevenson, 2000). De ce point de vue, il est possible d'affirmer qu'une politique de l'entrepreneuriat doit être centrée sur l'individu: lui assurer l'aide dont elle ou il a besoin pour franchir toutes les étapes de la création d'une entreprise.

17. Pour l'OCDE, les déterminants de l'entrepreneuriat entrent dans cinq grandes catégories:

- a) Opportunités;
- b) Compétences;
- c) Ressources;
- d) Cadre réglementaire;
- e) Culture.

18. D'après le cadre de l'OCDE<sup>1</sup>, les opportunités dépendent de l'état du marché, lequel est déterminé entre autres par les politiques et les interventions des pouvoirs publics, la concurrence, l'accès aux marchés étrangers et la réglementation des marchés. Dans ce contexte, les compétences sont les capacités personnelles de l'entrepreneur et ses possibilités d'accès aux infrastructures requises. En d'autres termes, les capacités entrepreneuriales englobent le capital humain et social de l'entrepreneur. Les ressources reflètent l'accès au capital, à la recherche-développement et à la technologie. Le capital couvre toutes les étapes de la vie de l'entreprise, depuis l'accès aux premiers fonds d'amorçage jusqu'à la cotation en bourse. Dans ce cas, la R-D est une ressource qui peut être créée ou achetée, soit directement, soit par incorporation ou sous une forme diffuse. Le cadre réglementaire englobe les taxes, réglementations et autres règles et institutions publiques qui ont une incidence sur l'entrepreneuriat. Enfin, par culture on entend les postulats, capacités d'adaptation, perceptions et connaissances de chacun.

---

<sup>1</sup> Le programme d'indicateurs de l'entrepreneuriat exécuté par l'OCDE en partenariat avec Eurostat retient six catégories de déterminants de l'entrepreneuriat. Ce sont le cadre réglementaire (10 indicateurs), la situation du marché (6 indicateurs), l'accès au financement (5 indicateurs), la recherche-développement et la technologie (6 indicateurs), la capacité d'entreprendre (4 indicateurs) et la culture (4 indicateurs). Voir l'annexe pour davantage de détails.

19. Les auteurs du rapport du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) intitulé «Libérer l'entrepreneuriat: Mettre le monde des affaires au service des pauvres» ont défini comme suit les trois piliers de l'entrepreneuriat: a) un terrain de jeu égalitaire assorti de règles équitables appliquées de manière équitable; b) l'accès au financement pour les entreprises émergentes, petites et grandes; et c) l'accès aux compétences et aux connaissances (PNUD, 2004).

20. Par ailleurs, les auteurs d'une étude réalisée dans 10 pays ont recensé six grands domaines à privilégier pour promouvoir l'entrepreneuriat dans les pays développés et en développement (Stevenson et Lundström, 2001):

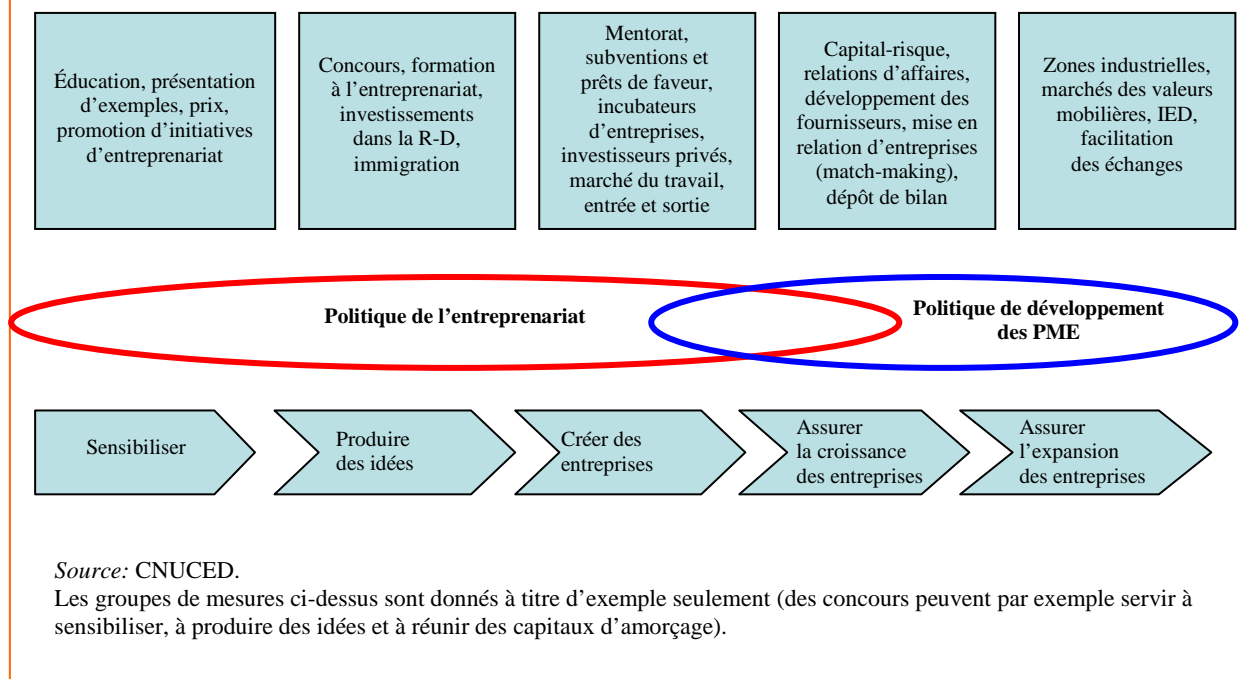
- a) Culture de l'entrepreneuriat et attitudes à l'égard des entrepreneurs;
- b) Intégration d'une formation à l'entrepreneuriat dans le système classique d'éducation;
- c) Limitation des obstacles à l'accès à l'entrepreneuriat;
- d) Octroi de capitaux d'amorçage et de prêts/fonds propres pour les nouvelles entreprises;
- e) Soutiens aux nouvelles entreprises, par exemple programmes de monitorat, incubateurs d'entreprises et réseaux; et
- f) Mesures spécialement conçues pour répondre aux besoins de groupes cibles sous-représentés, par exemple les jeunes, les femmes, les minorités ethniques, les entreprises techniques, les populations autochtones, etc.

21. Globalement, on constate une certaine convergence de vues quant à certains des éléments clefs propres à promouvoir l'entrepreneuriat. Ce sont entre autres: a) l'accès aux ressources, en particulier en matière de finances, de compétences et de formation à l'entrepreneuriat; b) les infrastructures de soutien, matérielles et immatérielles; c) la culture; et d) les cadres réglementaires.

### **C. Éléments fondamentaux d'une politique de l'entrepreneuriat**

22. Toute politique publique de l'entrepreneuriat est forcément influencée par différents intérêts sociaux, politiques et économiques. Le but de ces politiques étant de créer des conditions propices à la création d'entreprises, elles pourront prévoir des mesures pour: a) sensibiliser à l'entrepreneuriat en tant que possibilité de carrière; b) susciter et mettre en valeur des possibilités de création d'entreprises; c) aider les individus qui prennent le risque de créer une entreprise ou de réaliser l'exploitation commerciale de connaissances; et d) aider ceux qui cherchent à assurer la croissance de leur entreprise à accéder aux ressources nécessaires (fig. 1). Différentes mesures peuvent être prises à chacune de ces étapes (de la sensibilisation à la croissance de l'entreprise), et certaines sont proposées à la figure 1 (concours, subventions et prêts par exemple) par différentes institutions (ministères de l'éducation, de l'industrie et des finances par exemple).



**Figure 1. Quelques éléments d'une politique de l'entrepreneuriat**

23. La sensibilisation est particulièrement importante lorsqu'il s'agit d'améliorer les attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat et de faire naître une culture favorable à l'entrepreneuriat au sein d'une proportion importante de la population. Pour cela, il est possible de recourir à l'éducation et d'illustrer les contributions des entrepreneurs et de différentes activités économiques aux moyens mis en œuvre pour relever les défis du développement. Plusieurs autres mesures, par exemple remettre des prix nationaux à ceux qui ont réussi ou les citer en exemple – peuvent servir à améliorer l'image de l'entrepreneuriat comme étant une bonne perspective de carrière.

24. Des mécanismes aptes à susciter et exploiter des idées commerciales doivent être mis en place pour instaurer la confiance et aider à identifier des occasions d'entreprendre. Tous les pays investissent des sommes considérables dans la R-D d'où résulte une somme importante d'idées susceptibles d'être exploitées et transformées en produits et services nouveaux ou améliorés. Toutefois, la formation à l'entrepreneuriat, les transferts de technologie, les concours de projets d'entreprises et la remise de prix peuvent également être utilisés pour générer des idées commerciales et tirer le meilleur parti possible des investissements consentis dans la R-D ainsi que du développement des compétences.

25. Des structures et mesures institutionnelles permettant aux entrepreneurs potentiels de transformer des idées en produits et entreprises s'imposent. Il pourrait s'agir entre autres d'accords de licence, de soutiens financiers, de services de développement des entreprises et de réglementations favorables, sachant que même dans les conditions les meilleures, créer une entreprise demande beaucoup d'efforts. À ce stade, le but est avant tout d'encourager tous les entrepreneurs potentiels à se lancer en simplifiant les formalités à accomplir pour créer une entreprise ou commercialiser une technologie ou un produit.

26. À certains égards, l'entrepreneuriat a des points communs avec l'innovation. Cette dernière consiste essentiellement à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies nouvelles et à stimuler l'investissement privé et public dans la création et la commercialisation de savoirs.

Les incubateurs d'entreprises par exemple offrent un moyen de favoriser et de commercialiser des innovations technologiques (incubateurs de technologies) et de nouveaux projets commerciaux (incubateurs d'entreprises à vocation commerciale), cependant que les technopôles facilitent le développement de l'entrepreneuriat. En d'autres termes, une politique de l'innovation bien conduite devrait offrir des incitations propres à encourager la création d'entreprises et l'introduction de nouveaux produits et services sur les marchés.

27. Enfin, des mesures susceptibles de promouvoir la croissance et l'expansion des entreprises sont nécessaires pour améliorer les perspectives de croissance des entrepreneurs, multiplier les créations d'emplois et produire de la richesse (augmentation des taxes, des salaires et des exportations). Les réseaux et relations d'affaires permettent au nouvel entrepreneur d'entretenir des contacts avec ceux qui sont déjà en place, facilitent son accès aux ressources dont il a besoin et contribuent à la croissance de l'entreprise. De même, les capitaux-risques, les prêts consentis à des conditions favorables, le match-making et la facilitation des exportations et les marchés des valeurs mobilières peuvent aider les entreprises à se développer plus rapidement.

28. Dans la pratique, une institution peut mettre au point un ensemble de mesures conçues pour sensibiliser, susciter des idées et appuyer la création d'entreprises. C'est ainsi qu'en 1990, le Massachusetts Institute of Technology a créé un concours, sanctionné par un prix de 10 000 dollars (maintenant 100 000 dollars), à l'intention des étudiants désireux de créer une entreprise. On estime que ce concours a suscité la création de plus de 85 entreprises représentant une capitalisation boursière de plus de 10 milliards de dollars. Dans le même esprit, plusieurs pays européens ont mis sur pied la Venture Cup, programme d'innovation et d'entrepreneuriat à l'intention des étudiants des universités. En 2007, quelque 300 nouvelles sociétés avaient semble-t-il été créées au titre de ce programme rien qu'en Suède (<http://www.venturecup.se>). Comme on le verra dans le prochain chapitre, les gouvernements peuvent conduire des actions de sensibilisation, susciter des idées et appuyer la création et la croissance des entreprises en faisant appel à des institutions existantes.

29. En résumé, une politique de l'entrepreneuriat est censée créer un environnement et mettre en place des mécanismes de soutien propres à encourager l'avènement de nouveaux entrepreneurs et de nouveaux projets ainsi que la croissance et l'expansion de nouvelles entreprises. À cette fin, il faudrait que les politiques mises en œuvre encouragent toutes les institutions clefs, c'est-à-dire pas seulement les instituts de R-D comme les universités mais aussi les établissements publics et privés, à faire preuve d'esprit d'entreprise. Ainsi, les institutions financières pourraient concevoir des produits destinés à aider les jeunes entreprises, les organes de réglementation pourraient mettre sur pied des mesures d'aide et des incitations à l'intention des entreprises et industries nouvellement créées, les établissements d'enseignement pourraient faire une place à l'entrepreneuriat dans leurs programmes, etc. Tout cela pourrait conduire à l'émergence de ce que Audretsch et Thurik (2001) appellent une «économie de l'entrepreneuriat», dans laquelle l'esprit d'entreprise est partout présent dans la communauté.

## **II. QUELQUES STRATÉGIES SUSCEPTIBLES DE FAVORISER LA CRÉATION D'ENTREPRISES**

30. Comme on l'a vu plus haut, les principaux domaines d'intervention d'une politique de l'entrepreneuriat concernent entre autres la formation et l'acquisition de compétences, l'accès aux ressources, la culture et les attitudes, la mise en place de réglementations favorables et la création d'opportunités. Plusieurs stratégies peuvent être mises en œuvre à cet égard. Nous en avons sélectionné trois qui conviennent aussi bien pour les pays développés que pour les pays en développement. Ce sont la mise en place des infrastructures nécessaires, la collaboration université-industrie-pouvoirs publics et l'accès aux moyens de financement.

### **A. Infrastructures**

31. Il est bien connu que de bonnes infrastructures matérielles (routes, approvisionnement en énergie et en eau, transports et communications) sont importantes pour le développement et l'expansion de l'activité économique en général. S'il est vrai que la mise en place de telles infrastructures peut coûter très cher, celle des infrastructures immatérielles (politiques, procédures et institutions) est souvent plus difficile. Certains éléments de ces infrastructures immatérielles peuvent faciliter la création et la croissance d'entreprises et créer un environnement propice à l'entrepreneuriat. Ce chapitre traite des éléments des infrastructures matérielles et immatérielles qui sont aptes à faciliter la création d'entreprises.

32. L'enseignement, tant académique qu'informel, peut être un moyen de semer les germes d'une culture de l'entreprise et de donner à un nombre important d'individus les compétences nécessaires. Des questions sur l'entrepreneuriat sont déjà au programme de certains établissements d'enseignement primaire, secondaire et tertiaire et il est probable qu'elles feront bientôt l'objet d'une nouvelle discipline. Partout dans le monde, des écoles et des universités assurent une formation à l'entrepreneuriat. Des écoles de commerce accueillent déjà des milliers d'étudiants dans les pays développés comme dans les pays en développement.

33. Un exemple en est l'Université de la terre, au Costa Rica, qui a conçu un programme unique de formation à l'entrepreneuriat. Il s'agit d'un cours permanent dont le but est a) d'inculquer aux étudiants les compétences requises pour créer une entreprise en leur donnant une bonne connaissance des aspects économiques, sociaux et environnementaux à prendre en considération; b) d'encourager la création d'entreprises de production d'aliments économiquement rentables, écologiquement viables et socialement acceptables; et c) de créer des entreprises à valeur ajoutée dans le secteur agroalimentaire. L'objectif essentiel est d'inculquer aux étudiants l'esprit d'entreprise ainsi que les compétences gestionnaires requises pour diriger une entreprise agricole dans un pays en développement. Pendant les trois années que dure le programme, les étudiants doivent proposer des idées de projets économiques et choisir un conseiller technique parmi les membres du personnel (Larsen, 2003).

34. L'étudiant et son conseiller technique franchissent ensemble, en partenaires, les différentes étapes de la création d'une entreprise. Cependant, c'est à l'étudiant qu'il appartient de prendre seul les décisions qui s'imposent. Il s'agit entre autres de trouver une idée susceptible d'être exploitée, d'exécuter des études de faisabilité, de faire des évaluations de l'environnement, de rechercher des fonds et de lancer le projet. L'université fait office de banque et accorde à chaque étudiant, à titre de fonds de roulement, un prêt de 3 000 dollars moyennant un taux d'intérêt

annuel de 22 %, l'étudiant étant chargé de produire, de commercialiser et de vendre le produit. Il ou elle est tenu de fournir des rapports financiers mensuels et d'assumer toutes les dépenses administratives. Le projet est ensuite mis sur pied, les factures sont honorées et l'investissement consenti est récupéré avec les intérêts. L'Université de la Terre, qui est à l'origine de cette initiative, applique ce modèle pour relever certains des défis du développement dans d'autres régions en dehors de l'Amérique latine.

35. Dans un souci de transparence et pour simplifier les procédures réglementaires et administratives, de plus en plus de pays mettent en place des infrastructures d'entrepreneuriat conçues pour faciliter la création d'entreprises. Par exemple, les services de conseil et de planification commerciale que leur prodigent différentes entités publiques ou privées aident les nouveaux chefs d'entreprise à surmonter les obstacles liés aux procédures réglementaires. Certains pays mettent à disposition des guichets uniques où les entrepreneurs peuvent remplir les formalités d'enregistrement et obtenir des renseignements et des conseils en ligne. De plus en plus de sites et portails Internet d'administrations publiques fournissent des informations et des services aux entrepreneurs, nouveaux ou non. Toutes ces mesures favorisent la transparence et améliorent le contexte réglementaire.

36. Conscients de la préférence des entrepreneurs pour la transmission du savoir entre pairs, de nombreux gouvernements ont lancé des programmes de mentorat qui consistent à mettre en relation entrepreneurs expérimentés et néophytes. Les pouvoirs publics assurent aussi plusieurs services de développement des entreprises. En matière de sensibilisation, la plupart des pays sponsorisent des remises de prix mais quelques-uns seulement mènent des campagnes de sensibilisation à l'aide des médias. La Semaine mondiale de l'entrepreneuriat (<http://www.unleashingideas.org/>), qui est une initiative récente, sera célébrée en novembre 2008 dans le cadre de diverses activités préparées dans différents pays. Ce projet est coordonné par des équipes constituées aux États-Unis et au Royaume-Uni, où des initiatives semblables ont été organisées par le passé. Plus de 60 pays ont déjà déclaré qu'ils participeraient à cette initiative.

37. En collaboration avec le secteur privé, les pouvoirs publics pourraient aussi concevoir des programmes de développement des compétences destinés à favoriser l'entrepreneuriat dans tel ou tel secteur d'intérêt, et participer en particulier à la mise en place et au développement de zones industrielles et de groupements d'entreprises. C'est ainsi que la stratégie adoptée en Malaisie en matière de techniques de l'information et de la communication (TIC) repose essentiellement sur la mise en place d'infrastructures matérielles et immatérielles. Les pouvoirs publics ont élaboré un plan de centre mondial de technologies de l'information et installé les infrastructures nécessaires, entre l'aéroport international de Kuala Lumpur et le centre-ville, dans une zone de 15 km de large sur 50 km de long appelée Super corridor multimédia. Outre les routes, bâtiments, installations énergétiques et services de télécommunications mis à leur disposition, différentes entreprises étrangères et nationales se sont vu proposer différentes incitations et plusieurs programmes innovateurs ont été mis sur pied pour mieux sensibiliser l'opinion à l'entrepreneuriat et favoriser la création de nouveaux produits et projets concernant les technologies de l'information.

38. Pour sensibiliser l'opinion et stimuler l'innovation et l'entrepreneuriat, le Gouvernement a lancé différents programmes, notamment d'administration en ligne, de cartes polyvalentes, d'école intelligente, de télésanté, de commerce en ligne, de groupements d'instituts de R-D et de «techno-entrepreneuriat». Le but de cette dernière initiative, lancée en 2001, était a) de faciliter la

création de nouvelles entreprises et la croissance des entreprises existantes dans le secteur des TIC; et b) d'accompagner la croissance d'un groupement de PME de TIC et d'aider ces dernières à se hisser au rang d'entreprises de niveau mondial. Ce programme offre des aides financières, des services d'incubation, de match-making et de commercialisation et encourage chercheurs et étudiants à entreprendre. Étant intégré au Super corridor multimédia, il permet aux nouveaux entrepreneurs d'interagir et de travailler avec de grandes entreprises mondiales, ce qui offre de meilleures perspectives aux PME. Le Super corridor multimédia peut être considéré comme un cadre propice à l'innovation et à l'entrepreneuriat.

39. Les succès remportés dans des pays comme la Malaisie ont incité beaucoup d'autres pays en développement à envisager des stratégies du même type pour promouvoir l'entrepreneuriat. Par exemple, le technopole consacré aux TIC à l'île Maurice, ou Ebène Cybercity, propose, sur près de 70 hectares, des locaux flambant neufs et tout équipés à usage de bureaux, un centre commercial et 210 appartements et bungalows. En relation avec des centres de formation aux TIC et des écoles de commerce connus, il a attiré une soixantaine d'entreprises de TIC dont des entreprises étrangères très connues comme Orange, Infosys et Infinity BPO. Un ensemble d'incitations du même type que celles proposées en Malaisie est également proposé à ceux qui sont prêts à investir dans la Cybercity. Les pépinières d'entreprises commerciales et technologiques et les technoparcs sont caractéristiques de nombreux programmes de soutien de l'entrepreneuriat axés sur des secteurs à forte croissance. Il y aurait semble-t-il jusqu'à 89 endroits dans le monde dont le nom a quelque chose à voir avec «Silicon» ou «Valley» pour rappeler la Silicon Valley aux États-Unis (Miller, 2000). Ces technoparcs proposent presque invariablement des bureaux ultramodernes, des terrains et des incitations fiscales généreuses pour ceux qui sont prêts à investir dans des technologies de pointe. Généralement, ils réunissent dans un même lieu des entreprises innovantes, des instituts de R-D, des établissements financiers et des start-ups, constituant ainsi une communauté dédiée à stimuler, appuyer et encourager l'innovation et l'entrepreneuriat.

40. Les pépinières d'entreprises, de leur côté, sont conçues pour favoriser et accélérer la croissance des start-ups. Les pépinières d'entreprises technologiques sont souvent associées à des unités publiques ou privées de R-D soucieuses d'exploiter certains de leurs résultats sous la forme de technologies susceptibles de faire l'objet de licences ou de conduire à la création d'une entreprise. Les pépinières d'entreprises commerciales admettent souvent des clients qui ont déjà une idée et peuvent être indépendants ou parrainés par des institutions privées ou publiques.

41. En règle générale, les incubateurs d'entreprises sont censés fournir un soutien administratif, des services commerciaux (comptabilité et commercialisation par exemple) et des conseils, ainsi que des locaux d'exploitation pour un coût peu élevé et, quelquefois, un soutien financier. La plupart sont placés sous l'autorité ou le parrainage de gouvernements, d'institutions (universités, donateurs) et d'associations industrielles ou d'une combinaison de ces entités. InfoDev par exemple, qui est une initiative de la Banque mondiale, a mobilisé quelque 20 millions de dollars pour sa pépinière d'entreprises commerciales dans le domaine des TIC. Plus de 70 pépinières d'entreprises dans plus de 50 pays en développement ont bénéficié jusqu'ici de son soutien (voir l'encadré 2).

42. Il y a aussi de plus en plus de pépinières indépendantes privées ainsi que des pépinières virtuelles qui proposent une aide commerciale et technologique sur Internet. Le nombre des incubateurs d'entreprises augmente rapidement en Afrique, en Asie et en Amérique latine. On en compte 237 rien qu'au Brésil (Etzkowitz *et al.*, 2005).

### **Encadré 2. Incubation d'un projet de machine à extraire des fils de soie à partir de fibres de banane – Inde**

Murugan, jeune ingénieur, avait toujours rêvé d'entreprendre. Ayant remarqué que les fibres de banane avaient une texture soyeuse, il s'est demandé si elles pourraient remplacer les riches soieries qu'utilisait sa mère. Après plusieurs tâtonnements, grâce à ses connaissances techniques, il a pu mettre au point une machine à extraire, à partir de fibres de banane, des fils pouvant remplacer des fils de soie. Après avoir gagné à Madras un prix d'innovation commerciale, il entendit parler du Fonds d'aide à l'innovation du système TREC-STEP, qui bénéficie du soutien d'InfoDev. Grâce à ce système, Murugan a pu bénéficier d'un soutien financier, de conseils et des installations nécessaires à la fabrication de sa machine. L'aide technologique d'un mentor lui a également été proposée.

*Source:* Tiruchirapalli Regional Engineering College-Science and Technology Entrepreneurs Park «Incubating Inclusive Growth», <http://www.idisc.net/en/Article.38614.html>.

43. La création de groupements et de réseaux joue également un rôle important dans la naissance et la survie des entreprises, par exemple dans l'industrie du tourisme (Keller, 2000; OMC, 2001). Les organismes de tourisme et les PME influencent la création et la gestion des fournisseurs locaux et de la clientèle ainsi que les expériences de cette dernière. La mise en place de partenariats et l'esprit de collaboration favorisent l'entrepreneuriat par la mise en commun des ressources au sein de plans stratégiques de coopération et la création d'opportunités par le biais de campagnes autour de nouveaux produits et créneaux susceptibles d'attirer de nouvelles entreprises. Le tourisme peut être envisagé comme un système intégré dans une zone géographique limitée – une sorte de groupement de grandes, petites et nouvelles entreprises au service de l'industrie tout entière dans différents domaines (formation, loisirs, financement, transports, culture et hébergement par exemple).

44. En résumé, les décideurs peuvent sensibiliser l'opinion, susciter l'intérêt et des idées, et favoriser la création et la croissance d'entreprises en fournissant les infrastructures nécessaires. La mise en place de diverses incitations destinées à encourager la participation du secteur privé, à stimuler le développement des compétences et à réduire les coûts de démarrage et de développement paraît être efficace dans ce type d'initiative.

### **B. Partenariats université-industrie-pouvoirs publics**

45. Un moyen de promouvoir le lancement et la croissance d'entreprises, en particulier de haute technologie, est d'améliorer les relations entre les producteurs de savoirs et de compétences (les universités), les utilisateurs de savoirs et les prestataires de produits ou services (l'industrie) et les organes de réglementation/décision (les pouvoirs publics), qui constituent ce que l'on appelle la triple hélice université-industrie-pouvoirs publics (Leydesdorff et Etzkowitz, 2001a). En bref, ce sont les principaux agents de tout système national ou régional d'innovation.

Ce modèle de la triple hélice ne fixe pas de limite aux relations, aux interactions et aux lieux des innovations et des activités d'entrepreneuriat ou au rôle des intervenants. Il s'agit d'une sorte de spirale, figure d'une interdépendance dynamique à différents points de la capitalisation du savoir (Leydesdorff et Etzkowitz, 2001b). En d'autres termes, l'industrie peut être un lieu de formation et une source de savoir, l'université peut créer et gérer des entreprises et les pouvoirs publics peuvent financer la création d'entreprises. Les frontières artificielles doivent être abolies pour que puisse naître ce type de relation.

46. Pour être en mesure de jouer ce rôle, il faut que les universités cessent de se borner à produire des élites du savoir pour devenir propriétaires de ce savoir et l'exploiter dans le cadre d'entreprises. C'est «l'université entrepreneuriale» (Clark, 1998), qui présente entre autres les caractéristiques suivantes:

- a) Systèmes de gestion indépendants, solides et efficaces;
- b) Coopération entre les différents départements et collaboration accrue avec l'extérieur;
- c) Base de ressources élargie;
- d) Naissance, au sein du corps enseignant, d'un nouvel état d'esprit axé sur l'entrepreneuriat; et
- e) Culture commune de l'entrepreneuriat dans toute l'université.

47. Ces caractéristiques sont déterminantes en ce qu'elles permettent aux universités de servir de centres pour la création d'entreprises, de faciliter la diffusion du savoir et de faire fonction de centres de transfert pour les entreprises et les agents du développement (création d'emplois et de richesses). Dans ce cas, l'université offre suffisamment d'«espace» pour permettre aux équipes de chercheurs de travailler comme des «quasi-entreprises»<sup>2</sup>, encourage les entrepreneurs à collaborer étroitement avec leurs clients (industrie et pouvoirs publics) et soutient ou récompense l'entrepreneuriat.

48. Dans la pratique, ces partenariats reposent essentiellement sur des buts et des projets communs. On sait par exemple que des partenariats bien établis université-industrie-pouvoirs publics existent depuis longtemps au Canada, en République de Corée et aux États-Unis. Pour la seule année 2006, l'industrie et les universités ont bénéficié aux États-Unis, pour des activités de R-D, d'un soutien du Gouvernement fédéral de respectivement 20,9 milliards et 30,1 milliards de dollars. À la même époque, les dépenses consenties par l'industrie pour des activités de R-D dans des universités américaines se sont montées à 2,4 milliards de dollars, ce qui, indirectement,

---

<sup>2</sup> Beaucoup d'équipes de chercheurs constituent déjà des «entreprises semi-privées» qui s'emploient à recenser des opportunités et à mobiliser les ressources nécessaires à leur exploitation. Souvent, elles disposent d'une équipe crédible de gestion de la recherche, investissent dans de nouveaux domaines d'intérêt et sont en concurrence avec d'autres pour obtenir des contrats et des subventions d'institutions privées et publiques – exactement comme les sociétés de conseil privées (voir Etzkowitz, 2003).

témoigne de l'existence de relations université-industrie-pouvoirs publics dans les projets de R-D<sup>3</sup>.

49. Des liens analogues existent aussi en République de Corée. Ainsi, le Gouvernement coréen a étroitement collaboré avec ses industries et ses universités pour mettre en place sa stratégie de biotechnologie. Il aurait investi 500 millions de dollars, et le secteur privé 1 milliard de dollars supplémentaires, entre 1994 et 1997. Le Gouvernement a mis de côté quelque 380 millions de dollars pour aider à mettre sur pied 600 projets de biotechnologie, le but étant d'investir, d'ici à 2007, quelque 15 milliards de dollars dans tous les grands domaines concernés: ressources humaines, installations de recherche, financement, commercialisation et gestion (CNUCED, 2004). Ce plan fait intervenir les secteurs public et privé ainsi que des alliances internationales de manière à suivre l'évolution des connaissances.

50. Si ce type de collaboration n'est pas encore bien défini dans les pays en développement, des données de plus en plus nombreuses montrent qu'il y joue un rôle important. Plusieurs pays ont déjà envisagé des moyens d'encourager ce type de partenariat. Par exemple, l'Afrique du Sud a stratégiquement situé son pôle d'innovation (The Hub) entre deux de ses premières institutions de recherche scientifique et industrielle, à savoir l'Université de Pretoria et le Council for Scientific and Industrial Research (Conseil de la recherche scientifique et industrielle). Ce choix favorise les échanges entre les locataires du pôle (l'industrie) et les centres de production de savoir (l'université).

51. De même, en Égypte, la Cité Mubarak pour la recherche scientifique et ses applications technologiques (MuCSAT), axée sur le développement et l'innovation dans l'industrie, est située dans une zone où sont regroupées quelque 40 % des industries égyptiennes. Créée en 1993, la cité abrite 12 centres de recherche sur une centaine d'hectares. Son emplacement a été délibérément choisi pour encourager la collaboration avec l'industrie.

52. Dans certains des pays les moins avancés, comme le Rwanda et l'Éthiopie, les universités disposent d'une masse critique d'individus compétents et hautement qualifiés. Dans les pays en développement, il se peut que les universités doivent collaborer étroitement avec les pouvoirs publics et les donateurs pour qu'une idée puisse donner lieu à une création d'entreprise ou tout au moins atteindre un niveau de maturité suffisant pour pouvoir être directement exploitée par l'industrie, compte tenu de son degré de sophistication. Ce modèle est également applicable dans des domaines à faible technologie. En Zambie par exemple, le deuxième producteur et exportateur de fleurs et de plantes horticoles (York Farms Limited) et le premier fournisseur d'accès Internet (Zamnet Communications Limited) ont été mis sur pied par l'Université de Zambie en partenariat avec l'industrie et les pouvoirs publics ou des donateurs (Konde, 2004). De même, la société Agro-Genetics Technology Limited (Ouganda) et plusieurs coopératives horticoles au Kenya qui fournissent les producteurs de bananes en agents nettoyants d'origine végétale utilisent des techniques de culture de tissus mises au point à l'Université agricole Jomo Kenyatta en partenariat avec des institutions publiques.

---

<sup>3</sup> Pour des informations plus détaillées et ventilées, voir les National Science Foundation Science and Engineering Indicators 2007.



53. Ces tendances ont incité les décideurs à prendre des mesures propres à faciliter l'établissement de partenariats et la commercialisation du savoir. Aux États-Unis par exemple, la loi Bayh-Dole votée en 1980 encourage les universités et les établissements publics de R-D à commercialiser les résultats obtenus à l'aide de deniers publics. Un nombre croissant de pays développés et en développement ont adopté des stratégies analogues pour encourager la collaboration entre les universités et l'industrie et promouvoir la création d'entreprises.

54. D'une manière générale, les relations université-industrie-pouvoirs publics jouent un rôle de plus en plus important dans la création d'entreprises et le transfert et la diffusion de technologies. Il faut cependant que les décideurs encouragent ce type de collaboration et veillent à ce qu'il contribue au développement économique et social.

### **C. Améliorer l'accès au financement**

55. Les moyens de financement, dont l'importance pour l'entrepreneuriat ne fait aucun doute, jouent un rôle essentiel dans l'activité économique d'un pays. Plusieurs pays ont mis au point à cet égard des mécanismes novateurs destinés à stimuler l'émergence d'industries ou de secteurs ou la création d'entreprises en général. Certains se présentent comme un ensemble complet de mesures mettant en évidence une opportunité de lancement d'une entreprise ou d'un projet.

56. Ainsi, la Fundación Chile – fondation à but non lucratif au capital de 50 millions de dollars créée en 1976 par le Gouvernement chilien et la société américaine ITT pour diversifier l'économie du pays par la création de groupements d'industries – est l'un de ces mécanismes uniques de financement. Elle ne finance pas nécessairement des entrepreneurs potentiels mais s'attache plutôt à mettre en évidence des opportunités. En bref, elle crée des entreprises chargées de valider des technologies nouvelles et d'en évaluer la viabilité technique et économique pour inciter des particuliers à fonder leur propre entreprise dans le secteur concerné. Dès que l'investissement privé a augmenté et que l'industrie commence à prendre forme, l'entreprise créée par la fondation est vendue au secteur privé. Ce faisant, la fondation récupère son investissement et passe à l'étape suivante de développement industriel ou à un autre secteur de son choix. Depuis sa création, la Fundación Chile a créé plus de 40 entreprises dont une trentaine ont été vendues au secteur privé (CNUCED, 2006).

57. C'est à la fondation que l'on doit le développement des industries du vin, de la foresterie et de l'élevage de saumons au Chili. En ce qui concerne le saumon, elle a d'abord créé en 1982 la SARL Salmones Antártica pour démontrer la faisabilité technique et commerciale de l'élevage de saumons à grande échelle. Cela accompli et après que plusieurs personnes aient créé des élevages de poissons, alléchées par les profits importants qu'elles pouvaient en retirer, la fondation a créé trois autres entreprises pour mettre en évidence les opportunités offertes par l'élevage de poissons, la production de farine de poisson et la préparation et l'exportation de saumon fumé. En 2004, tout un groupe d'installations et d'entreprises (alevinières, fermes piscicoles, unités de transformation, services d'expédition, collèges techniques et institutions financières dont des établissements d'investissement étranger) avaient vu le jour et les exportations de saumon avaient atteint un montant de 1,4 milliard de dollars (CNUCED, 2006). En un sens, la fondation finance des transferts de technologie en aidant des entreprises nouvellement créées à adopter, utiliser et exploiter les technologies mises au point, ainsi que les marchés.

58. D'autres mécanismes de financement sont à l'étude dans des pays en développement. L'Afrique du Sud et la Malaisie ont par exemple élaboré des programmes intégrés conçus pour donner à des éléments auparavant défavorisés de leur population des moyens d'entreprendre par le biais de programmes d'autonomisation économique. Ces derniers fournissent des capitaux, des relations d'affaires et des contrats au niveau de l'État et des municipalités. Il apparaît de plus en plus nettement que des ensembles isolés de mesures de financement risquent de ne pas être suffisants pour permettre à des individus disposant de réseaux d'affaires et de compétences gestionnaires limités de développer leur propre entreprise.

59. En Afrique du Sud par exemple, le Black National Empowerment Fund, doté d'environ 70 millions de dollars, vise à promouvoir la création de nouvelles entreprises et à mettre des capitaux à la disposition des entreprises naissantes pour leur permettre de se développer. Le fonds offre jusqu'à 3 millions de dollars, sous forme d'emprunts, de quasi-participation ou de participation, à des entreprises nouvellement créées ou qui souhaitent s'agrandir. Il propose aussi des capitaux pour le financement de contrats d'achat à des conditions préférentielles, de projets de développement rural et communautaire, de coopératives et d'opérations de franchise. Les entreprises qui bénéficient de ces conditions doivent, pour au moins 50,1 %, appartenir à et être gérées par des Noirs, correspondre à un modèle commercial viable, avoir au moins cinq employés et être capables de rembourser le fonds sur une période de cinq à sept ans.

60. Si ce fonds a été spécialement conçu pour corriger les inégalités propres à l'histoire de l'Afrique du Sud, une version modifiée en a récemment été adoptée en Zambie (la Citizens Economic Empowerment Commission). Un fonds de 34 millions de dollars a récemment été créé pour faciliter le développement des entreprises. Ces fonds sud-africain et zambien et leurs dispositifs de soutien (développement des compétences, développement des entreprises et facilitation des relations d'affaires et des acquisitions) ressemblent beaucoup aux fonds mis en place en Asie.

61. Les décideurs peuvent recourir à d'autres solutions pour améliorer l'accès aux moyens de financement. Ils peuvent faciliter la création de sociétés de capital-risque chargées de financer des start-ups et leur croissance dans un domaine bien précis, créer des fonds spéciaux pour l'entrepreneuriat et réduire le coût des prêts accordés aux start-ups. Plusieurs pays – dont l'Inde, la République de Corée, la Russie, le Royaume-Uni et l'Afrique du Sud – ont créé des fonds de capital-risque qui bénéficient d'une aide des pouvoirs publics mais ont attiré une participation du secteur privé. Par ailleurs, le nombre et l'ampleur des fonds de capital-risque dans les pays en développement ont rapidement augmenté. La majorité d'entre eux bénéficient du soutien de grandes sociétés d'investissement dans des pays développés. Par exemple, la société CDC Capital Partners a investi 1,1 milliard de livres (soit en gros 2 milliards de dollars) auprès de 42 gestionnaires de fonds dans des pays en développement (ce qui veut dire que la CDC investit dans des fonds utilisés pour financer des projets). Il y a aussi les fonds émergents en Asie et en Afrique du Nord (par exemple les 250 millions de dollars de la Venture Capital Bank de Bahreïn destinés aux PME du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord).

62. Les gouvernements peuvent également encourager de riches particuliers (investisseurs providentiels) à investir dans le lancement d'une entreprise à ses débuts par le biais de toutes sortes d'initiatives, par exemple des réseaux d'investisseurs privés et des systèmes de coinvestissements, des crédits d'impôt et des réductions d'impôt sur les résultats de ces investissements. En résumé, les investisseurs providentiels sont souvent de riches particuliers qui

fournissent des capitaux à une nouvelle entreprise en échange d'une participation dans des secteurs qui les intéressent. Ils comblent l'écart entre l'aide financière de la famille/des amis (souvent de moins de 10 000 dollars) et celle des capitaux-risques (de plus de 1 à 2 millions de dollars). Ainsi, alors qu'elle exerçait encore ses activités chez l'un de ses fondateurs et n'était même pas encore enregistrée, la société Google a reçu une somme de 100 000 dollars de Andy Bechtolsheim, investisseur privé et l'un des fondateurs de Sun Microsystems. De même, Morten Lund, autre investisseur providentiel, a investi 50 000 dollars dans Skype, géant de la voix sur Internet, qui a été vendu à eBay pour 2,6 milliards de dollars à un stade précoce. En un sens, les investisseurs providentiels prennent davantage de risques que les sociétés de capital-risque mais les deux collaborent étroitement avec les nouvelles entreprises qu'ils soutiennent.

63. Les investisseurs privés jouent un rôle important en fournissant des capitaux de démarrage pour la création d'entreprises. On estime que des investisseurs providentiels ont mis 23,1 milliards de dollars dans 49 500 projets (soit environ 470 000 dollars par transaction) cependant que les fonds de capital-risque investissaient 22,1 milliards de dollars dans 3 008 projets (soit environ 7,4 millions de dollars par transaction) en 2005 aux États-Unis<sup>4</sup>. Environ 55 % des transactions dues à des investisseurs privés et seulement 6 % de celles dues à des fonds de capital-risque ont concerné les toutes premières étapes de la création d'entreprises. L'adoption de lois spécialement destinées à encourager la mobilisation de ressources créées dans le pays pour appuyer le lancement de nouvelles entreprises pourrait faciliter l'entrepreneuriat, en particulier dans les pays en développement qui manquent de fonds de capital-risque.

64. Les gouvernements pourraient également faire intervenir leurs mécanismes de réglementation financière pour obliger les institutions financières (banques, fonds de pension et compagnies d'assurances par exemple) à réserver aux nouvelles entreprises une petite proportion de leurs investissements. Ils pourraient par exemple demander aux banques commerciales de réserver disons 5 % de leurs prêts au lancement de nouvelles entreprises et, en échange, les gouvernements pourraient réduire d'autant le montant des réserves bancaires déposées à la banque centrale. Des pays comme la Malaisie ont choisi ce type de solution pour permettre à des PME de bénéficier de prêts bancaires.

65. Les pouvoirs publics pourraient aussi fournir des capitaux aux institutions financières pour le financement de nouvelles entreprises ou affecter une partie des recettes fiscales à de nouvelles entreprises à forte croissance. Ainsi, la Fondation de soutien à la recherche de l'État de São Paulo (FAPESP) perçoit 1 % des recettes fiscales de l'État de São Paulo, qui est le plus riche du Brésil, mais elle ne peut consacrer plus de 5 % de son budget à des tâches administratives. Ce plafonnement fait que près de 95 % des sommes recueillies vont à des projets scientifiques d'une grande importance économique ou sociale. En 1998, la Fondation a investi 25 millions de dollars dans un projet de génomique faisant intervenir un réseau de 34 laboratoires de différents établissements, lequel a propulsé le Brésil au rang des autres géants de la génomique (pour l'essentiel des pays développés). En 2000, ce réseau de laboratoires avait réalisé le séquençage d'un génome entier, formé pas moins de 200 jeunes généticiens et contribué à la création de deux sociétés.

---

<sup>4</sup> Des crédits d'impôt pour les investisseurs privés encourageraient ces derniers à fournir des fonds aux entrepreneurs quand ils en ont le plus besoin ([http://www.unh.edu/news/cj\\_nr/2006/june/lw\\_060608credit.cfm?type=n](http://www.unh.edu/news/cj_nr/2006/june/lw_060608credit.cfm?type=n)).

66. Les décideurs ont plusieurs instruments à leur disposition pour créer et stimuler l'émergence de différents outils financiers susceptibles de favoriser l'entrepreneuriat. Ce sont entre autres des avantages fiscaux, des lois et des règlements financiers incitant des entreprises et de riches particuliers à investir des capitaux-risques, des fonds spécialement créés pour favoriser le développement de groupements d'entreprises et répondre aux besoins de groupes particuliers et l'octroi, par les banques commerciales, de prêts bon marché aux entreprises nouvellement créées.

### III. CONCLUSIONS ET THÈMES DE DISCUSSION

67. Les institutions susceptibles d'élaborer et d'appliquer des politiques de l'entrepreneuriat varient sensiblement selon les pays. Plusieurs pays, par exemple le Canada, la Croatie, le Danemark, la Malaisie, les Pays-Bas et le Royaume-Uni, ont créé un Ministère de l'entrepreneuriat ou du développement des entreprises. Par ailleurs, quelques organisations internationales s'emploient activement à élaborer des politiques efficaces de l'entrepreneuriat ainsi que des indicateurs comparables sur le plan international. Les recherches faites et les efforts fournis pour comparer les expériences et les résultats des pays en développement favoriseront l'adoption de politiques globales de l'entrepreneuriat permettant à ceux qui le souhaitent d'envisager de créer une entreprise, d'entrer dans le secteur structuré et de se développer encore pour créer davantage d'emplois et de richesses (par le biais des impôts, des exportations et de salaires élevés) et favoriser l'innovation.

68. Certains exemples de bonnes pratiques ont été mis en lumière dans la présente note. Ainsi, la mise en place d'infrastructures d'entrepreneuriat ne devrait pas viser uniquement à améliorer le contexte et les conditions de l'activité économique mais aussi à renforcer les capacités entrepreneuriales, par exemple en matière de sensibilisation, d'éducation et de développement des compétences. Les programmes les plus efficaces prévoient des cours de formation à l'entrepreneuriat de l'école élémentaire à l'université. Des approches novatrices de la formation et de la sensibilisation à l'entrepreneuriat ont été mises au point en collaboration entre les pouvoirs publics et le secteur privé.

69. Dans le cadre des projets exécutés en collaboration entre l'université, l'industrie et les pouvoirs publics, les incubateurs d'entreprises et les complexes scientifiques peuvent être des lieux de jonction – un espace à l'intérieur duquel les trois parties en présence peuvent interagir, financer et accompagner les premières étapes de la vie d'une entreprise ainsi que financer et promouvoir des transferts de technologie. C'est là que peut être facilité et réalisé l'entrepreneuriat. Par ailleurs, cette approche a d'autant plus de chance de réussir que les trois parties sont concernées et contribuent aux projets proposés. Ce genre de collaboration doit être considéré comme allant au-delà d'une simple coopération classique pour des projets de R-D ou de commercialisation.

70. Les difficultés qui entravent l'accès aux moyens de financement sont parmi les principaux obstacles au développement de l'entrepreneuriat. Les entrepreneurs de start-ups devraient avoir accès aux dispositifs proposés par les banques et autres partenaires financiers pour faciliter l'accès au capital et à d'autres services. Les conditions favorables accordées aux jeunes entreprises pour qu'elles aient accès à des contrats et incitations publics devraient faciliter la création de liens entre ces dernières et les entreprises déjà établies. Enfin, les gouvernements devront sans doute donner des responsabilités plus étendues aux institutions financières

classiques pour permettre aux jeunes entreprises d'accéder à l'emprunt et encourager la mise en place de réseaux d'investisseurs privés.

71. Les participants aux débats procéderont sans doute à des échanges de vues sur les pratiques intéressant les politiques de l'entrepreneuriat, les facteurs de succès et les risques que devront affronter les pays en développement. Les discussions pourraient porter entre autres sur les questions suivantes:

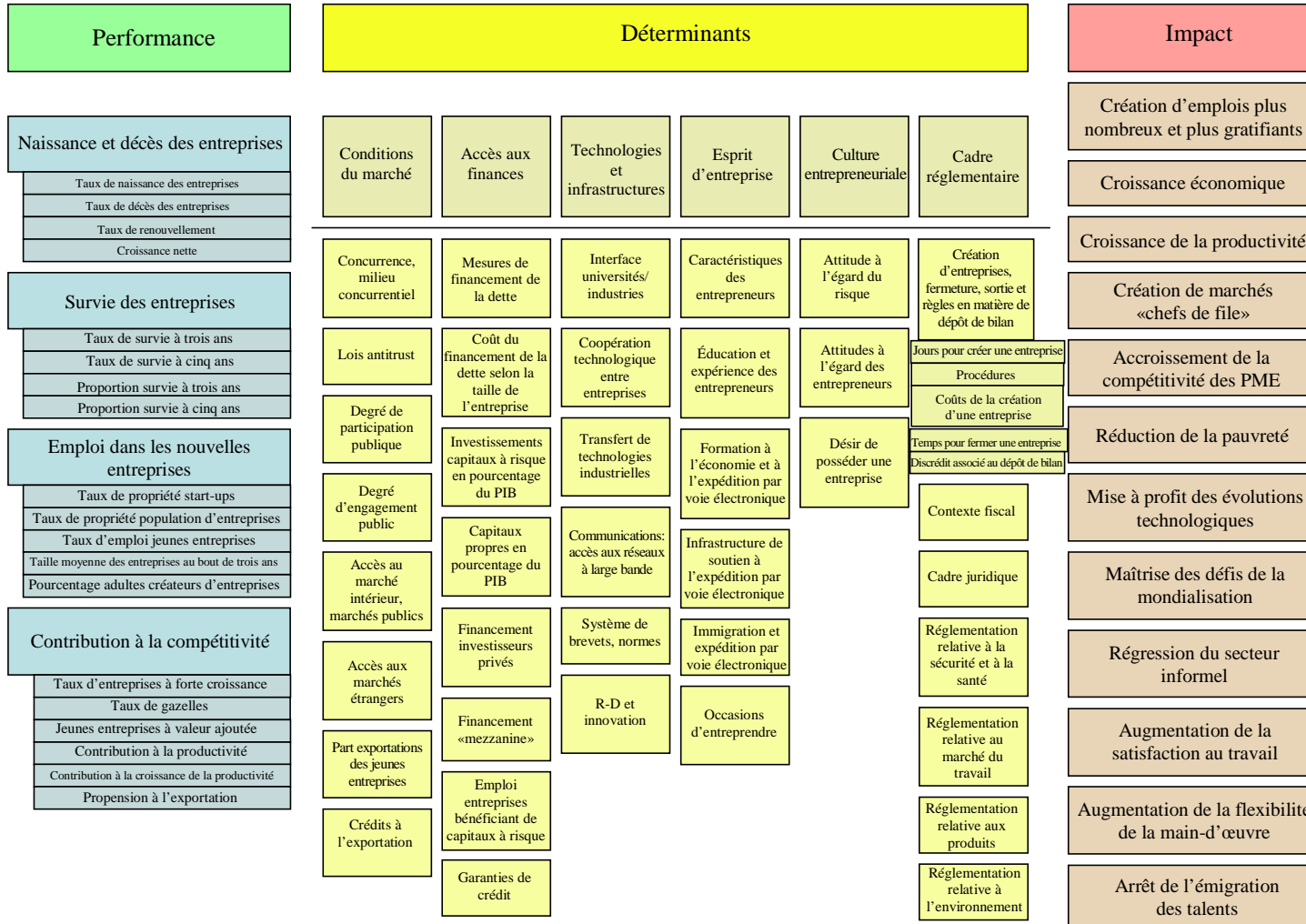
- a) Qu'est-ce qu'un bon entrepreneur?
- b) Quels sont les politiques et cadres réglementaires qui se sont montrés les plus efficaces pour développer l'entrepreneuriat?
- c) Quelles sont les principales structures à mettre en place pour permettre à des entreprises de naître et de croître (groupements et technoparcs, accès aux moyens financiers et biens intellectuels par exemple)?
- d) Quels types de relations peuvent aider à promouvoir l'entrepreneuriat, l'innovation et la compétitivité (partenariats public-privé, liens université-industrie-pouvoirs publics, liens entre grandes et petites entreprises, sous-traitance, entreprises étrangères, réseaux d'approvisionnement, etc.)?
- e) Comment les entreprises peuvent-elles acquérir et améliorer les technologies dont elles ont besoin et quelles politiques mettre en œuvre pour les rendre innovantes?

### Références bibliographiques

- Audretsch DB and Thurik AR (2004). A model of the entrepreneurial economy. *International Journal of Entrepreneurship Education*. 2 (2): 143–66.
- Clark BR (1998). Creating entrepreneurial universities; organizational pathways of transformation. *Pergamon*: 3–8.
- Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Max Planck Institute of Economics, Group for Entrepreneurship, Growth and Public Policy (<http://ideas.repec.org/p/esi/egpdis/2004-12.html>).
- Etzkowitz H (2003). Research groups as “quasi-firms”: The invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 32.
- Etzkowitz H, de Mello J and Almeida M (2005). Towards “meta-innovation” in Brazil: The evolution of the incubator and the emergence of a triple helix. *Research Policy*, 35(4): 411–424.
- Global Entrepreneurship Monitor (2005). The Global Entrepreneurship Monitor 2005 Report.
- Keller P (2000). Destination marketing: Strategic areas of inquiry. In Manente M, Cerato M (eds.) *From destination to destination marketing and management. Designing and repositioning tourism products*. Ciset Series, Ca’ Foscari, Venice: 29–44.
- Konde V (2004). Internet development in Zambia: a triple helix of government-university-partners. *International Journal of Technology Management*. 27: 440–451.
- Larsen T (2003). Member empowerment and enterprise development programme: appraisal report. *Noragric Report*. No. 18. Agricultural University of Norway.
- Leydesdorff L and Etzkowitz H (2001a) The transformation of university–industry–government relations. *Electronic Journal of Sociology* 5(4).
- Leydesdorff L and Etzkowitz H (2001b). Transformation of university–industry–government relations. *Electronic Journal of Sociology*. Vol. 5 (accessible via [www.sociology.org](http://www.sociology.org)).
- Miller W (2000). Hot competition for high tech. *Industry Week*. May 1.
- Schumpeter JA (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University.
- Stevenson HH (2000). Why entrepreneurship has won! Coleman White Paper, USASBE Plenary Address. 17 February 2000.
- Stevenson HH and Gumpert DE (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*: 85–95.

- Stevenson HH and Jarillo-Mossi JC (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*. 11: 17–27.
- Stevenson, L and Lundström A (2001). *Entrepreneurship Policy for the Future: Best Practice Components*, Swedish Foundation for Small Business Research.
- CNUCED (2004) *Biotechnology Promise: Capacity-building for Participation of Developing Countries in the Bioeconomy*. UNCTAD/ITE/IPC/2004/2.
- CNUCED (2006) *Transfer of Technology for the Successful Integration of Developing Countries in the Global Economy: A case Study of the Salmon Industry in Chile*. UNCTAD/ITE/IPC/2005/6.
- PNUD (2004). *Libérer l'entrepreneuriat – Mettre le monde des affaires au service des pauvres*.
- Organisation mondiale du tourisme (2001). *Commerce électronique et tourisme*, Organisation mondiale du tourisme, Madrid.

## Annexe – Indicateurs de l’entrepreneuriat de l’OCDE: déterminants, performance et impact



-----