

Etude des déterminants de la formation des opportunités entrepreneuriales en Tunisie

Study of the Determinants of Entrepreneurial Opportunity Formation in Tunisia

Haithem Chaabouni

Entrepreneuriat, Institut Supérieur d'administration des affaires

Université de Sfax, Tunisie

Chaabouni.haithem@gmail.com

Résumé— L'entrepreneuriat est une pratique qui stimule le dynamisme des économies et des sociétés. En effet, les différentes organisations, institutions, universités et centres de recherche accordent un intérêt croissant au phénomène de la formation des opportunités entrepreneuriales. La formation des opportunités mobilise l'effort et attire l'attention des chercheurs vers une refondation des principes de l'entrepreneuriat. L'enjeu conceptuel de cette recherche consiste principalement à étudier les processus conduisant à l'identification ou à la construction d'une opportunité entrepreneuriale. Cette recherche contribue au champ entrepreneurial sur plusieurs plans. Sur un plan théorique, nous contribuons, à une meilleure compréhension de la formation des opportunités entrepreneuriales en Tunisie. En s'inscrivant dans le cadre de l'opportunité entrepreneuriale, deux approches ont été mobilisées par l'analyse des ingrédients qui composent chacune d'elles. Les méthodes utilisées dans la partie pratique offrent une meilleure compréhension de la formation des opportunités entrepreneuriales ainsi que la façon de penser et d'agir des entrepreneurs.

Mots clés— Entrepreneuriat, opportunités, effectuation, découverte, création.

Abstract— Entrepreneurship is a practice that drives the dynamism of economies and societies. Indeed, organizations, institutions, universities, and research centers are showing increasing interest in the phenomenon of entrepreneurial opportunity formation. The development of entrepreneurial opportunities requires considerable effort and has attracted researchers' attention toward redefining the fundamental principles of entrepreneurship. The main conceptual objective of this research is to examine the processes that lead to the identification or construction of an entrepreneurial opportunity. This study contributes to the field of entrepreneurship in several ways. From a theoretical perspective, it provides a better understanding of entrepreneurial opportunity formation in Tunisia. Within the framework of entrepreneurial opportunity theory, two approaches were mobilized through an analysis of the key components underlying each of them. Furthermore, the methods used in the empirical section offer deeper insights into the formation of entrepreneurial opportunities, as well as into the ways entrepreneurs think and act.

Keywords— Entrepreneurship, opportunities, effectuation, discovery, creation.

I. INTRODUCTION

L'opportunité entrepreneuriale s'inscrit dans deux principales approches : l'approche de la découverte et l'approche de la création des opportunités. Chaque logique fait appel à des ingrédients, des variables et des acteurs différents. Cependant, le contexte de la formation des opportunités reste un élément primordial dans l'alimentation de l'activité entrepreneuriale. Le contexte de création ou l'écosystème entrepreneurial favorise une distinction entre les approches. L'enjeu conceptuel de cette recherche consiste principalement à étudier les processus conduisant à l'identification ou à la construction d'une opportunité entrepreneuriale. De ce fait, il s'agit d'identifier l'ensemble des variables qui influencent la formation des opportunités entrepreneuriales. Étant donné que cette formation des opportunités peut suivre la logique de l'identification des opportunités ou la logique de la construction des opportunités entrepreneuriales. Notre problématique de recherche consiste à répondre à la question suivante : quels sont les facteurs qui influencent la formation des opportunités entrepreneuriales en Tunisie ?

Dans cette étude nous tentons d'étudier la littérature consacrée à l'opportunité entrepreneuriale et en se basant sur un modèle d'analyse des données, nous essayerons d'identifier les facteurs qui influencent la création et aussi la découverte dans un contexte, particulier et spécifique, qui est le contexte tunisien. La partie suivante traite les fondements de la formation des opportunités entrepreneuriales.

II. LA FORMATION DES OPPORTUNITES ENTREPRENEURIALES

Le concept opportunité apparaît fréquemment dans les publications en entrepreneuriat. Depuis les travaux de [4], [18], les recherches ayant traité l'opportunité ont enrichi la discipline et ont donné des perspectives de recherche plus approfondies et plus sophistiquées. [16] ont classé les recherches sur l'opportunité entrepreneuriale en trois catégories: (1) « Allocative view », (2) « Discovery view » et (3) « Creative view ».

La logique de la création est le noyau de la théorie de l'effectuation [11]. La création d'une nouvelle opportunité entrepreneuriale permet à un entrepreneur de créer un nouvel artefact : produit, service, firme, entité économique et marché, par le biais d'un processus de construction sociale et un processus de transformation créatif des moyens disponibles [15]. [22] ont constaté l'importance de l'interaction de l'environnement interne (émotions, cognition de l'entrepreneur, actions et aspirations) et de l'environnement externe (co-créateurs, parties prenantes, ressources, institutions et marché). Ce constat est cohérent avec l'esprit des sciences de design d'Herbert Simon dont les artefacts qui résultent de l'interaction entre l'entrepreneur (action) et son environnement. Cette interaction émane de la création et de la transformation des moyens en artefacts suite au schéma mental de l'entrepreneur et la réalité de l'environnement. La création dans ce cas se manifeste dans la représentation entrepreneuriale de l'entrepreneur.

L'étude de l'approche de création des opportunités, qualifiée comme effectuale par [20], [22], [1], englobe quatre domaines [17]:

- La création d'une opportunité est un design.
- L'étude de l'opportunité est une vision intersubjective.
- La création d'une opportunité est un processus créatif.
- La transformation est un facteur de création et de développement des opportunités.

La logique effectuale ne s'accorde avec l'approche qui stipule que les opportunités sont préexistantes dans l'environnement et qu'il faut les identifier et les exploiter. [14] et les experts en effectuation ont développé la théorie de l'effectuation sur la logique de création des opportunités entrepreneuriales. L'entrepreneur en effectuation conçoit des opportunités en se basant sur les ressources disponibles: les moyens personnels (traits,

préférences et compétences), les moyens sociaux (réseau social et professionnel) et les moyens informationnels (éducation, formation, expertise et expérience). La logique de l'effectuation est une logique de création à partir du capital intellectuel, capital social et capital humain [13]. Cette logique fait partie des déterminants de la formation des opportunités entrepreneuriales.

III. LES DETERMINANTS DE LA FORMATION DES OPPORTUNITES ENTREPRENEURIALES

Le risque est un terme générique dont le sens varie en fonction des contextes et des acteurs en jeu. Le noyau de l'action et la décision en entrepreneuriat est la prise du risque. Il est un élément central dans le développement du champ de recherche. Les psychologues voient le phénomène de création d'entreprises comme risqué. Chaque parcours intègre une marge de risque relative à plusieurs facteurs qui influencent la logique de réflexion de l'entrepreneur. Le risque reste une caractéristique majeure dans la réflexion entrepreneuriale du fait que l'entrepreneur ne dispose pas de toutes les informations nécessaires pour décider. Il ne maîtrise pas toutes les situations.

Le risque entrepreneurial est généralement le risque qui accompagne la création d'une nouvelle entreprise. Pour fonder une entreprise, il faut passer obligatoirement par un degré bien déterminé de risque. Dans ce sens, le risque de la création ou la reprise d'une entreprise et le risque entrepreneurial ne doivent pas être traité et confondu avec les autres types de risque comme le risque industriel ou chimique.

L'incertitude caractérise toutes les situations inédites radicalement nouvelles [10]. C'est la création des nouveaux marchés, des nouveaux produits, de nouvelles firmes ou opportunités. C'est une rupture qui touche des éléments techniques, politiques, sociaux et scientifiques. En cas d'incertitude, la situation est nouvelle donc, nous ne disposons ni de base de données ni de statistiques qui facilitent la compréhension de la situation [2]. La majorité des décisions des entrepreneurs sont prises dans des situations d'incertitude [14].

La cognition a été toujours un concept central dans la réflexion en entrepreneuriat puisque les entrepreneurs imaginent un futur différent [20]. L'entrepreneur a été décrit comme un preneur de risque, un être d'exception, un innovateur, un acteur vigilant qui détecte découvre et reconnaît les opportunités entrepreneuriales [5]. Gartner, à plusieurs reprises dans son développement du paradigme de l'émergence organisationnelle, a passé du contexte de l'entrepreneur individu à l'organisation. Un passage de l'individu extraordinaire WHO à la manière de mettre en place le processus de la création des organisations HOW. Gartner dans sa théorisation du champ, n'a pas délimité ce qui est considéré comme émergence organisationnelle.

[3] avancent que les réseaux des entrepreneurs sont déterminants pour identifier des opportunités. Ils se basent ainsi sur l'article de [7] portant sur la force des liens faibles dans lequel l'auteur note que les liens faibles lancent des « passerelles » pour exploiter des sources d'informations non accessibles par le réseau de liens forts (notamment les amis et la famille). [7] affirme qu'il est plus probable que l'information utile proviendrait de liens faibles comme des amis proches parce que la plupart des personnes ont plus de liens faibles que de liens forts [6].

Le plan d'affaires ou – Business Plan – connaît un grand succès. Il est l'un des seuls outils capables de relier les mondes académiques, professionnels et politiques impliqués dans le soutien au développement de l'entrepreneuriat [8].

Le plan d'affaires a été considéré comme outil de vente du projet de création d'entreprises aux différents types d'investisseurs comme les bailleurs de fonds, les banques et les organismes d'appui à la création d'entreprises. En se référant aux différents modèles des plans d'affaires, les chercheurs ont proposé le dilemme de l'utilité du plan d'affaires.

Sur un plan conceptuel et sur la base d'une démarche scientifique rigoureuse, la meilleure mise en avant des divergences entre le processus d'élaboration d'un plan d'affaires et la logique d'action des entrepreneurs a été fournie par Saras Sarasvathy avec ses travaux sur « l'effectuation » [9], [18].

Les éléments expliqués vont composer le noyau du cadre méthodologique de notre étude.

IV. METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Notre recherche est établie dans le contexte tunisien. Nous n'avons pas adopté une démarche longitudinale et

nous n'avons pas suivi des entrepreneurs pendant une période de temps. Nous avons trouvé plutôt efficient de rencontrer des entrepreneurs qui feront l'objet de répondants à notre questionnaire préalablement établi. L'adoption du questionnaire permet de gagner du temps et donner des résultats plus robustes en évitant les entraves de suivi des entrepreneurs tunisiens pendant une période de temps.

Pour comprendre le phénomène de formation des opportunités en Tunisie, nous avons recours à un questionnaire permettant d'identifier les variables qui ont une influence sur la formation des opportunités entrepreneuriales en visant deux pôles celui de la découverte ainsi que celui de la création des opportunités. Par conséquent, nous avons consacré une méthodologie explicative pour notre étude en matière d'identification des facteurs influents et décisifs dans la formation des opportunités d'une part, et la création des opportunités d'autre part.

Les variables exploitées dans le questionnaire englobent des variables qui émanent de la littérature consacrée à l'identification des opportunités (la découverte) et des variables spécifiques à la création des opportunités (la logique effectuale). Le nombre de variables totales est 10 variables explicatives et 1 variable à expliquer. L'ensemble des variables sont intégrées dans le questionnaire. Les résultats vont être analysés dans la partie suivante.

V. PRINCIPAUX RESULTATS

Les résultats de la régression du modèle de l'effectuation montrent que les données sont ajustées de manière satisfaisante au modèle puisque la valeur de la corrélation multiple (R) est égale à 0.859. Nous constatons également que 73.7 % de l'indice de la formation des opportunités entrepreneuriales par la création est expliqué par l'ensemble des variables. L'hypothèse selon laquelle tous les coefficients du modèle sont nuls est rejetée donc nous pouvons dire que le modèle est globalement significatif et qu'il y a au moins une variable qui exerce une influence sur la création des opportunités.

En effet, d'après les résultats de la régression du modèle de l'identification des opportunités, nous constatons que les deux dimensions, PROF(partage du risque) et ICR (calcul du risque), de la variable «risque», n'ont pas une influence sur l'identification des opportunités, car ni les banques, ni les autres entrepreneurs, ni les clients et ni les institutions ne partagent le risque avec l'entrepreneur. La responsabilité civile et pénale est exclusivement celle de l'entrepreneur. Le contexte tunisien est un contexte imprévisible sur plusieurs registres ce qui affecte la façon de traiter les opportunités.

La perception du risque est une variable qui a été validée dans la littérature comme un facteur qui facilite et même qui détermine l'identification des opportunités. Pour [12], la perception du risque marque l'identification des opportunités. Ce constat se trouve en controverse avec nos résultats du modèle de la régression. Il s'avère que la perception du risque n'influence pas l'identification des opportunités entrepreneuriales.

D'après ce tableau, nous constatons qu'il n'y a que 4 dimensions qui ont une influence significative sur l'identification des opportunités par rapport à l'ensemble des variables du modèle. Ces composantes sont :

- PLA: Première composante de la variable analyse qui représente la planification.
- PA: Deuxième composante de la variable analyse qui représente le passage de l'analyse à l'action.
- CERP: Deuxième composante de la variable intuition qui représente la capacité de l'entrepreneur à résoudre des problèmes entrepreneuriaux.
- ICFO: Deuxième composante de la variable contexte qui représente l'influence du contexte sur la formation des opportunités.

D'après les résultats de la régression du modèle de découverte, la planification influence directement l'identification des opportunités entrepreneuriales.

Il est vital de mettre en lumière les résultats obtenus par rapport aux résultats identifiés dans la littérature. Chaque hypothèse a traité une variable (thème) spécifique qui émane de la littérature et qui a été testée dans le contexte tunisien. Nous avons remarqué que le contexte tunisien offre, dans certains cas des résultats similaires à ceux trouvés dans la littérature et pour d'autres cas les résultats sont différents. Généralement dans

la littérature, le risque et la perception du risque sont présentés comme des ingrédients qui influencent agressivement la décision et le processus d'identification de création d'une entreprise. Les travaux de [12] ont montré que le risque est primordial dans le processus entrepreneurial. L'ensemble des parties prenantes : les banques, les accompagnateurs et les entrepreneurs eux-mêmes semblent pouvoir bénéficier d'une meilleure compréhension du risque dans le processus entrepreneurial. Cependant, après le test du risque dans le contexte tunisien, nous avons remarqué que le risque n'est pas significatif en termes économétriques. Ce constat a pour origine la situation globale de la Tunisie. Depuis 2011, la date de la révolution, le pays a perdu les repères classiques de gouvernance et l'incertitude a dominé. Cette incertitude a touché tous les niveaux de la vie et typiquement le phénomène de création d'entreprises.

VI. CONCLUSION

La création des opportunités entrepreneuriale et spécifiquement la logique effectuale est un axe de recherche promoteur et vital pour les jeunes en Tunisie. L'entrepreneuriat en Tunisie n'émane pas d'une volonté politique, elle résulte plutôt des efforts des entrepreneurs qui ont créé le tissu de l'industrie tunisienne pendant les années septante et pendant ces dernières années. C'est le fruit des entrepreneurs jeunes et créatifs qui essaient de créer des opportunités et de la valeur loin de la reproduction aveugle et le clonage des opportunités d'affaires.

REFERENCES

- [1] A. Alvarez, B. Barney, "Entrepreneurship and Epistemology: The Philosophical Underpinnings of the Study of Entrepreneurial Opportunities", *The Academy of Management Annals*, vol. 4, pp. 557 – 583, Jun. 2010.
- [2] B. Liu, "Uncertainty theory", Springer, 2015.
- [3] G. E. Hills, G. T. Lumpkin, P. R. Singh, "Opportunity recognition: perceptions and behaviors of entrepreneurs", *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, M.A: Babson College, pp. 168-182, 1997.
- [4] I. Kirzner, "Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach", *Journal of Economic Literature*, vol. 3, n°1, pp. 60-85, Mar. 1997.
- [5] I. M. Kirzner, "Competition and Entrepreneurship", Chicago: University of Chicago Press, 1973.
- [6] J. J. Chrisman, S. Jack, F. W. Kellermanns, N. Rosenbusch, & K. Wennberg, "Knowledge Accumulation: Entrepreneurial Opportunity and Uncertainty", *Entrepreneurship theory and practice*, vol. 50, n° 1, pp. 3-20, Jan. 2026.
- [7] M. S. Granovetter, "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, Vol. 78, n° 6, pp. 136-1380, Mai.1973.
- [8] O. Toutain, A. Fayolle, « Ni excès d'honneur ni indignité pour le plan d'affaires », *Entreprendre & Innover*, vol. 15, n°3, pp. 17-24, Nov. 2012.
- [9] O. Witmeur, « Plan d'affaires : passer du prêt-à-porter au sur-mesure », *Entreprendre & Innover*, vol.15, n°3, pp. 33-39, Nov. 2012.
- [10] P. Silberzahn, «L'innovation ou la tragédie du modèle d'affaires », *L'Expansion Management Review*, 155 (4), pp. 10-22, 2014.
- [11] R. Chandler, D. DeTienne, A. McKelvie, T. Mumford, "Causation and effectuation processes: A validation study", *Journal of Business Venturing*, vol. 26, n°3, pp.375-390, Mai. 2011.
- [12] S. D. Barbosa, "La perception du risqué dans la decision de creation d'entreprise", Université Pierre Mendès France, Grenoble, France, 2008.

- [13] S. D. Sarasvathy, "Entrepreneurship as a science of the artificial", *Journal of Economic Psychology*, vol. 24, n°2, pp. 203-220, Avr. 2003.
- [14] S. D. Sarasvathy, "Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise", *Effectuation Elements of Entrepreneurial Expertise New Horizons in Entrepreneurship series*, Fev. 2008.
- [15] S. D. Sarasvathy, "Everyone should learn the entrepreneurial method", *Harvard Business Review*, Mar. 2012.
- [16] S.D.Sarasvathy, N. Dew, S.R. Velamuri, S. Venkataraman, "Three views of entrepreneurial opportunity", *International Handbook Series on Entrepreneurship*, Jan. 2005.
- [17] S.D. Sarasvathy, S. Venkataraman, « Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial Future», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 35, n°1, pp.113–135, Jan. 2011.
- [18] S. Hensellek, L. Steigertahl, & R. Mauer, « Non-linear and interaction effects of causation and effectuation on new venture performance: the role of ecosystem support», *European Journal of Innovation Management*, vol. 29, n°11, 54-75, Jan. 2026.
- [19] S. Read, S. D. Sarasvathy, "Knowing what to do and doing what you know: effectuation as a form of entrepreneurial expertise", *The Journal of Private Equity*, vol. 9, n°1, pp. 45–62, 2005.
- [20] S. Read, S. D. Sarasvathy, N. Dew, R. Wiltbank, N. Ohlsson, "Effectual entrepreneurship », *Routledge*, Dec. 2010.
- [21] S. Shane, S. Venkataraman, "The promise of entrepreneurship as a field of study", *The Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, pp. 217-226, Jan. 2000
- [22] S. Venkataraman, S. Sarasvathy, N. Dew, W. Forster, "Reflections on the 2010 *AMR* Decade Award: Whither the Promise? Moving Forward with Entrepreneurship As a Science of the Artificial", *Academy Of Management Review*, vol. 37, n°1, pp. 21-33, Jan. 2012.
- [23] T. Kutzewski, "Between Opportunity and Uncertainty: A Process Analysis of Resource Orchestration and Strategic Responses in Portfolio Entrepreneurship", *Université d'Amsterdam*, Fev. 2026.