

CHAPITRE 1 : SENSIBILISATION A LA CULTURE ENTREPRENEURIALE

INTRODUCTION

Depuis longtemps les entrepreneurs ont cherché à créer un esprit unique, caractérisant la spécificité de leur savoir-faire vis-à-vis de leurs concurrents. Dans cette première constatation, la culture d'entreprise permet à une entreprise de se différencier de ceux qui l'entourent.

De plus, l'entreprise met en présence des parties prenantes (salariés, direction, actionnaires, syndicats...) qui malgré leur appartenance à la même organisation ont des opinions, des valeurs, des aspirations, des intérêts et des objectifs divergents. Ainsi, l'entreprise s'avère comme est un lieu de tensions et de conflits entre plusieurs cultures professionnelles. Or, cette communauté sociale et économique a besoin de consensus pour fonctionner de manière optimale. La culture d'entreprise crée la convergence vers des objectifs communs, assure la cohérence du fonctionnement de l'organisation et contribue à une vision commune de tous les membres qui forment cette communauté.

I- DISTINCTION ENTRE CULTURE, CULTURE D'ENTREPRISE ET CULTURE ENTREPRENEURIALE

Dans la présente section, nous tentons de distinguer trois concepts souvent confus, à savoir : la culture, la culture de l'entreprise et la culture entrepreneuriale.

1. LA CULTURE :

La culture est définie comme étant un ensemble d'informations partagé et transmis entre des individus et des générations d'individus. C'est un pilier de références basé sur des valeurs, des normes, des croyances, des rites collectifs, des tabous des modes de comportement et des relations interpersonnelles.

2. LA CULTURE DE L'ENTREPRISE :

Selon Maurice Thévenet, la culture de l'entreprise est « *un ensemble de références partagées dans l'entreprise consciemment ou pas qui se sont développées tout au long de son histoire* ».

Appelée aussi culture organisationnelle, la culture de l'entreprise se résume en un ensemble d'éléments qui définissent le fonctionnement de l'entreprise, son identité, son esprit unique par rapport à ses concurrents.

La culture de l'entreprise est formée d'un ensemble de facteurs, qui sont généralement : les valeurs, les mythes, les rituels, les symboles, le métier de l'entreprise, langages utilisées, codes vestimentaires, relations interpersonnelles....

- ✓ **Les valeurs de l'entreprise:** sont des repères et des principes fondamentaux qui guident le fonctionnement de l'entreprise et les comportements des salariés (ex : l'entreprise l'Oréal se base sur quatre valeurs fondamentales, à savoir : la quête de l'excellence (qualité maximale), le défi de l'innovation, l'ouverture d'esprit et l'harmonie).

Les valeurs au sein de l'entreprise sont de deux types:

- **Les valeurs déclarées:** ces valeurs sont affichées par l'entreprise à l'extérieur (ex: sur les supports de communication visuels ou écrits et sur le site Internet) et à l'intérieur (ex : sur l'intranet, dans les livrets d'accueil, les manuels et les journaux de l'entreprise remis aux employés et dans les réunions internes).
- **Les valeurs réelles:** ce sont les valeurs déclarées mises en application au quotidien. En effet, ce sont les comportements et les attitudes découlant des valeurs déclarées.

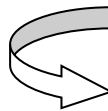
Il faut veiller à ce que les valeurs déclarées par une entreprise reflètent la réalité. L'écart entre la réalité et le discours des managers peut toucher l'image de l'entreprise (obligation d'authenticité).

- ✓ **Les mythes de l'entreprise :** Ils font référence à l'histoire de l'entreprise, à ses époques héroïques (succès), à ses fondateurs (les personnes qui ont marqué l'histoire de l'entreprise, ex : Steve Jobs chez Apple), à des périodes spécifiques de la vie de l'entreprise (privatisation, internationalisation...), ils peuvent s'agir aussi de produit phare de la marque (ex : Pour la marque Chanel, le produit phare est le parfum Chanel n°5).

Les mythes circulent dans l'entreprise et se diffusent librement entre les membres de l'organisation ou entre les générations jusqu'à devenir parfois une tradition orale, ils servent ainsi à renforcer l'esprit d'appartenance des salariés.

- ✓ **Le métier de l'entreprise :** Il résume la fonction principale de l'entreprise (ex : le métier de l'Oréal est la beauté, le métier de Monoprix est la commerce dans le domaine de la grande distribution). C'est aussi la capacité à résoudre un problème et à prendre des décisions.

- ✓ **Les rituels** : Dispositif qui se répètent et qui rythment la vie de l'entreprise (ex : fête de départ en retraite, fête d'embauche, café du matin, les réceptions, fête d'anniversaire de l'entreprise...). Ils ont pour fonction de développer le sentiment d'appartenance, briser la routine du travail, rapprocher les employés, lutter contre le stress et véhiculer les valeurs principales de l'organisation.
- ✓ **Les symboles** : Il s'agit des signes extérieurs d'identification à une organisation en particulier, qui servent de repères au personnel. Ils concernent le style vestimentaire, le design, la signalétique, les mascottes, les logos ... (ex : le port de l'uniforme ou d'un badge qui permet de distinguer les personnels de l'organisation de ceux qui lui sont extérieurs).
- ✓ **Les tabous** : Ce sont des sujets qui constituent les manifestations d'une peur collective au sein de l'organisation. Ils peuvent se matérialiser sous la forme des échecs commerciaux de l'entreprise ou d'événements passés peu glorieux.



Ainsi, chaque entreprise a sa propre culture qui la distingue de ses concurrents. La culture de l'entreprise n'est pas reproductible, elle rend chaque entreprise unique (on peut imiter un produit ou une technologie mais pas la culture d'une entreprise).

3. LA CULTURE ENTREPRENEURIALE :

La culture entrepreneuriale est constituée de qualités et d'attitudes exprimant la volonté d'entreprendre et de s'engager pleinement dans ce que l'on veut faire. Elle dépend du contexte dans lequel l'entrepreneur se situe.

La culture est dite entrepreneuriale lorsqu'elle valorise l'activité d'affaires, l'esprit entrepreneurial (un engagement personnel qui se manifeste chez une personne voulant créer un projet), les valeurs entrepreneuriales (la confiance en soi, le leadership, l'esprit d'équipe, la motivation, le sens des responsabilités, la solidarité, la débrouillardise, l'effort, l'initiative, le sens de l'organisation, la créativité, la détermination et la persévérance et la détermination), les connaissances, les compétences, les savoir-faire, savoir-agir et savoir-être appropriées afin de relever les défis de création d'entreprise.

Ainsi, une culture entrepreneuriale développe et encourage les comportements entrepreneuriaux, surtout chez les jeunes. Elle a plusieurs lieux d'enracinement, tels que : l'université et l'entreprise.

II- TYPOLOGIE DES CULTURES ORGANISATIONNELLES :

En se référant au modèle de valeurs concurrentes « Competing Values Framework » de Cameron et Quinn (2011), nous pouvons identifier quatre orientations organisationnelles, à savoir : la culture de clan, la culture adhocratique, la culture hiérarchique et la culture de marché. Ce modèle décrit la culture d'une entreprise sur la base de deux dimensions :

- **Flexibilité vs contrôle:** Les entreprises où il y a une grande flexibilité, une latitude d'action et un dynamisme important, s'opposent aux entreprises où l'on insiste sur le contrôle et la stabilité.
- **Orientation interne vs orientation externe :** Les entreprises qui sont centrées sur leur fonctionnement interne et leur unité de travail (ex : le bon fonctionnement de leurs processus ou le bien-être de leurs employés) s'opposent à celles qui sont orientées vers les enjeux externes (ex : la relation à l'extérieur, la rencontre des contraintes et opportunités l'environnement, la compétitivité, l'adéquation aux demandes du marché et la différenciation).

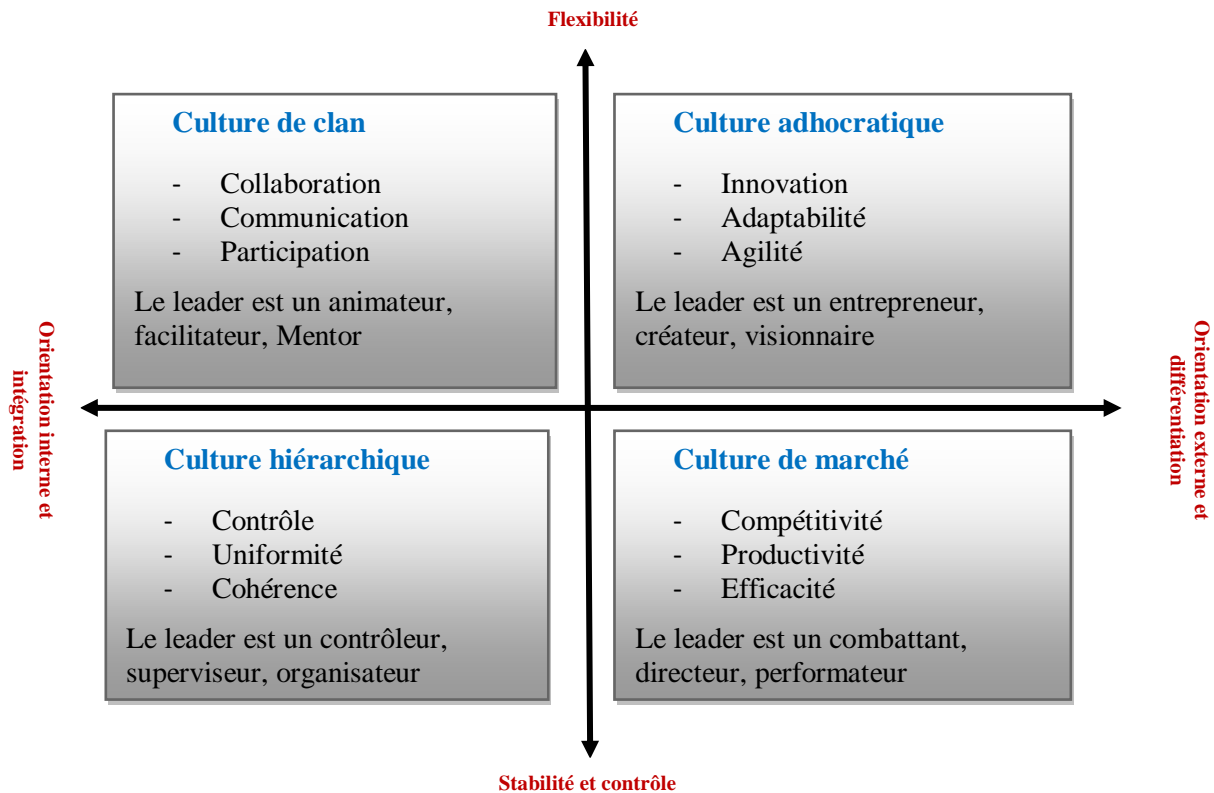


Figure 1 : Les quatre types de culture d'entreprise (Cameron et Quinn, 2011)

1. LA CULTURE DE CLAN :

Elle combine une orientation interne à un degré élevé de flexibilité et de spontanéité. Soucieuse du bien-être et du développement de ses ressources humaines, la culture de clan promeut la coopération, l'esprit d'équipe, la cohésion sociale, la communication interpersonnelle et la participation. L'entreprise est ainsi un lieu agréable pour travailler et les employés manifestent un attachement et une implication élevée à leur entreprise, c'est comme une grande famille (contacts informels).

2- LA CULTURE ADHOCRATIQUE :

L'entreprise qui adopte une culture adhocratique est marquée à la fois par une orientation externe (sur la concurrence et la différenciation par rapport à la concurrence) et par une grande flexibilité. Valorisant ainsi la créativité, l'innovation, la prise d'initiative, l'ouverture au changement et l'expérimentation. L'entreprise est, par conséquent, un lieu de travail très dynamique, créatif et entrepreneurial où la liberté et la prise de risque sont encouragées. L'entreprise qui suit une culture adhocratique vise la croissance à long terme,

c'est pourquoi elle renouvelle et développe constamment ses produits, services, ressources, procédés de production et structures. Ainsi, la formalisation du travail y est faible et la communication y est très fluide et informelle.

3- LA CULTURE HIERARCHIQUE :

C'est la culture traditionnelle du commandement et du contrôle. L'entreprise qui adopte une telle culture exerce un contrôle étroit sur les comportements de ses membres et est focalisée sur l'intégration des activités, l'ordre et la stabilité des processus internes.

L'entreprise est dominée par les règles, le respect de l'autorité, la communication descendante, la conformité, la formalisation et la division du travail. L'entreprise est un environnement de travail très structuré et formalisé dans lequel les règles, les pratiques formelles et les procédures gouvernent. Cette forme de culture se réfère à l'image de la bureaucratie. Cette dernière correspond à une méthode de fonctionnement ayant ses forces et ses faiblesses. La culture hiérarchique assure l'efficacité des procédures, elle est rassurante : chacun a un rôle bien déterminé à accomplir, certains étant décisionnaires d'autres exécuteurs, chaque pôle a un responsable qui le dirige et contrôle. Toutefois, cette culture ne favorise pas la liberté et la créativité, ce qui engendre un manque de motivation et d'implication des employés.

4- LA CULTURE DE MARCHE :

Appelée aussi la culture rationnelle, cette culture est orientée sur la concurrence et la différenciation, elle fonde ses principes sur l'échange et la réponse aux besoins de son environnement externe. La culture de marché sert à assurer l'efficacité des procédures, l'ordre, la stabilité des processus et la productivité en exerçant un certain contrôle sur les ressources et les opérations de l'organisation. Cette culture est caractérisée par des objectifs centrés sur la compétitivité et la domination du marché. Tout doit être parfaitement planifié, calculé et organisé, la liberté n'a pas de place, l'équipe doit suivre les règles à la lettre et respecter les processus de travail pour atteindre les objectifs et les résultats avec efficacité.

CHAPITRE 2 : CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE, L'ENTREPRENEUR ET L'ENTREPREUNARIAT

INTRODUCTION :

Dans le contexte actuel, l'entrepreneuriat apparaît plus que jamais comme un remède à la crise du chômage en Tunisie et par conséquent, un levier primordial de développement économique et sociétal. En effet, la Tunisie accorde de plus en plus de l'importance au domaine de l'entrepreneuriat. La stratégie nationale témoigne de la volonté de l'Etat de stimuler l'activité entrepreneuriale pour créer de la richesse et lutter contre le chômage.

Cette Stratégie a été fondée sur un environnement institutionnel propice à la création de nouvelles entreprises et cela à travers l'octroi d'avantages fiscaux et financiers aux nouveaux entrepreneurs, la mise en place de structures d'appui au financement (BTS (Banque Tunisienne de Solidarité), BFPME (Banque de Financement des Petites et Moyennes Entreprises), de structures d'aide et d'accompagnement à l'investissement privé et d'institutions de formation professionnelle. Nous citons à titre non exhaustif: l'Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation (APII), l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA), l'Agence National pour l'Emploi et le Travail Indépendant (ANETI) et le Centre de Promotion des Exportations (CEPEX).

Malgré la richesse de l'écosystème entrepreneurial en Tunisie, la complexité des procédures administratives de la création d'entreprises, la bureaucratie excessive et le manque de transparence au niveau de l'administration constituent une entrave considérable au développement et à la maturation des idées d'affaires à forte valeur ajoutée.

I- CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT :

1. L'ENTREPRISE : DEFINITION ET CARACTERISTIQUES :

Il existe de nombreuses définitions de l'entreprise, la plus pertinente est celle de Marcel Capet : « *L'entreprise est un groupe humain, de production, autonome, disposant d'un patrimoine, exerçant un effet d'attraction sur son environnement et dont le devenir dépend de la vente des produits de son activité* ».

A partir de cette définition, nous pouvons déduire six caractéristiques fondamentales de l'entreprise, à savoir :

- **L'entreprise est un groupe humain :**

L'entreprise est formée à partir d'un ensemble des personnes appelé **personnel de l'entreprise**, exerçant des tâches différentes mais complémentaires. L'ensemble de ces tâches constitue l'activité de l'entreprise. Cette dernière ne peut être réalisée que grâce à la contribution de chacun de ces membres. Ainsi, l'entreprise est **une entité sociale** dont le travail est une œuvre collective et dont la survie dépend de la contribution de chacune de ces membres.

- **L'entreprise est un groupe de production :**

Les personnels d'une entreprise s'associent pour **produire** et/ou commercialiser un produit. Ce dernier peut être un bien immatériel, c'est-à-dire un service (ex : banques, assurances, entreprises d'assurances, hôtels...) ou matériel (ex : meubles, pc, téléphones...).

- **L'entreprise est un groupe autonome :**

L'entreprise dispose d'un degré d'autonomie dans un cadre légal bien déterminé. D'une part, elle jouit d'**une autonomie financière**, dans la mesure où elle peut utiliser librement ses ressources financières dans le cadre de son activité. D'autre part, elle jouit d'**une autonomie décisionnelle**, vu que les dirigeants de l'entreprise peuvent fixer librement leurs objectifs, leur politique et leur stratégie selon leurs préférences. Ils peuvent aussi choisir leurs moyens de production et de motivation, leurs clients, fournisseurs et sous-traitants ...

Toutefois, certains éléments de l'environnement externe peuvent entraver la liberté d'action de l'entreprise, à savoir : la concurrence, le manque d'information, les règlements, les syndicats, médias ...

- **L'entreprise possède un patrimoine :**

L'entreprise utilise et combine des facteurs de production : des ressources immatériels (brevets, licence, nom commercial, portefeuille client, fond de commerce...), des ressources matérielles (matières premières, marchandises, équipement, machines, local, voitures...), des ressources humaines (employées) et financières (capital) afin d'assurer son activité. L'ensemble de ces éléments forment le patrimoine de l'entreprise.

- **L'entreprise poursuit des objectifs :**

A travers les actions qu'elle mène et les tâches qu'elle attribue à ses membres, l'entreprise vise à atteindre un ou plusieurs résultats, tels que : augmenter son part de marché, produire ou commercialiser un nouveau produit, maximiser son profit, être le leader dans son marché, augmenter son chiffre d'affaire, améliorer la qualité de ses produits....

Les résultats que l'entreprise cherche à atteindre, constituent ses objectifs. Ces derniers guident le comportement de ses membres et orientent leurs activités.

- **L'entreprise exerce un effet d'attraction sur son environnement :**

L'entreprise exerce un effet d'attraction sur son environnement, elle fournit des biens et des services pour satisfaire les besoins du marché. Elle attire alors des **clients** qui désirent acheter ses produits. Elle attire aussi des **fournisseurs** qui proposent à l'entreprise leurs produits ou leurs services. Elle peut attirer également des **chercheurs d'emploi** qui veulent travailler dans l'entreprise. Et finalement, elle peut attirer des **actionnaires** qui ont jugé intéressant de participer à son capital.

2- LES COMPOSANTES DE L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE :

L'entreprise ne peut pas vivre en autarcie (de manière isolée). Elle est insérée dans un environnement qui comporte des opportunités, des avantages mais aussi des menaces et des contraintes. Par définition, l'environnement est l'ensemble des éléments externes (facteurs économiques, écologiques, politiques, sociologiques, technologiques...) qui sont en rapport direct ou indirect avec l'entreprise et qui influence le fonctionnement et la réussite de celle-ci. Connaître l'entreprise, c'est aussi comprendre l'environnement dans lequel elle évolue. On distingue principalement deux types d'environnement qui influence l'entreprise de manière différente, à savoir : l'environnement général (le macroenvironnement) et l'environnement spécifique (le microenvironnement).

1. L'environnement général de l'entreprise :

Il s'agit du contexte global dans lequel l'entreprise évolue et il regroupe tous les facteurs **incontrôlables** par celle-ci. Ces facteurs révèlent du domaine écologique, démographique, socioculturel, économique, fiscal, politique et légal. Ces derniers exercent des effets plus au moins direct sur l'entreprise mais sur lesquels l'entreprise n'a pas d'influence directe (elle ne peut ni les changer ni les négliger). Pour survivre, une entreprise doit avoir une bonne perception des différentes variables du macroenvironnement.

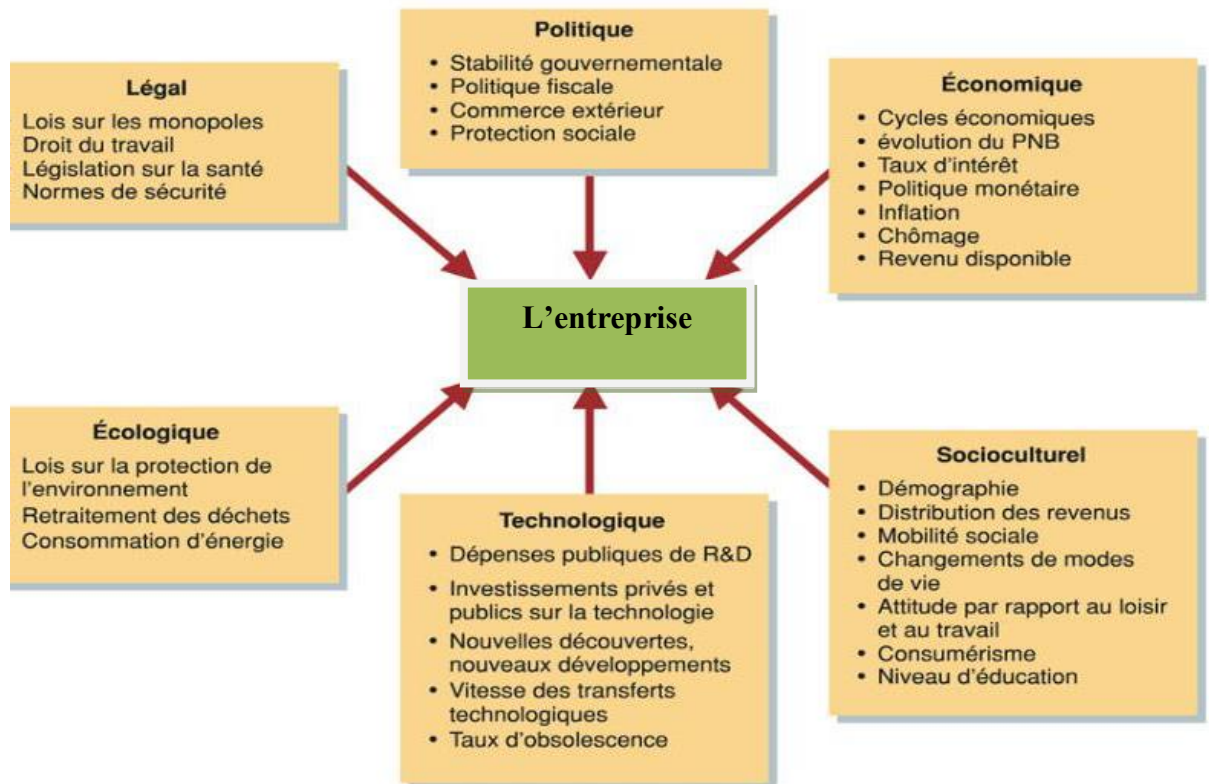


Figure 1 : Le microenvironnement de l'entreprise

2. L'environnement spécifique de l'entreprise:

Il constitue l'environnement immédiat ou encore le microenvironnement de l'entreprise, il est composé de l'ensemble d'acteurs économiques avec lesquels l'entreprise est directement en contact (relation de proximité). Contrairement au macroenvironnement qu'il est presque impossible de le contrôler, l'entreprise peut influencer son microenvironnement pour le contrôler.

Les principaux acteurs de cet environnement sont les clients, les fournisseurs, les distributeurs, les salariés, les organismes financiers (banques, établissement de crédit (ex : ENDA)...), les concurrents (directs et indirects), les publics (médias, associations, organisme administratif (ex : inspection de travail)).

II- L'ENTREPRENEUR :

1- DEFINITION :

Conscient que l'entrepreneur a une importance capitale dans la réussite de l'entreprise, il nous a semblé intéressant de définir ce personnage clé.

D'après J. Schumpeter, l'entrepreneur peut être défini comme un agent économique dont la fonction est d'exécuter de nouvelles combinaisons de production pour créer une valeur nouvelle.

L'entrepreneur est défini également comme étant une « *personne ou groupe de personnes qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit* » (le Grand dictionnaire). L'entrepreneur est une fonction et n'est pas un statut social. L'entrepreneur est souvent étroitement associé aux termes de prise de risque, d'innovation, et d'anticipation. C'est quelqu'un qui sait identifier, sélectionner et exploiter une opportunité, et créer une entreprise afin de l'exploiter.

L'entrepreneur agit en toute indépendance, il choisit librement ses collaborateurs, il est responsable de ses actes et il n'est pas placé sous la subordination juridique d'une autre personne. C'est ce qui le distingue du salarié.

L'entrepreneur	Le manager
Il Choisit librement ses collaborateurs	Ce n'est pas toujours possible
Il investit son propre argent	Il utilise le budget de l'entreprise et il essaye de faire avec
Il définit et met en ouvre librement les stratégies de son entreprise. Ces dernières sont souvent audacieuses et risquées sur le long terme.	Les stratégies sont définies dans le cadre de la politique générale de l'entreprise.
Qualités : créativité, autonomie, prise de risque, volontarisme	Fonction : gestion, organisation, contrôle, prise de décision, direction

Tableau 1 : Distinction entre entrepreneur et manager

L'entrepreneur doit avoir un certains nombre de compétences pour mener à bien son projet, à savoir des compétences techniques (savoir faire, savoir réagir...), compétences comportementales et sociales (persévérance, motivation, confiance en soi, communication, patience, détermination, créativité, courage, leadership...).

2- RÔLE DE L'ENTREPRENEUR :

L'entrepreneur a un rôle irremplaçable dans l'économie et la société :

- C'est un créateur de richesse par la production de biens et de services destinés à la satisfaction des besoins du marché.
- C'est un distributeur de revenu par le versement des rémunérations aux salariés, d'intérêts aux prêteurs de fonds (banques), d'impôt à l'Etat et de cotisations à la sécurité sociale (CNSS, CNRPS). Ainsi, l'entrepreneur est **un agent économique** qui participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.
- C'est un créateur des emplois, il participe à l'intégration sociale des individus et à la formation des salariés, tout en favorisant des conditions acceptables et favorables de travail et de rémunération.
- C'est **un agent de changement** qui prend le risque et introduit l'innovation via la conception d'un nouveau produit ou service répondant aux besoins du consommateur.

3- TYPOLOGIE DES ENTREPRENEURS :

Les entrepreneurs ne constituent pas une entité homogène, il est donc nécessaire d'élaborer des typologies pour montrer leurs différentes caractéristiques. Dans ce sens, Julien et Marchesnay (1988, 1992, 1996) établissent une typologie, considérée comme majeure dans le domaine de l'entrepreneuriat, en se basant sur le classement hiérarchique des aspirations de l'entrepreneur vis à vis de son entreprise.

Ces auteurs partent du principe qu'il existe trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur, à savoir : la pérennité, l'indépendance et la croissance. Ils distinguent ainsi les entrepreneurs « PIC » qui ont, dans l'ordre, des aspirations à la **pérennité**, à l'**indépendance** et à la **croissance**, des entrepreneurs « CAP » qui ont, dans l'ordre, des aspirations à la **croissance**, à l'**autonomie** et à la **pérennité**.

• Profil PIC: Pérennité, Indépendance et croissance :

L'entrepreneur PIC se trouve dans une logique d'action patrimoniale ou encore logique d'accumulation. Dans laquelle, l'entrepreneur **donne la priorité à la pérennité** et la stabilité de son organisation, il désire avant tout accumuler du patrimoine. Il souhaite aussi **préserver l'indépendance patrimoniale**, il est prêt alors à refuser des associés et des emprunts extérieurs (il craint l'endettement), il est également méfiant envers l'externalisation d'activités et il préfère l'investissement matériel qui consiste à acheter des biens durables (machines,

usines, équipement...). Enfin, la croissance de l'organisation n'est acceptée que si elle ne nuit pas à la pérennité et l'indépendance patrimoniales.

- **Profil CAP: Croissance, Autonomie et Pérennité**

L'entrepreneur CAP se trouve, quant à lui, dans une logique d'action entrepreneuriale de valorisation des capitaux. Il est opportuniste, il privilégie les activités risquées et à forte croissance. Toutefois, il éprouve un grand besoin d'autonomie décisionnelle, il ne se préoccupe pas de l'indépendance du capital et la pérennité de son affaire n'est pas une priorité pour lui. L'entrepreneur CAP privilégie les investissements immatériels (ex : formation des collaborateurs, marketing, développement de brevets ou d'innovations, l'achat de logiciels ...) et il se situe dans des activités évolutives et en expansion.

III- L'ENTREPRENEURIAT :

L'entrepreneuriat désigne **l'action d'entreprendre** et de mener à bien un projet. Il est défini comme la fonction d'une personne qui crée une activité (économique) pour atteindre un objectif et répondre à un besoin.

D'après Paturel (2007), *« l'entrepreneuriat est l'exploitation d'une opportunité, dans une organisation créée de toute pièce ou reprise, par une personne physique seule ou par une équipe, selon un processus qui génère une valeur »*.

L'entrepreneuriat est très lié à l'innovation. En ce sens, Julien et Marchesnay (1996) signalent que *« L'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir et produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise »*.

Selon l'économiste Schumpeter, l'entrepreneur incarne le pari de l'innovation. En effet, l'entrepreneuriat permet de produire de nouveaux produits sur le marché, conquérir de nouveaux marchés, développer de nouvelles procédés de production et instaurer de nouvelles formes d'organisation. Ainsi, l'entrepreneuriat est la capacité de coïncider une innovation à un besoin.

L'entrepreneuriat est aussi étroitement lié à la prise de risque, dans ce sens nous pouvons distinguer plusieurs types de risques à prendre par l'entrepreneur : risque financier (les revenus ne sont ni stables, ni garantis), familial (l'entrepreneuriat nécessite beaucoup de

temps et de travail donc ca pourra être au détriment de la famille), psychologique (stress, pression, instabilité...), stratégique, opérationnel... Afin de limiter ces risques, l'entrepreneur doit mener une étude prospective de marché et analyser l'environnement pour éviter les aléas.

En effet, la logique entrepreneuriale comprend quatre grandes composantes :

- La découverte et l'exploitation d'opportunités
- L'organisation et la mobilisation de ressources
- La création de valeur et la pérennité de l'organisation
- L'innovation.

Le phénomène entrepreneurial se caractérise par sa complexité, sa multidimensionnalité et par son caractère dynamique.

- La complexité : la présence de plusieurs acteurs (salariés, actionnaires, collaborateurs, syndicats, directeurs...) qui interviennent dans l'activité entrepreneuriale.
- La multi dimensionnalité : l'existence de plusieurs dimensions, à savoir la dimension humaine (cognitive, affective et conative), la dimension temporelle, sociale et culturelle (réseau, culture d'un pays...).
- Le caractère dynamique (non stable) : implique la prise en compte des différents changements environnementaux (environnement technologique, politique, économique, réglementaire) et de changement de perceptions, d'apprentissage....

