

Le rôle de l'anticipation dans le domaine entrepreneurial : une exploration du lien de causalité entre la créativité et l'anticipation

The Role of Anticipation in the Entrepreneurial Domain: Exploring the Causal Relationship between Creativity and Anticipation

AZZERRARI Khaoula

Doctorante, et Cadre financier à la Trésorerie Générale du Royaume
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion d'Agadir
Université Ibn Zohr
Laboratoire de Recherche en Gestions des Entreprises
Azzerrari.khaoula@gmail.com

LAHFIDI Abdelhaq

Enseignant chercheur à l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion d'Agadir
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion d'Agadir
Université Ibn Zohr
Laboratoire de Recherche en Gestions des Entreprises
lahfidi_abdelhaq@yahoo.fr

Date de soumission : 15/10/2023

Date d'acceptation : 16/11/ 2023

Pour citer cet article :

AZZERRARI K. & LAHFIDI A. (2023) «Le rôle de l'anticipation dans le domaine entrepreneurial : une exploration du lien de causalité entre la créativité et l'anticipation», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 6 : Numéro 4 » pp : 1432 - 1446

Résumé

L'un des défis majeurs pour les entrepreneurs et les personnes créatives est de développer quelque chose qui n'est pas déjà attendu par le marché. Cette situation peut être décourageante, mais anticiper et embrasser cette incertitude peut stimuler la créativité et réduire la peur de l'expérimentation. Gérer l'anticipation est essentiel pour les entrepreneurs, en particulier lors de la création d'une entreprise, car cela favorise la créativité dans divers aspects, tels que la gestion financière et la commercialisation, conduisant ainsi à une entreprise plus réussie dans l'ensemble. L'anticipation est un élément essentiel dans le parcours entrepreneurial, que l'on en ait conscience ou non. Chaque entrepreneur crée son entreprise avec une idée du résultat attendu et des gains financiers à en tirer. L'anticipation est ce qui motive et guide les actions entreprises. Cet article s'intéresse à mettre en exergue la problématique suivante : Quel est le rôle de l'anticipation dans l'entrepreneuriat, et comment la créativité influence-t-elle la capacité des entrepreneurs à anticiper les défis et opportunités du marché ? La méthodologie emploie une analyse du lien de causalité exprimé précédemment. Cela validera le poids de l'anticipation et de la créativité dans l'épanouissement entrepreneurial (comme résultat).

Mots clés : Entrepreneuriat ; innovation ; anticipation ; créativité ; gestion de risques.

Abstract

One of the major challenges for entrepreneurs and creative individuals is to develop something that is not already expected by the market. This situation can be discouraging, but anticipating and embracing this uncertainty can stimulate creativity and reduce the fear of experimentation. Managing anticipation is essential for entrepreneurs, especially when starting a business, as it promotes creativity in various aspects, such as financial management and marketing, thus leading to a more successful overall business. Anticipation is a crucial element in the entrepreneurial journey, whether one is aware of it or not. Every entrepreneur creates their business with an idea of the expected outcome and financial gains to be derived from it. Anticipation is what motivates and guides their actions. This article aims to highlight the following issue: What is the role of anticipation in entrepreneurship, and how does creativity influence entrepreneurs' ability to anticipate market challenges and opportunities? The methodology employs an analysis of the previously expressed causality link. This will validate the significance of anticipation and creativity in entrepreneurial development (as a result).

Keywords : Entrepreneurship; innovation; anticipation; creativity; risk management.

Introduction

L'entrepreneuriat constitue une activité prospective qui concrétise et incarne l'implicite. Si l'on supprime la notion de futur du champ de l'entrepreneuriat, celui-ci cesserait d'exister car toute sa logicité est prospective. L'entrepreneuriat permet de créer de la valeur future (Schumpeter 1934) par le biais de la destruction créative, dans des contextes incertains (Knight 1923) et en étant "attentif" aux opportunités (Kirzner 1982). L'opportunité entrepreneuriale englobe l'anticipation en sa qualité de raison imaginative, stratégiquement employée et motivée par des aspirations et ambitions. Le phénomène de l'effectuation entrepreneuriale concerne les aspects contrôlables d'un avenir imprévisible. L'entrepreneuriat est un processus (Steyaert 2007) générant une émergence ontologique. L'entrepreneuriat se manifeste et se concrétise dans l'action et produit du changement. Nadin constate que l'anticipation est liée à la perception du changement (Nadin 2010) et s'exprime toujours dans l'action (Nadin 2015). L'identité entrepreneuriale est significative et les modèles incarnés dans un système d'anticipation sont ce qui forme son individualité ; ce qui le distingue de manière unique des autres systèmes. Un remaniement de ces modèles est un changement d'identité (Rosen et al. 2012, p370). L'entrepreneuriat est relationnel et est couplé avec d'autres acteurs de l'environnement, ce qui engendre un sentiment d'anticipation partagée, ou couplage anticipatif. Le couplage anticipatif à titre de phénomène social apparaît mûr pour des recherches plus approfondies.

Pour pratiquer l'entrepreneuriat, il faut sentir, détecter et anticiper. Si l'anticipation est une activité tout à fait naturelle, l'efficacité de l'anticipation peut être accrue et améliorée par une plus grande prise de conscience dans chacun de ces ensembles de processus et d'autres. La dynamique de l'émergence exige des anticipations de multiples formes de valeur. Le fait d'envisager l'entrepreneuriat dans une perspective d'anticipation met en lumière la nature des valeurs dans la pratique. Cet article s'intéresse à mettre en exergue la problématique suivante : Quel est le rôle de l'anticipation dans l'entrepreneuriat, et comment la créativité influence-t-elle la capacité des entrepreneurs à anticiper les défis et opportunités du marché ? La méthodologie emploie une analyse du lien de causalité entre la créativité et l'anticipation. Cela validera le poids de l'anticipation et de la créativité dans l'épanouissement entrepreneurial (comme résultat). Dans le cadre de cette recherche scientifique, notre objectif est d'explorer de manière approfondie le domaine fascinant du sujet. Dans cette introduction, nous énoncerons le plan qui guidera notre démarche méthodologique. Tout d'abord, nous examinerons de près le domaine entrepreneurial. Ensuite, nous nous plongerons dans

l'anticipation et son rôle dans le domaine entrepreneurial. Enfin, nous présenterons le lien de causalité entre créativité et anticipation.

1. Le domaine entrepreneurial :

1.1. L'émergence de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat a émergé depuis les années 1980 comme une question suscitant un vif intérêt, dans la mesure où il relève d'un comportement socio-économique. Étant donné que le phénomène de l'entrepreneuriat fait partie des sujets de recherche et est devenu progressivement un champ de compétences pour l'éducation et l'enseignement, on peut définir l'entrepreneuriat suivant différentes voies. Il est important de souligner que l'entrepreneuriat est souvent appréhendé en tant que phénomène d'ordre organisationnel. Dans une telle conception, le diagnostic de l'entrepreneuriat équivaut à établir la genèse de toute forme d'organisation ou d'activité qui aboutit à la mise en place d'une nouvelle structure par le biais d'un individu.

La pratique de l'entrepreneuriat est aujourd'hui de plus en plus reconnue en tant que facteur prépondérant de développement, et se traduit notamment par sa contribution à la promotion de l'insertion professionnelle des diplômés et par sa capacité à générer des emplois. De nombreuses institutions attribuent un grand intérêt au concept d'entrepreneuriat en raison de sa contribution déterminante à la qualification des ressources humaines et à la transmission des compétences.

Au fil des dernières décennies, l'esprit d'entreprise a été examiné et reconnu comme un élément fondamental de la création de richesse, de l'emploi, de la gestion des ressources naturelles, et de la prestation de services. Cette importance croissante accordée à l'entrepreneuriat, particulièrement dans les établissements d'enseignement supérieur, a pour objectif de stimuler le développement économique. Étant donné que l'entrepreneuriat transcende les différents domaines de l'activité humaine, tels que l'économie, la culture, et l'éducation, il occupe une place centrale dans la société.

De ce fait, un entrepreneuriat - que ce soit pour la mise en place d'entreprises ou pour moderniser et innover les entreprises existantes - se révèle être un maillon essentiel dans la chaîne qui permet de relever ces défis. L'esprit d'entreprise se profile comme un atout intéressant susceptible de contribuer à la résorption du chômage et de permettre aux nouveaux diplômés de rejoindre le marché du travail, de disposer de leur empreinte sociale et d'avoir un impact sur la société. L'entrepreneuriat est largement considéré comme le principal moteur du

succès économique, non seulement au Maroc, mais également à l'échelle mondiale. Cet élément clé joue un rôle structurel et dynamique significatif au sein des diverses économies. On pourrait toutefois définir l'esprit d'entreprendre au sens où il représente la démarche qui aboutit à la fondation d'une nouvelle structure, c'est-à-dire à la création d'une entreprise, et où il est également conçu pour favoriser la génération en masse de nouveaux postes de travail.

1.2. Champ épistémologique de l'entrepreneuriat :

Les domaines de l'économie, de la psychologie, de la sociologie et de la gestion stratégique ont apporté des contributions essentielles à la compréhension du concept d'entrepreneuriat en fournissant des cadres théoriques et des méthodologies de recherche (Gustafsson, 2004).

La complexité du phénomène de l'"entrepreneuriat" ne surprend pas cette approche multidisciplinaire. Selon Chandler. G et Lyon. D (2001) l'approche multidisciplinaire de l'entrepreneuriat a été vue sous un angle positif et considère qu'il s'agit d'une des forces du domaine de l'entrepreneuriat, ils se penchent également sur le développement de nouveaux cadres et approches méthodologiques provenant d'autres sciences sociales légitimes.

Muzyka.D et Churchill. N.C (1998) précisent également que le concept d'entrepreneuriat est "la capacité d'identifier et d'accroître la valeur du marché en faisant correspondre une innovation à un besoin". Tandis que Scott. M.G (1998) affirme que "l'esprit d'entreprise consiste à exploiter de manière créative les valeurs de l'environnement".

Durant le 20ème siècle, Schumpeter.J (1883-1950) l'économiste autrichien a proclamé que le concept d'entrepreneuriat est axé sur l'innovation, il a opté pour une focalisation sur la création de nouveaux produits et de nouvelles méthodes et procédures de production. L'innovation, sous l'action de l'entrepreneuriat est le moteur de la croissance économique, et aussi la clé de la réussite des entreprises.¹

De plus, Schumpeter (1934) a encouragé les entrepreneurs à explorer de nouveaux marchés et à innover dans leurs modèles organisationnels. Le concept d'entrepreneuriat est souvent associé à la prise de risques, comme l'ont suggéré Knight (1967) et Drucker (1970). Les entrepreneurs sont prêts à mettre en jeu leur stabilité financière pour investir leur temps, leur capital, et leurs idées dans des projets risqués. Fillion (1997) définit l'entrepreneuriat comme l'étude des pratiques des entrepreneurs, de leurs caractéristiques, des conséquences économiques et sociales de leurs actions, ainsi que des mécanismes de soutien mis en place pour favoriser les activités entrepreneuriales. On peut affirmer donc que la notion de l'entrepreneuriat est créatrice de valeur voir de richesses pour les individus ou pour les nations,

elle constitue la dynamique la plus puissante de l'économie.

En dépit des dernières confrontations sur la question de la définition de l'entrepreneuriat, le champ d'étude demeure stable. Landstrom.H (2005) démontre que la littérature sur l'entrepreneuriat repose sur trois approches sous-jacentes :

Tableau 1 : Les trois approches fondamentales de l'entrepreneuriat, une analyse à la lumière des travaux de Landstrom.H (2005) :

L'entrepreneuriat en tant que processus	L'entrepreneur comme étant une personne Physique	L'entrepreneuriat en fonction du Marché
A savoir donner une définition de l'entrepreneuriat en fonction du processus entrepreneurial et établir une base de référence pour la recherche sur l'entrepreneuriat qui est représentée par deux méthodes différentes dans la littérature : * la première concerne le processus consistant à identifier et à évaluer les opportunités. * la seconde est la séquence de manifestations liées à la génération de nouvelles entreprises.	Les recherches antérieures sur l'entrepreneuriat ont été catégorisées en trois courants distincts : 1. *(1) les processus cognitifs, et la recherche portant sur les processus cognitifs des entrepreneurs vise et essaye de mieux appréhender " La manière dont les entrepreneurs appréhendent leur environnement (Mitchell.R.K et al., 2007). 2. et analyse les différents facteurs de nature psychologique, cognitive et physiologique susceptibles d'avoir un impact sur	Soit le thème principal concerne la contribution économique de l'entrepreneur et non son caractère. Dans cette optique, l'entrepreneur intervient en qualité d'agent, rassemblant des données et allouant des ressources pour tirer parti des occasions (opportunités) offertes par les écarts entre l'offre et la demande sur le marché.

	l'attention vigilante et les compétences de l'entrepreneur (Baron.R, 2004).	
--	--	--

	*(2) l'approche de l'entrepreneuriat par les traits développés par de nombreux chercheurs pour différencier les entrepreneurs des non-entrepreneurs et pour établir une liste de traits spécifiques à l'entrepreneur (McStay.D, 2008). * (3) de la dimension comportementale, dans cette perspective, l'entrepreneur était considéré comme l'individu capable de repérer, exploiter et saisir des opportunités (Bygrave.W et Minniti.M, 2000).	
--	--	--

Source : Landstrom.H (2005)

Ainsi, pour appréhender ce qui est considéré comme pertinent dans la construction de nouvelles connaissances, ainsi que notre traitement et notre structuration de l'information, il est impératif de se pencher sur les études relatives aux processus cognitifs et aux schémas cognitifs (Krueger.N.F, 2007). L'analyse de la cognition entrepreneuriale revient en réalité à examiner comment les entrepreneurs exploitent leurs schémas cognitifs pour traiter les informations liées à la création et à la gestion d'entreprises (Mitchell.R.K et al., 2007).

La cognition entrepreneuriale est souvent considérée comme l'explication du choix de certaines personnes de devenir entrepreneurs plutôt que d'autres, ainsi que de la capacité de

certaines personnes à identifier des opportunités que d'autres ne remarquent pas (Shane.S et Venkataraman.S, 2000).

Aujourd'hui, il est admis par la majeure partie des économistes que l'entrepreneuriat engendre un enrichissement pour les individus ou les pays, autrement dit qu'il est la composante la plus puissante et performante de l'économie. Par conséquent, le parrainage de l'entrepreneuriat par les pouvoirs publics est indispensable au développement économique.

2. L'anticipation et son rôle dans le domaine entrepreneurial :

2.1. L'art de l'anticipation :

L'entrepreneuriat, comme discipline scientifique, présente un grand nombre de théories concernant les pratiques qui sont observées dans la création et le développement d'entreprises innovantes. Point n'est besoin de les énumérer toutes pour démontrer que, de manière générale, ce champ a une position d'anticipation, même si, dans l'ensemble, l'anticipation n'est pas explicitement reconnue dans ces théories. Plus particulièrement, le lien entre l'entrepreneuriat et l'émergence paraît significatif, et par conséquent le rôle de l'anticipation dans les explications de l'émergence ontologique. L'entrepreneuriat est lié à la création de "nouveau" (nouveaux produits, nouveaux services, nouvelles entreprises, nouvelles institutions) de sorte que la pratique de l'entrepreneuriat nécessite de changer le statut. Il s'agit de savoir comment l'anticipation est perceptible ou manifeste lors de ces changements et pendant l'émergence de nouveaux modèles de comportement liés à ces changements.

En guise de champ d'étude, il est très répandu que l'entrepreneuriat se réfère aux théories de Joseph Schumpeter sur la destruction créatrice. En effet, l'action entrepreneuriale génère de la nouveauté, c'est-à-dire que les anciens modèles sont brisés et de nouvelles combinaisons sont créées, ce qui modifie les modèles de comportement dominants au fil du temps.

Baum (2003) soutient que l'expérimentation s'avère importante quand un changement rapide est nécessaire et que l'information est insuffisante (c'est-à-dire en cas d'incertitude). Baum a découvert qu'empiriquement, le degré de recours à l'expérimentation est d'autant plus élevé que l'impact du lancement d'une entreprise prometteuse est significatif, citant, entre autres, Stevenson sur la valeur des expérimentations. Stevenson (1983) a identifié la valeur des expériences dans la préservation et la sauvegarde des ressources limitées des entrepreneurs : " Le mode d'engagement révolutionnaire de l'entrepreneur permet de gérer le risque, vu que la capacité de se désengager rapidement doit accompagner la capacité de s'engager rapidement... avec la capacité de se désengager, un entrepreneur est capable de s'engager dans des

expériences ". En outre, les expériences acquises sous la forme de nouveaux projets ont entraîné des coopérations avec des parties prenantes ou des partenaires externes mais proches, ce qui a aidé l'entrepreneur à anticiper les besoins de ces parties prenantes, et même à créer une demande par le truchement de la collaboration au développement. (Fuller et al. 2008, p9).

Une forte identité centrale (par le biais, par exemple, d'un entrepreneur ou d'un leader dans un domaine spécifique) assure le sens et le cadre à partir desquels il est possible d'évaluer les changements intervenus dans l'environnement, dans l'entité ou dans l'individu. Ce sont les changements dynamiques d'identité qui font que l'entreprise reste pertinente, significative et connectée à ses clients, ses parties prenantes et ses marchés. Ces changements sont susceptibles de nécessiter des modifications du modèle d'entreprise", des récits et des pratiques quotidiennes. Ce sont les signes de l'entreprise en tant qu'entité vivante, et anticipatrice qui respire.

Lichtenstein (2000) montre comment, dans chacune des quatre start-ups de haute technologie, le modèle d'entreprise a dû être modifié plusieurs fois avant de devenir stable, non pas parce qu'un modèle particulier était instable en soi, mais parce qu'il avait été conçu en fonction d'un environnement instable et imprévisible. Le modèle de comportement remodelé de l'entreprise est, selon Lichtenstein, une "émergence d'un processus d'auto-organisation" qui a créé des comportements répétitifs et amplifiés autour de la logique dominante. Nous assimilons ce processus aux aspects effecteur et action des systèmes d'anticipation, et même de l'anticipation. L'entité agit d'une manière qui est cohérente avec son modèle d'elle-même dans son environnement et modifie cette action par l'expérience, anticipant ce qui "fonctionnera" dans la génération itérative d'une manière plus stable et plus efficace.

2.2. Les avantages d'être un anticipateur :

Étant donné que le fait d'anticiper un événement (plutôt que de simplement y réagir) permet aux gens de mieux s'y préparer et d'y faire face, il y a de nombreuses raisons de vouloir devenir un anticipateur : vous pouvez être en mesure de voir les problèmes à venir et d'agir pour les prévenir ; vous pouvez être en mesure de prendre des mesures qui vous mettent sur la

voie du succès futur ; votre approche proactive vous donnera le sentiment de mieux contrôler votre propre destin. On peut noter deux aspects :

- (a) le seuil de changement non planifié (interne ou externe à l'entreprise) qui déclenche une réorganisation des activités
- (b) le moment de l'instigation des changements.

Le premier de ces aspects concerne la capacité à détecter les différences. Le second aspect concerne l'impératif relatif (motivation ou incitation) au changement, qui peut expliquer le seuil à partir duquel le changement est déclenché et le rythme auquel il se produit. L'implication est claire : en étant un bon anticipateur, l'individu peut augmenter ses chances de réussite dans l'entrepreneuriat.

Il existe trois façons dont l'anticipation peut vous aider à devenir un entrepreneur plus créatif :

- 1. Elle vous aide à voir des opportunités que d'autres personnes pourraient manquer.
- 2. Elle vous permet de devancer les tendances et de garder une longueur d'avance sur vos concurrents.
- 3. Elle incite les clients à en redemander.

3. Lien de causalité entre créativité et anticipation :

La créativité repose sur l'inspiration, mais elle exige aussi de la patience. Si l'entrepreneur essaye et attend que quelque chose survienne, cela peut étouffer sa créativité. C'est là que l'anticipation entre en jeu : Lorsque vous anticipez ce qui pourrait arriver, vous vous obligez à dépasser votre objectif immédiat et à essayer de nouvelles choses. L'astuce consiste à ne pas trop se laisser emporter par l'anticipation non plus. Beaucoup d'entrepreneurs ont réussi parce qu'ils ont trouvé un moyen d'équilibrer ces deux extrêmes. Pour l'entrepreneur, l'anticipation représente un outil parmi d'autres qui peut l'aider à cultiver votre créativité. Il est important de se rappeler que l'anticipation ne consiste pas simplement à attendre qu'une idée vous vienne. Il faut prendre des initiatives et expérimenter- la volonté d'expérimenter est vraiment ce qui sépare ceux qui réalisent leurs rêves de ceux qui ne le réalisent pas. L'entrepreneur doit être proactif plutôt que réactif, expérimenter librement (sans sacrifier la qualité) et profiter de chaque occasion qui se présente en cours de route.

Les investisseurs courent également plus de risques que les travailleurs indépendants lorsqu'il s'agit de perdre leur argent. L'investissement ne convient pas à tout le monde, mais si l'individu est prêt à accepter un certain risque et à travailler dur pour apprendre à investir judicieusement, il peut s'agir d'une bonne option.

La créativité est l'acte de former quelque chose de nouveau et d'unique. Un entrepreneur doit constamment créer des solutions aux problèmes et inventer des moyens d'améliorer la vie quotidienne. Comme l'a dit Henry Ford, la créativité est la capacité de supprimer les limites. Il faut de l'imagination et de l'ingéniosité pour imaginer des produits ou des services dont les clients ne savaient même pas qu'ils étaient nécessaires avant qu'ils soient créés. Et une fois que l'individu devient un adepte de la résolution créative de problèmes, il ne cesse de progresser en tant qu'entrepreneur. Être créatif ne signifie pas simplement avoir des idées - cela implique d'agir, de mettre en œuvre vos idées et de les peaufiner jusqu'à ce qu'elles deviennent réalité. L'action sans planification se traduit souvent par un gaspillage d'énergie et une perte de productivité. En revanche, lorsque vous prenez le temps de planifier votre créativité, vos chances de réussite augmentent de façon exponentielle. En fin de compte, la créativité ne consiste pas seulement à trouver de bonnes idées, mais aussi à les faire passer de la pensée à la réalité.

De nouvelles entreprises telles que Tesla Motors, Apple et Google, par exemple. Dans chaque cas, les gens ont innové d'une manière qui apporte des améliorations significatives aux produits et services existants. Et chacune de ces entreprises s'est réinventée en répondant avec succès à l'évolution des besoins des consommateurs au fil du temps. Les nouveaux produits ou services peuvent attirer l'attention au début, mais s'ils ne répondent pas continuellement aux besoins des consommateurs au fil du temps, ils seront relégués dans l'histoire. Pour les entrepreneurs qui cherchent à entrer - ou à revenir - dans l'arène commerciale et qui espèrent que leur produit ou service se démarquera de ceux de leurs concurrents, la créativité est essentielle. Cependant, il ne s'agit pas seulement de tenir les promesses initiales ; pour rester à la page, il faut constamment se réinventer. Et si la créativité peut sembler être un concept abstrait, il existe des moyens concrets de la favoriser. L'une d'entre elles ? L'anticipation. Plus l'entrepreneur arrive à anticiper ce que les consommateurs veulent avant qu'ils ne le fassent, plus il a de la chance de réussir son innovation.

Conclusion

En conclusion, l'exploration de l'entrepreneuriat à travers les différentes approches conceptuelles nous a permis de dégager des perspectives cruciales pour la compréhension de cette activité dynamique. L'entrepreneuriat, en tant qu'activité tournée vers l'avenir, se révèle être un moteur potentiel de changement structurel dans les sociétés. Cependant, le débat persistant sur la nature fondamentale de l'entrepreneuriat, qu'il soit orienté vers un objectif

prédéterminé ou émergent dans des circonstances spécifiques, demeure ouvert et exige une exploration continue. Les notions d'incertitude et de risque associées à l'entrepreneuriat soulignent l'importance d'une réflexion approfondie sur la nature des imaginaires qui motivent ces actions. Le paradigme disciplinaire actuel, axé sur la création de valeur et les opportunités, peut limiter notre compréhension des dynamiques complexes sous-jacentes à l'anticipation en tant que processus d'orientation et de motivation.

Par ailleurs, la focalisation sur l'entrepreneuriat en tant que pratique quotidienne a révélé l'importance du contexte, du processus et de la pratique dans la formation, la réalisation et la transformation des pratiques entrepreneuriales. En dépassant les limites conventionnelles, notre analyse a mis en lumière l'influence profonde de la sensualité dans le processus entrepreneurial. Cela suggère que l'anticipation, définissant les réponses adéquates au sein d'un écosystème en constante co-crédation, est intrinsèquement liée à une compréhension sensorielle de l'environnement entrepreneurial. Néanmoins, il est important de reconnaître les limites de notre recherche, notamment le manque d'exploration approfondie des imaginaires spécifiques et la nécessité future d'intégrer des approches interdisciplinaires pour enrichir notre compréhension de l'entrepreneuriat dans toute sa complexité. En fin de compte, cette étude offre une contribution significative à la littérature en élargissant le champ des perspectives et en invitant à des recherches ultérieures pour explorer davantage les dimensions souvent négligées de l'entrepreneuriat.

BIBLIOGRAPHIE

Baum, J. R. (2003). "Organizational ecology." In: The Blackwell Handbook of Organizational Behavior. Blackwell Publishers.

Bruyat, C. ,(1993). « Création d'entreprises : contributions épistémologiques et modélisations», thèse de doctorat, Université Pierre Mendès France Casson M. (2005): « Entrepreneurship and the theory of the firm» *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 58, (2005), p. 327-334

(Bygrave W. D. et C. W. Hofer ,(1991)). « Theorizing about Entrepreneurship », Entrepreneurship Theory and Practice, Vol.16, N° 2.

(Carland J. et alii ,1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners : a conceptualization. Academy of Management Review, Vol. 9, n° 2, pp.354-359.

(Chandler, G., & Lyon, D. (2001)). "Issues of Research Design and Construct Measurement in Entrepreneurship Research: The Past Decade." Entrepreneurship Theory and Practice, 25(4), 101-113.

(Chiles TH, Bluedorn AC, Gupta VK, (2007)). Beyond Creative Destruction and Entrepreneurial Discovery: A Radical Austrian Approach to Entrepreneurship. Organization Studies 28 (4):467

Dej, D. ,(2007). Motivation to become entrepreneur: In .M.Leon & M.Gorgievski (Eds) , Psychology of entrepreneurship research and education (pp.57-64), printed in Spain.

Filion.L.J ,(1997). «Le champ de l'entrepreneuriat; Historique, Evolution et Tendances», Revue Internationale PME, pp. 129-172. Vol 10, n° 2

Fuller T ,(2018). Anticipation and the Normative Stance.

Fuller T ,(2019). Practising Entrepreneurship as Emplacement: The Impact of Sensation and Anticipation in Entrepreneurial Action. Entrepreneurship and Regional Development In Print

Gartner, W.B. ,(1988) . "Who is an entrepreneur? Is the wrong question": American Journal of Small Business, 12 (4), 11-32.

Hernandez, E-M. ,(1999). « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Paris-Montréal, L'Harmattan.p 326

Kirzner, I. M. (1982). "The Theory of Entrepreneurship in Economic Growth." In: The Prime Mover of Progress: The Entrepreneur in Capitalism and Socialism. Allen & Unwin.

Landstrom, H. (2005). Pioneers in entrepreneurship and small business research: International studies in entrepreneurship, Springer Science and Business Media.

Lichtenstein, B. B. (2000). "Strategy and entrepreneurship in Arab countries." In: Understanding the Entrepreneurial Mind. Springer, Boston, MA.

Mitchell, R. K., et al. (2007). "Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(2), 331-348.

Nadin, V. (2010). "Anticipation—The End Is Where We Start From: A New Approach to Design." *Cybernetics and Human Knowing*, 17(4), 9-30.

(PIERRE, C. H. A. I. X. ,2015). Innovation et entrepreneuriat : 10 règles pour construire une entreprise innovante . E-theque

Scott, M. G. (1998). "The new entrepreneurial paradigm." *Small Business Economics*, 11(1), 1-7.

(Shane, S., & Venkataraman, S. (2000)). "The promise of entrepreneurship as a field of research." *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Steyaert, C. (2007). "Entrepreneuring as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies." *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(6), 453-477.

(Verstraete, T., & Fayolle, A. ,2005). Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4(1),33-52.

(Verstraete, T., & Saporta, B. ,2006). Création d'entreprise et entrepreneuriat. Editions de l'ADREG.