

**PANCHBAYA Maël**

---

**La psychologie des jeunes entrepreneurs dans la santé : une  
volonté intangible mise à l'épreuve**

---

Sous la direction de Mme GORGE Hélène

**Mémoire de fin d'études de la 2ème année de Master**

*Master 2 Ingénierie et Management de la Santé option Healthcare Business*

Président du jury : LOGIER Régis, Directeur Scientifique de l'Hôpital Universitaire de Lille

2ème membre du jury : GORGE Hélène, Maître de conférences en Science de Gestion

3ème membre du jury : MORGENROTH Thomas, Vice-Doyen UFR3S - Territoire & Partenariats

Date de la soutenance : 06/07/2023

*Faculté d'Ingénierie et Management de la Santé - ILIS*

*42 rue Ambroise Paré*

*59120 LOOS*



## Remerciements

Au terme de ma deuxième année de Master, je tiens à exprimer ma profonde gratitude à l'égard de ma directrice de mémoire Madame Hélène GORGE pour son précieux accompagnement tout au long de la rédaction de mon mémoire. Son expertise, ses conseils éclairés et son soutien indéfectible ont joué un rôle déterminant dans la réussite de ce travail de recherche.

Je souhaite également adresser mes remerciements les plus sincères à Monsieur Thomas MORGENROTH, dont l'engagement pédagogique et les précieuses remarques ont grandement contribué à l'enrichissement de mon mémoire. Son exigence intellectuelle a été une source d'inspiration pour moi tout au long de ce processus.

Je tiens tout particulièrement à remercier ma petite amie Mademoiselle Maëlle HABERT pour sa présence aimante et ses encouragements constants qui ont été d'une importance capitale pour ma réussite. Je suis reconnaissant de l'avoir à mes côtés et de son rôle considérable dans cette recherche.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance envers mes parents qui m'ont apporté leur soutien inconditionnel durant cette période exigeante. Leurs encouragements, leur compréhension et leur bienveillance ont été d'une valeur inestimable et m'ont donné la force nécessaire pour surmonter les défis et avancer vers la réalisation de mon mémoire.

Je souhaite également remercier mes camarades de promotion, avec qui j'ai partagé des moments de travail collaboratif, d'échanges fructueux et d'entraide mutuelle. Leurs idées, leurs perspectives variées et leurs discussions enrichissantes ont contribué à nourrir ma réflexion et à élargir mes horizons académiques.

Je tiens à exprimer ma gratitude envers l'ensemble du corps enseignant de la Faculté d'Ingénierie et de Management de la Santé ILIS. Leur dévouement à l'enseignement, leur expertise dans leurs domaines respectifs et leur passion pour la transmission du savoir ont été une source d'inspiration constante pour moi.

Enfin, je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de l'enquête terrain de mon mémoire et qui ont, en ce sens, pris le temps de me recevoir et de répondre à mes diverses questions. En l'absence de leur implication, cette étude n'aurait pu effectivement voir le jour.

Ces remerciements sont un témoignage sincère de ma gratitude envers toutes les personnes qui ont participé à cette aventure académique et ont rendu ce mémoire possible. Votre implication a été déterminante dans mon cheminement et a contribué à mon développement tant sur le plan académique que personnel.

# SOMMAIRE

<b>Remerciements</b> .....	3
<b>Sommaire</b> .....	5
<b>Liste des figures et tableaux</b> .....	7
<b>Liste des annexes</b> .....	8
<b>Introduction</b> .....	9
<b>Partie I : Le concept de l'entrepreneuriat dans la santé</b> .....	11
a) L'entrepreneuriat au coeur de notre société.....	11
i) L'évolution historique de l'entrepreneuriat.....	11
ii) Les enjeux du secteur de la santé dans la sphère entrepreneuriale....	17
b) De l'idée à la création de la start-up.....	18
i) Les fondamentaux de la création d'entreprise.....	18
ii) Les contraintes et leviers de la démarche entrepreneuriale.....	36
<b>Partie II : L'origine du jeune entrepreneur</b> .....	43
a) L'influence des facteurs externes sur le développement de l'entrepreneur...	43
i) L'implication du cercle parental dans l'entrepreneuriat.....	43
ii) L'impact de l'éducation sur les activités entrepreneuriales.....	47
b) L'influence des facteurs individuels sur le développement de l'entrepreneur.	48
i) La mentalité d'un entrepreneur.....	48
ii) Le modèle comportemental du jeune entrepreneur.....	54
<b>Partie III : Objectifs de l'étude</b> .....	57
<b>Partie IV : Matériels &amp; Méthodes</b> .....	58
a) Echantillon et collecte de données.....	58
b) Instruments de recherche.....	60
i) Conception du guide d'entretien.....	60
ii) Entretiens semi-directif.....	61
iii) Méthodologie d'analyse.....	61
<b>Partie V : Résultats</b> .....	62

a) L'engagement envers la santé et le bien-être des autres.....	63
b) De l'esprit passionnel à l'épanouissement personnel.....	64
c) Le challenge, l'ambition et la culture entrepreneuriale.....	65
d) La résilience entrepreneuriale et l'apprentissage par l'expérience.....	65
e) La dynamique de la prise de décision et l'appel du risque.....	67
<b>Partie VI : Discussions.....</b>	<b>68</b>
a) Recommandations pour les chercheurs.....	68
i) Limites de l'étude.....	68
ii) Recherches et Implications futures.....	69
b) Recommandation pour les jeunes entrepreneurs.....	71
i) Mentor'Health : Programme de Développement Personnel pour Jeunes Entrepreneurs en Santé.....	71
<b>Conclusion.....</b>	<b>80</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>82</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>100</b>

## LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

<b>Figure n°-1</b> : Approche de développement d'un MVP.....	23
<b>Figure n°-2</b> : Matrice des risques.....	30
<b>Figure n°-3</b> : Ordre de composition d'un business model.....	32
<b>Figure n°-4</b> : Principe synthétique du compte de résultat.....	33
<b>Figure n°-5</b> : Principe synthétique du flux de trésorerie.....	34
<b>Figure n°-6</b> : Principe synthétique du bilan financier.....	35
<b>Figure n°-7</b> : Principales phases de la création d'entreprise avec les structures d'accompagnements.....	39
<b>Figure n°-8</b> : Avantages & Inconvénients d'un Incubateur.....	41
<b>Figure n°-9</b> : Différences et Similitudes entre un Incubateur et un Accélérateur....	42
<b>Figure n°-10</b> : Processus de récolte des données.....	61
<b>Tableau n°-1</b> : Modèle d'un Plan d'action commercial.....	28
<b>Tableau n°-2</b> : Liste des personnes contactées dans le cadre de l'étude.....	59
<b>Tableau n°-3</b> : Répartition des sujets de l'étude par incubateur.....	60
<b>Tableau n°-4</b> : Récapitulatif des durées de chaque phase du programme Mentor'Health.....	73

## LISTE DES ANNEXES

<b>Annexe I</b> : Présentation générale des entrepreneurs.....	101
<b>Annexe II</b> : Le guide d'entretien.....	102
<b>Annexe III</b> : Entretien semi-directif avec Akplogan M., fondateur d'Extome.....	103
<b>Annexe IV</b> : Tableau d'analyse des résultats des différents entretiens semi-directifs.....	110
<b>Annexe V</b> : Organisation prévisionnelle du programme Mentor'Health.....	114



## Introduction

Chaque année, plus de 305 millions de start-ups sont créées dans le monde (Wise J., 2023). Ces jeunes entreprises, caractérisées par leur esprit innovant, ont apporté des transformations majeures dans les industries traditionnelles, remodelant ainsi nos modes de vie, de travail et d'interaction. Les entrepreneurs qui les incarnent aspirent à résoudre des problématiques complexes en proposant des solutions novatrices.

Alors que le secteur de la santé continue de se développer, de nouvelles perspectives et opportunités émergent constamment (Dignity Health | Global Education), permettant ainsi aux jeunes entrepreneurs de s'intégrer plus facilement dans le domaine (Connor J., 2020). Certains d'entre eux proposent des traitements et des dispositifs médicaux innovants, tandis que d'autres exploitent les possibilités offertes par la technologie pour améliorer la qualité des soins. (*Dignity Health | Global Education*). Il est alors de plus en plus reconnu que les entrepreneurs jouent un rôle crucial dans l'industrie de la santé (*The George Washington University, 2022*).

Cependant, la création d'une entreprise exige une mentalité particulière et des connaissances approfondies (Frederick H. et al., 2019) sans quoi ils seront inévitablement confrontés à des obstacles. Pour la plupart, la principale difficulté réside dans le franchissement du premier pas, que cela implique la cessation d'un emploi ou simplement l'annonce du projet à l'entourage, ainsi que l'engagement financier qui en découle (Cremades A., 2019).

Le présent mémoire se propose donc d'explorer les dynamiques psychologiques qui sous-tendent le parcours des jeunes entrepreneurs dans le domaine de la santé. En effet, nous souhaitons déterminer, plus précisément :

***“En quoi le développement des valeurs intrinsèques d’un jeune entrepreneur favoriserait-il une prise de décision adéquate face aux contraintes liées au processus de création d’une start-up dans le domaine de la santé ?”***

La première partie abordera le concept d'entrepreneuriat dans le domaine de la santé, qui occupe une place essentielle au sein de notre société. Dans un premier temps, nous retracerons l'évolution historique de l'entrepreneuriat pour mieux appréhender ses fondements. Ensuite, nous analyserons les enjeux spécifiques liés au secteur de la santé dans la sphère entrepreneuriale, mettant ainsi en lumière les défis auxquels les jeunes entrepreneurs sont confrontés lors de la création d'une start-up.

La seconde partie de notre étude portera sur l'origine des jeunes entrepreneurs et son impact sur leur développement. Nous nous concentrerons tout d'abord sur l'influence des facteurs externes, notamment le rôle du cercle familial dans l'entrepreneuriat. Par la suite, nous examinerons l'impact de l'éducation sur les activités entrepreneuriales. Enfin, nous étudierons les facteurs individuels qui influencent le développement d'un jeune entrepreneur, en nous intéressant particulièrement à sa mentalité entrepreneuriale et à son modèle comportemental.

L'exploration des différentes dimensions de la psychologie entrepreneuriale nous offrira la possibilité de mieux appréhender l'état d'esprit, les défis et obstacles auxquels ces jeunes entrepreneurs sont confrontés dans leur quête d'innovation. En comprenant l'impact du développement des valeurs intrinsèques sur leurs prises de décision, nous serons à même d'identifier des moyens de soutenir et d'encourager ces derniers à surmonter les contraintes liées à la création d'une startup. Cette étude approfondie contribuera, en ce sens, à promouvoir l'entrepreneuriat au sein du secteur de la santé.

## Partie I : Le concept d'entrepreneuriat dans la santé

### a) L'entrepreneuriat au coeur de notre société

#### i) L'évolution historique de l'entrepreneuriat

##### *Théorie économique de l'entrepreneuriat*

La théorie économique a connu un essor important dans le sillage de la révolution industrielle britannique, du milieu du XVIIe siècle aux années 1830 (Simpeh, 2011). L'idée que les entrepreneurs sont des acteurs clés de l'économie a été premièrement introduite par Richard Cantillon dans son ouvrage posthume "Essai sur la nature du commerce en général" publié en 1755 (Cantillon, 1959), selon Van Praag (1999) dans Bula (2012). Le terme "entrepreneur" est couramment utilisé pour désigner à la fois les producteurs et les échangeurs, comme l'expliquent Hébert et Link (2006) dans Thornton (2013). La théorie de Cantillon sur l'entrepreneuriat, bien que définie de manière étroite, reste très applicable dans divers contextes (Thornton, 2013). Dans son *Essai*, Cantillon inclut un large éventail de producteurs, notamment les agriculteurs, les grossistes en laine, en céréales et les fabricants ainsi que les détaillants, tels que les restaurateurs, les commerçants, les propriétaires de mines, de théâtres et de bâtiments (Thornton, 2013). La recherche de Rocha (2012), qui s'est appuyée sur la théorie de Cantillon de 1755, souligne la possibilité d'acquérir des biens à un coût inférieur en raison de changements dans l'offre et la demande du marché. En vendant ces biens à un prix plus élevé, ce type d'arbitrage peut effectivement équilibrer la concurrence sur le marché, comme l'explique McFarlane (2016). Cantillon estimait que les entrepreneurs étaient chargés de superviser l'ensemble des échanges et de la circulation au sein de l'économie faisant d'eux des facteurs essentiels (Bula, 2012). L'entrepreneur « cantillonnais » avait pour rôle majeur la stabilisation de l'offre et de la demande du marché tout en assumant les risques encourus et les incertitudes de profit (Bula, 2012).

## *Théories sociologiques de l'entrepreneuriat*

Représentée par l'entreprise sociologique, la théorie sociologique, selon Landström (1998) est orientée vers l'exploration et la compréhension du contexte social dans lequel la société est considérée comme l'objet principal d'étude (Simpeh, 2011). A travers les travaux de Simpeh (2011), Reynolds (1991) a proposé une classification de quatre contextes sociaux associés à l'opportunité entrepreneuriale :

L'un des principaux exemples est l'utilisation des réseaux sociaux. L'attention actuelle porte sur le développement d'interactions et de connexions affiliatives qui favorisent la fiabilité plutôt qu'un comportement opportuniste. En d'autres termes, la réussite dans l'entrepreneuriat dépend du maintien d'une conduite éthique à l'égard des individus plutôt que de leur exploitation à des fins personnelles (Reynolds, 1991 dans Simpeh, 2011).

Le deuxième contexte, appelé contexte du parcours de vie, consiste en une analyse méticuleuse des circonstances de la vie et des traits distinctifs des individus qui ont fait le choix de l'entrepreneuriat. L'accent est mis sur la compréhension et l'interprétation des facteurs contextuels qui façonnent et influencent leurs décisions et actions entrepreneuriales. Les perceptions et les actions des individus peuvent être façonnées par leurs rencontres personnelles, qui les poussent à poursuivre une existence significative (Reynolds, 1991 dans Simpeh, 2011).

Le troisième cadre contextuel concerne l'identification ethnique. L'origine sociologique d'un individu est considérée comme un facteur déterminant de l'entrepreneuriat en impactant son niveau de réussite ou de mobilité au sein de la société. Les personnes appartenant à des communautés marginalisées sont souvent confrontées à divers obstacles, mais font preuve de persévérance dans le but d'améliorer leurs conditions de vie (Reynolds, 1991 dans Simpeh, 2011).

L'écologie des populations est identifiée comme le quatrième contexte social. Il part du principe que les considérations environnementales exercent une influence significative sur la pérennité des entreprises. Divers facteurs environnementaux, tels que le système politique, la législation gouvernementale, les consommateurs, la

main-d'œuvre et les concurrents, peuvent influencer de manière significative la longévité d'une entreprise naissante (Reynolds, 1991 dans Simpeh, 2011).

### *Théories psychologiques de l'entrepreneuriat*

#### *Le besoin d'accomplissement de McClelland*

La théorie du besoin d'accomplissement de McClelland (1971) suggère que les êtres humains possèdent une volonté inhérente de réussir, d'exceller, d'accomplir ou de se réaliser. Les entrepreneurs se caractérisent par cette volonté d'atteindre et de dépasser leurs objectifs avec une détermination et une ténacité inébranlable (Siempeh, 2011). Ce besoin d'accomplissement est enraciné dans le désir de reconnaissance et d'accomplissement d'un individu. Les personnes qui manifestent un penchant marqué pour cette dernière s'efforcent de rechercher de nouvelles opportunités, l'autonomie et l'épanouissement fondés sur la validation sociétale de leurs réussites, comme le décrit Antoncic (2018). Comme Lloyd (2018) a mentionné dans Antoncic (2018), Shaver et Scott (1991) ont noté que la motivation d'accomplissement peut être le facteur le plus persuasif associé à la création d'une nouvelle entreprise (Simpeh, 2011).

#### *Le locus de contrôle de Rotter*

Le concept de locus de contrôle est un aspect important de la personnalité d'un individu, initialement formulé par Julian Rotter dans les années 1950. D'après sa théorie de 1966 décrite dans Siempeh (2011), le locus de contrôle est modélisé en tant que construction cognitive qui reflète la façon dont les gens perçoivent les causes profondes des événements auxquels ils sont confrontés dans leur vie. Cette dernière peut se présenter sous deux orientations distinctes : le locus de contrôle externe et le locus de contrôle interne (Rotter, 1950 dans Siempeh, 2011). La première notion se rapporte à la conviction d'un individu qu'une grande partie des circonstances de sa vie sont prédéterminées par des événements extérieurs échappant à sa volonté, y compris des entités divines, des cadres autoritaires, des établissements, et même le hasard ou le destin (Rotter, 1950 dans Siempeh, 2011).

La seconde notion, quant à elle, se rapporte à la conviction d'un individu qu'il possède une autonomie totale sur les circonstances de sa vie et qu'il a le pouvoir de les modifier (*EntrepreneurshipBlogTheories*). Siempeh (2011) ajoute également que, dans le contexte de l'entrepreneuriat, la réussite est influencée à la fois par les compétences personnelles et le soutien extérieur.

### *Théories des traits de personnalité*

D'après les théoriciens de la personnalité, une réaction cohérente à des stimuli externes peut être définie comme un trait de personnalité. Ils ont également soutenu que le comportement d'une personne peut être prédit sur la base de sa personnalité. (Awwad, 2020 dans Ciavarella et al., 2004). Les conclusions de Ciavarella et al. (2004) indiquent que les traits de personnalité d'un individu sont essentiels à la détermination de sa réussite entrepreneuriale car elles jouent un rôle important dans la formation de son comportement et de ses capacités à prendre une décision. Les entrepreneurs possédant des traits de caractère forts et influents ont tendance à être plus performants et sont capables de gérer leur entreprise sur le long terme (Cao, 2022).

Ces personnes sont souvent représentées par leurs tendances créatives et innovantes, leur capacité à identifier les opportunités et leur maîtrise des compétences managériales et du sens des affaires (Siempeh, 2011). Ils sont enclins à l'optimisme, à la résistance émotionnelle et à la force mentale, et font preuve d'une solide éthique de travail et d'un engagement inébranlable pour atteindre leurs objectifs. Les entrepreneurs sont souvent insatisfaits du statu quo et recherchent constamment des méthodes pour s'améliorer et améliorer leurs entreprises. Ces individus conservent une vision transformatrice et s'engagent dans un apprentissage continu, nourris par la conviction qu'ils peuvent apporter des changements significatifs. En outre, les entrepreneurs accordent la priorité à l'intégrité et possèdent un état d'esprit visionnaire (Siempeh, 2011).

### *Théories de l'entrepreneuriat fondées sur les opportunités*

Selon la définition de Murphy & Marvel (2008), le début de l'entrepreneuriat commence par l'identification des opportunités. Leur approche fondée sur les opportunités telle qu'elle est décrite dans Tambunan et al. (2022) explique les processus décisionnels utilisés par les entrepreneurs lorsqu'ils identifient des opportunités favorables et la manière dont ils les exploitent. Ces dernières englobe tous les moyens facilitant l'introduction et la mise en œuvre de divers biens, services, matières premières, marchés et approches organisationnelles au sein d'un système de marché, comme l'explique la littérature de Casson (1982) et Shane & Venkataraman (2000) dans Murphy & Marvel (2008).

### *Théories de l'entrepreneuriat fondées sur les ressources*

La théorie de l'entrepreneuriat basée sur les ressources, mentionnée par Aldrich (1999) dans Siempeh (2011), souligne l'importance des ressources financières, sociales et humaines en tant qu'éléments clés du développement d'une nouvelle entreprise.

#### *Théorie du capital financier*

Les études antérieures menées par Blanchflower et al. (2001) exposées dans la littérature de Siempeh (2011) ont montré une association positive entre l'accès au capital financier et la création réussie de nouvelles entreprises. La théorie qui sous-tend cette corrélation suggère, d'après Clausen (2006) dans Siempeh (2011), que les individus disposant de ressources financières sont mieux équipés pour tirer parti des opportunités entrepreneuriales en investissant dans des entreprises et en les créant. Toutefois, Clausen (2006) ajoute que l'absence de capitaux importants n'empêche pas la création d'une entreprise.

#### *Théorie du capital social ou des réseaux sociaux*

Shane et Eckhardt (2003) précisent, dans l'étude de Siempeh (2011), que certains individus peuvent avoir la capacité d'identifier une opportunité entrepreneuriale, mais ne disposent pas de réseaux sociaux nécessaires pour la saisir efficacement. Les recherches basées sur la théorie sociologique de Reynolds (1991), citée plus haut, montrent que le renforcement des liens sociaux avec les fournisseurs de ressources peut augmenter les chances de saisir les opportunités et d'acquérir des ressources d'après Aldrich & Zimmer (1986) dans Siempeh (2011). Ce dernier suggère alors qu'il est crucial pour les nouveaux entrepreneurs d'avoir des liens avec des personnes de leur cercle social qui possèdent des capacités entrepreneuriales (Siempeh, 2011).

### *Théorie du capital humain*

La théorie de l'entrepreneuriat fondée sur le capital humain a été établie par Becker en 1975, dans Tallman & Wang (1992), sur la base d'un double cadre d'éducation et d'expérience. Les recherches empiriques menées par Anderson & Miller (2003) et Davidson & Honing (2003) ont démontré que les personnes disposant d'un capital humain important sont plus susceptibles de devenir des entrepreneurs naissants et ont plus de chances de reconnaître les opportunités (Siempeh, 2011).

### *Théorie de l'entrepreneuriat fondée sur l'innovation*

Bien que le terme "innovation" ait été utilisé pour désigner quelque chose d'inhabituel depuis la fin des années 1880, ce n'est qu'avec la théorie du développement économique de Schumpeter que le concept a acquis une influence significative (Sledzik, 2013). En effet, le concept d'entrepreneuriat de Schumpeter dépasse la notion conventionnelle de simple création et exploitation d'entreprises prospères (Mehmood et al., 2019). Le développement apparaît, pour lui, comme un processus historique de changements structurels, principalement induits par l'innovation (Sledzik, 2013). Comme le montrent les travaux de Ghannajeh et al. (2015) et d'Ahmed (2016c) dans Mehmood et al. (2019), l'entrepreneuriat schumpétérien est perçue comme un domaine en constante évolution à travers l'introduction de produits et de services innovants. Schumpeter a également souligné



que l'innovation était le moteur essentiel de la croissance économique, la conceptualisant comme un processus industriel avec un cycle perpétuel de transformation. Ce cycle de "destruction créatrice" a fait évoluer l'économie, les entrepreneurs jouant le rôle de catalyseurs du changement (Sledzik, 2013).

L'entrepreneuriat faisait l'objet d'une attention considérable auprès du grand public durant ces deux dernières décennies. La croissance significative du nombre d'études à ce sujet avait également mis en lumière son importance dans le secteur de la santé (Mishra et al., 2023).

## ii) Les enjeux du secteur de la santé dans la sphère entrepreneuriale

En raison du vieillissement de la population, de l'augmentation de la demande de soins et de l'émergence de problèmes de santé de plus en plus complexes, les systèmes de santé doivent désormais faire face à une lourde charge financière (guo.k-2006-2019). La prévalence croissante de ces complications, dans les pays à faible comme à fort revenu, entraîne une pression accrue sur le plan financier. Bien que les projets entrepreneuriaux soient difficilement pris en charge, de nouvelles stratégies novatrices sont nécessaires pour répondre à cette demande en constante évolution (guo.k-2006-2019).

Cependant, Rudaz (2022) indique que le gouvernement ne peut, à lui seul, répondre aux exigences de la population sans faire appel à d'autres institutions. Les organisations internationales encouragent vivement ce dernier à accroître son investissement dans la santé publique et ses infrastructures (Mishra et al., 2023). En conséquence, de nombreux pays s'associent au secteur privé pour améliorer l'efficacité et la qualité de leurs systèmes de santé selon Rudaz (2022). Sachant qu'en réalité, la robustesse d'un tel système repose sur une collaboration constructive entre l'Etat et le secteur privé (Rudaz, 2022).

Ces deux dernières décennies ont été marquées par une évolution rapide de l'industrie de la santé (Marques & Ferreira, 2020) où les récentes innovations sont devenues plus accessibles aux professionnels de santé ainsi qu'aux patients

(Wilden and al., 2018). La crise sanitaire actuelle, en outre la pandémie COVID-19, a effectivement accéléré le développement de nouvelles entreprises et startups dans le secteur de la santé (Mishra et al., 2023). Un phénomène qui a donné naissance à de nombreuses initiatives entrepreneuriales tout au long de la chaîne de valeur des soins de santé (Wilden R. and al., 2018). Cela conforte l'idée que l'innovation et l'entrepreneuriat sont désormais plus qu'importants dans la croissance et le développement socioéconomique d'un pays (Rudaz, 2022). Les nouvelles technologies comme les soins virtuels et la télémédecine sont devenues plus accessibles aux patients (Mishra et al., 2023). De nouveaux modèles et services en santé voient le jour grâce à de nouvelles méthodes diagnostiques et thérapeutiques abordables (Mishra et al., 2023). Celles-ci incluent l'utilisation de mini drones avancés pour la livraison des médicaments et autres produits de santé, des applications mobiles permettant de détecter à distance les personnes atteintes de la COVID-19 ainsi que de nouveaux kits de diagnostic (Mishra et al., 2023).

Cette pandémie a également changé la façon dont les gens reçoivent des soins physiques en remplaçant les visites présentes par des consultations virtuelles (Mishra et al., 2023). Le gouvernement et les professionnels de santé se sont fortement appuyés sur les plateformes de télémédecine proposées par les entrepreneurs (Mishra et al., 2023). Ces solutions de consultation numérique se sont avérées efficaces et rapides car elles permettaient à la fois d'éviter le contact avec des personnes susceptibles de transmettre le virus et de réduire le temps d'une consultation (Mishra et al., 2023).

D'après Rudaz (2022), le potentiel innovateur des nouveaux entrepreneurs en santé a donc favorisé la transition technologique de cet écosystème en matière de pratiques et de prestations de soins aux patients.

## b) De l'idée à la création de la startup

### i) Les fondamentaux de la création d'entreprise

#### **L'idée**

Il est largement reconnu qu'un futur entrepreneur doit posséder une idée pour démarrer une entreprise viable et que sans elle, il ne peut être qualifié d'entrepreneur. Le développement d'une idée s'impose alors comme une étape incontournable dans la phase initiale de la création d'une entreprise (E. Ezema et al., 2022). En réalité, Perry-Smith (2014) cité dans Hassan et al. (2019) affirme que toutes les étapes futures du parcours entrepreneurial dépendent étroitement d'une première étape essentielle : la génération d'idées. Tout au long de cette étape, les entrepreneurs sélectionnent une multitude d'idées (Hassan et al., 2019) sur la base de quatre approches principales (Viano, 2022):

- L'amélioration d'un produit ou d'un service existant : L'innovation se manifeste lorsque des améliorations ou des différenciations par rapport à l'offre actuelle sont observées, apportant une réelle valeur sur le marché.
- L'innovation disruptive : Cette forme d'innovation est davantage liée à l'invention, dans le sens où elle crée quelque chose de nouveau pour résoudre un problème spécifique.
- Business Model Canvas : Considéré comme l'un des instruments indispensables, le Business Model Canvas offre une visualisation synthétique du modèle d'entreprise permettant d'atteindre l'objectif souhaité.
- Le copycat : Cette approche consiste simplement à reproduire un concept commercial préexistant qui a été observé ailleurs.

Il est donc de la responsabilité des entrepreneurs de proposer des solutions aux problèmes existants ou potentiels. Cela implique que les entrepreneurs, tels que soulignés par Kanchana et al. (2013) dans E. Ezema et al. (2022), sont capables de discerner des opportunités là où d'autres ne perçoivent que des problèmes. Les recherches de Perry-Smith et Mannucci (2015), présentées dans l'étude de Hassan et al. (2019), mettent en évidence que la capacité à générer de nouvelles idées dépend de l'agilité cognitive d'un individu à intégrer des sources de connaissances variées. Selon Hassan et al. (2019), ces idées résultent de manière concomitante des compétences individuelles et des interactions sociales.

Il convient de noter que l'identification simple d'opportunités ne suffit pas pour réussir dans le domaine de l'entrepreneuriat. Au contraire, il est impératif d'être en mesure de transformer efficacement ces opportunités en une idée commerciale viable et

d'entreprendre les démarches nécessaires pour les concrétiser (E. Ezema et al., 2022).

Par ailleurs, l'émergence d'une grande idée ne prend pas son origine dans une solution, mais dans les besoins ressentis par les individus. En effet, une enquête menée par CB Insights met en évidence que l'échec principal des startups réside dans l'absence de demande sur le marché. Cela indique que ces entreprises tentaient de commercialiser des produits ou services qui ne trouvaient aucun réel usage auprès des consommateurs (Weaver, 2020). Cette constatation souligne l'importance fondamentale de comprendre les besoins et les désirs des utilisateurs avant de développer une idée entrepreneuriale. En se concentrant sur les besoins du marché, les entrepreneurs peuvent s'assurer que leur proposition trouve une réelle valeur et réponde aux attentes des clients potentiels, augmentant ainsi les chances de succès de leur entreprise.

### **L'étude de marché**

L'étude de marché vise à offrir une vision globale des caractéristiques du marché ainsi que des tendances émergentes à venir, dans le but d'aider les entreprises à prendre des décisions éclairées, à repérer les opportunités et à élaborer des stratégies en vue d'atteindre leurs objectifs. Elle revêt également une importance capitale pour l'analyse des principaux concurrents opérant dans le secteur et permet d'obtenir une vue d'ensemble de l'environnement du marché (*WallStreetMojoTeam a*).

#### **Marché cible**

Dans cette section, l'accent est mis sur la définition du public cible que l'entreprise cherche à attirer. Au cours du processus d'analyse, il est possible de reconnaître plusieurs catégories de clients potentiels. Dans ce cas, la segmentation du marché est utilisée pour diviser ces groupes en segments distincts (Parsons, 2021). En outre, des personas peuvent être créés sur la base d'une analyse de marché qui prend en compte divers facteurs tels que : (Indeed Editorial Team, 2022)

#### **Taille du marché**

L'évaluation de la taille du marché est essentielle pour les entreprises afin de saisir l'ampleur de l'opportunité qui s'offre à elles. En comprenant la dimension et l'envergure d'un marché, les entreprises peuvent mieux apprécier le potentiel de rentabilité qu'il présente. Le suivi de la part de marché au fil du temps permet également de déterminer les acteurs qui gagnent ou perdent à un moment donné (March, 2020). Contrairement à la taille du secteur, qui est généralement exprimée en termes monétaires, la taille du marché correspond au nombre de clients potentiels pour un produit ou un service donné (Parsons, 2021).

### *Facteurs démographiques*

Afin de garantir une vente efficace d'un produit ou d'un service, une approche méthodique consiste à définir la démographie cible de l'entreprise, ce qui permet d'appréhender les caractéristiques des clients. Les données démographiques englobent des attributs (Indeed Editorial Team a, 2023) tels que l'âge, le sexe, le niveau d'éducation, le revenu, et bien d'autres encore, et permettent ainsi de mieux comprendre la clientèle (Parsons, 2021).

### *Facteurs psychographiques*

Dans le cadre des études de marché, les données psychographiques revêtent une grande importance en complément des données démographiques, car elles permettent d'obtenir une compréhension approfondie des sentiments et des émotions des clients à l'égard des produits ou des services (*SurveyMonkey*). Contrairement aux données démographiques qui permettent d'identifier de larges segments de clients potentiels, les données psychographiques révèlent les attitudes, les croyances (Revella A., 2023), le mode de vie, les intérêts, la personnalité et le statut social des individus (Indeed Editorial Team b, 2023). Ces informations offrent ainsi une perspective plus riche et nuancée sur les clients, ce qui facilite une adaptation plus précise des stratégies marketing et de communication à leurs besoins et préférences spécifiques. En intégrant les données psychographiques dans l'analyse, les entreprises peuvent mieux comprendre les motivations et les comportements de leurs clients, établir des connexions plus profondes et développer

des offres plus pertinentes et attractives. Cela leur permet d'optimiser leur ciblage, d'accroître leur pertinence sur le marché et d'améliorer leur position concurrentielle.

### *Tendances*

L'évolution constante du comportement des clients requiert des entrepreneurs une écoute active (Parsons N., 2021) afin de s'adapter de manière flexible et opportune aux besoins changeants de la clientèle. L'observation des tendances du marché offre un aperçu de la situation actuelle, ainsi que des opportunités et des défis potentiels. Elle permet d'identifier les secteurs de croissance, d'anticiper les risques et de planifier des stratégies efficaces. Les tendances du marché fournissent également des informations précieuses sur les préférences des clients, la concurrence ainsi que les développements économiques et technologiques. En surveillant attentivement ces tendances, les entreprises peuvent anticiper les changements, prendre des décisions éclairées et réaliser des bénéfices durables. Une adaptation proactive et une compréhension approfondie des tendances du marché sont donc essentielles pour maintenir une position concurrentielle solide et assurer une croissance continue (March L., 2023).

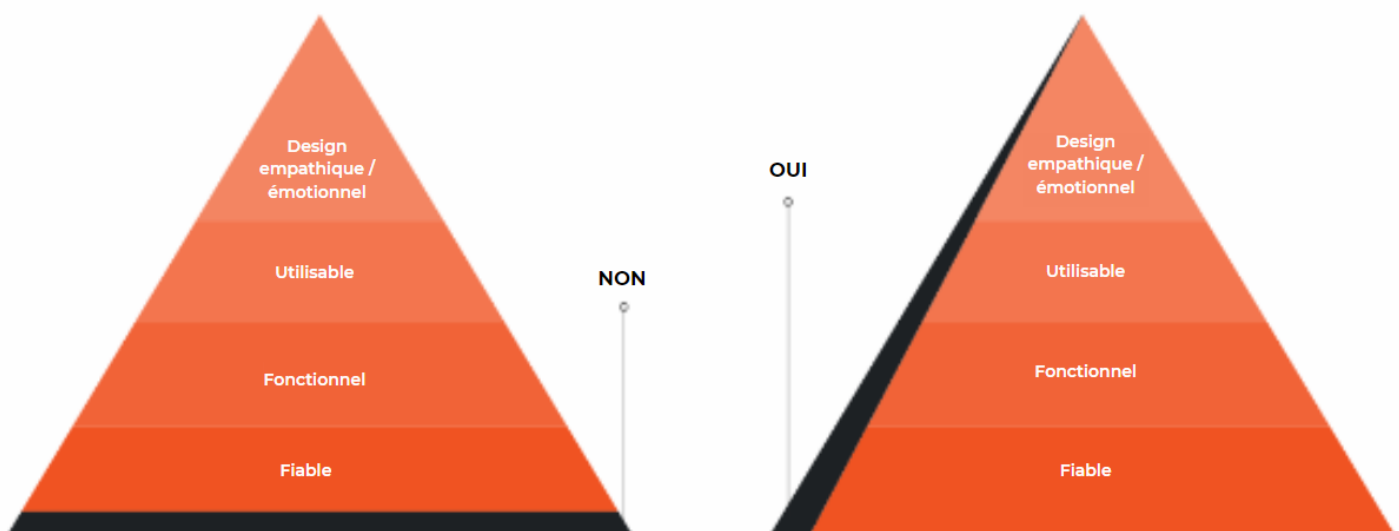
### *Concurrents*

Indépendamment de la taille ou de l'envergure de l'entreprise, la compréhension du paysage concurrentiel revêt une importance capitale. Les concurrents sont connus du public cible et il est probable qu'avant de décider de faire affaire, une évaluation des avantages et des inconvénients liés à l'achat chez eux ont été effectuée (March L., 2023). En plus de la connaissance des autres entreprises, une analyse concurrentielle de qualité met en évidence les faiblesses des concurrents, pouvant ainsi être exploitées (Parsons N., 2021). En réalité, cette approche implique la collecte et l'examen de données relatives aux principaux acteurs du secteur, aux rivaux ou aux nouveaux venus sur le marché. Leurs activités et leurs succès sont analysés en détail, permettant d'identifier ce qui fonctionne, comment ils se positionnent sur le marché et quelles stratégies de marketing ils utilisent pour attirer et fidéliser les clients (Parsons N., 2021). L'intérêt est d'analyser l'approche adoptée

par le concurrent sur le marché afin de découvrir des faiblesses que l'entreprise pourra exploiter dans son propre positionnement (*The Business Plan Shop a*).

### **Développement du Minimum Viable Product (MVP)**

Dans le processus de développement d'un produit, le concept de "produit minimum viable" (MVP) fait référence à la mise en place d'un produit "test" destiné à être évalué par le public cible, dans le but d'obtenir un maximum de retours d'utilisateurs et de valider le projet et le produit avant de passer à la phase de développement complète. Cette approche permet à l'entreprise de s'assurer que le produit répond réellement à un besoin concret. Il est important de noter que le produit minimum viable ne se réduit pas à une simple esquisse ou maquette (Granger L., 2023). En pratique, le concept de MVP est perçu comme une combinaison du "minimum essentiel", qui englobe les caractéristiques de base nécessaires pour satisfaire les premiers clients (Manchanda A., 2022). Cependant, cette définition n'indique pas qu'un MVP doit représenter la fonctionnalité "minimale" mais doit, au contraire, être "viable", fiable et répondre aux besoins des utilisateurs (**Figure n°- 1**) en adoptant une approche empathique ou émotionnelle (Kwilman M., 2021) (Manchanda A., 2022).



**Figure n°- 1 : Approche de développement d'un MVP**

**Source :** [How to Build Your MVP: A Step-By-Step Guide \(softwarehut.com\)](https://www.softwarehut.com/how-to-build-your-mvp-a-step-by-step-guide)

Le développement d'un Produit Minimum Viable (MVP) implique un ensemble de cinq étapes spécifiques, allant de la conceptualisation à la construction et à la validation (Kwilman M., 2021).

- 1) Etude de marché
- 2) Détermination de la valeur ajoutée
- 3) Prioriser les caractéristiques du MVP
- 4) Lancement d'un MVP
- 5) Mettre en place le système "B.M.L" - "Build, Measure and Learn"

L'objectif principal de la création d'un MVP est de procéder au lancement rapide d'un produit sur la base d'une idée établie, tout en respectant un budget restreint (Manchanda A., 2022). Un principe fondamental sous-tendant l'idée de MVP est la fabrication d'un produit concret, offert aux clients, afin d'observer leur comportement réel en interaction avec ledit produit ou service. Cette approche repose sur la fiabilité de l'observation des actions réelles des utilisateurs plutôt que de se concentrer sur leurs déclarations (*Agile Alliance*).

## **Choix du statut juridique**

### **Entreprise Individuelle (EI)**

D'après l'Insee (*INSEE (Institut National de la statistique et des études économiques)*), l'entreprise individuelle est une entité exclusivement détenue par une personne physique, où aucune distinction juridique n'est établie entre le propriétaire et l'entité commerciale. Aucune formalité juridique n'est requise pour la création de ce type de structure, ce qui permet au propriétaire de démarrer son activité immédiatement (Connel L., 2023). Dans le cadre de ce statut, il est impossible d'avoir un associé. Les décisions relatives à l'entreprise peuvent être prises exclusivement par l'entrepreneur, sans qu'il soit nécessaire d'organiser une assemblée générale. Un apport minimal n'est pas requis pour cette structure, étant donné qu'une entreprise individuelle ne possède pas de capital (*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique a*). Par ailleurs, depuis 2022, la responsabilité de l'exploitant envers ses créanciers professionnels est limitée au patrimoine professionnel. Les biens personnels



bénéficient d'une protection juridique sans qu'il soit nécessaire de remplir des formalités particulières (Facon P., 2023).

### ***Société par Actions Simplifiée (SAS)***

La SAS est une société de capitaux où chaque associé se voit attribuer des actions en fonction de son apport (Wagner M., 2023). Dans une SAS, les associés fondateurs ont la liberté de déterminer le capital social et les règles d'organisation de la société dans les statuts (*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique b*). Cette forme juridique permet de limiter les risques tout en offrant aux associés la possibilité de créer le cadre juridique souhaité. Contrairement à d'autres formes de société comme la SARL, la loi laisse de nombreux domaines sans réglementation précise, laissant ainsi aux associés le pouvoir de décider des dispositions. Ils peuvent notamment les personnaliser selon leurs préférences, en ce qui concerne la nature, le fonctionnement et les conditions de délibération des organes de direction (à l'exception du président qui reste obligatoire), les modalités de prise de décisions collectives des associés (sans obligation de réunion en assemblée générale) et les restrictions sur les cessions d'actions (clause d'agrément, clause d'inaliénabilité, etc.) (Clermont T., 2021). La SAS attire de nombreux entrepreneurs en raison de la liberté statutaire qu'elle offre aux associés.

### ***Société par Actions simplifiée Unipersonnelle (SASU)***

La SASU (société par actions simplifiée unipersonnelle) est une forme de SAS (société par actions simplifiée) qui se compose d'un seul associé. En tant qu'associé unique, il a le pouvoir de déterminer les règles d'organisation de la SASU ainsi que le montant du capital social de l'entreprise (*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique c*).

### ***Société à Responsabilité Limitée (SARL)***

La SARL (société à responsabilité limitée) est une forme de société qui nécessite au moins 2 associés (Ouchallal M., 2022). La principale caractéristique de la SARL, tout comme la SAS (société par actions simplifiée), est de permettre aux fondateurs de protéger leur patrimoine personnel en cas de difficultés financières, sans que leurs

biens personnels soient engagés (*JuriPresse*, 2018). Bien que la SAS et la SARL partagent certaines similitudes, elles diffèrent sur des aspects tels que le mode de direction, le fonctionnement et le statut social des dirigeants, entre autres. Par exemple, la gestion d'une SAS offre plus de flexibilité que celle d'une SARL (Ouchallal M., 2022). Cependant, il convient de noter que le statut de SARL n'est pas applicable aux professions juridiques, judiciaires ou de santé, à l'exception des pharmaciens (*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique d*).

### ***Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL)***

L'EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) est une forme de société qui correspond à une SARL (société à responsabilité limitée) constituée d'un seul associé. Elle est également connue sous le nom de SARL unipersonnelle. L'EURL est soumise aux mêmes règles que la SARL, à l'exception des ajustements nécessaires pour tenir compte de la présence d'un seul associé (*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique e*).

### **Conception du business plan**

Ce travail bénéfique et productif permet d'évaluer la maturité et l'avancement du projet, de vérifier sa faisabilité et sa rentabilité, et surtout de susciter l'adhésion et le soutien des interlocuteurs tels que les proches, les partenaires, les fournisseurs et les financeurs sollicités. Il joue un rôle essentiel dans la persuasion de ces acteurs clés, en leur présentant une vision concrète et convaincante du projet (*Bpi France Création*).

### ***L'Executive Summary***

L'executive summary, également connu sous le nom de résumé opérationnel, occupe une place prépondérante dans le business plan. Son objectif principal consiste à fournir une vue d'ensemble du projet afin d'inciter le lecteur à s'investir davantage dans l'étude du dossier (*The Business Plan Shop b*). Dans l'ensemble, il

doit communiquer des informations essentielles au lecteur, notamment (Réseau Entreprendre) :

- La description de l'activité et de l'offre, englobant les produits ou services proposés (*The Business Plan Shop b*).
- Les informations relatives à la société, telles que la date de création, la forme juridique, la structure de l'actionnariat, les ressources humaines (effectif salarié, comités), l'historique et les étapes déjà franchies, ainsi que les barrières à l'entrée éventuelles (*The Business Plan Shop b*).
- Le marché et la vision, y compris les cibles visées, le positionnement actuel et la vision à long terme (*The Business Plan Shop b*).
- L'équipe dirigeante, commerciale, R&D et de production, avec l'objectif de rassurer le lecteur quant à la capacité de l'équipe à mener à bien le projet et à démontrer une dynamique positive. Si des compétences manquent au sein de l'équipe, il est conseillé d'expliquer brièvement comment combler cette lacune (recrutement, conseil externe, etc.) (*The Business Plan Shop b*).
- La stratégie opérationnelle dérivée de la vision, incluant le développement technique, le développement commercial, la stratégie de protection de la propriété intellectuelle, les partenariats, etc. (*The Business Plan Shop b*).
- Les perspectives financières résumées dans un tableau, comprenant les chiffres d'affaires, la rentabilité, les investissements éventuels et les effectifs prévus. Les projections financières doivent couvrir au moins trois ans (*The Business Plan Shop b*).
- Les besoins de financement et le montant recherché en fonds propres, la valorisation précédente ou attendue pour ce tour de financement, ainsi que les perspectives de sortie envisagées (*The Business Plan Shop b*).

### *La stratégie et le Plan opérationnel*

#### Plan d'action commercial

Le plan d'action commercial représente la mise en pratique concrète de la stratégie d'une entreprise (Vedere D'Auria L., 2023). En tant qu'outil de gestion, il établit des objectifs de vente et identifie les ressources nécessaires pour les atteindre dans un

délai précis. Il sert de guide aux vendeurs en définissant comment, quand et avec qui ils doivent prospecter et convertir des prospects en clients pour répondre aux objectifs de vente fixés (*Drew*). Le plan d'action commercial favorise ainsi une vision d'ensemble et assure une convergence des objectifs au sein de l'équipe commerciale, en les alignant sur un plan commun (Vedere D'Auria L., 2023). Chaque objectif commercial spécifié dans le plan est accompagné de critères précis énoncés dans le tableau ci-dessous (**Tableau 1**).

**Tableau n°- 1** : Modèles d'un Plan d'action commercial

Source : [Le plan d'action commercial : définition, construction et suivi \(lecoindesentrepreneurs.fr\)](http://lecoindesentrepreneurs.fr)

	Action 1	Action 2	Action 3
Action concrète			
Objectif concerné			
Personnes en charge			
Moyens alloués			
Période			
Indicateurs clé de performance			
Résultats obtenus			

Le plan d'action commercial, bien qu'élaboré initialement, est sujet à des évolutions constantes en fonction des résultats obtenus, de l'expérience acquise et des ajustements nécessaires aux objectifs commerciaux, afin d'assurer une adéquation avec la stratégie globale de l'entreprise. Par exemple, si le modèle économique (abordé dans la section "Conception du Business Plan") subit des changements significatifs, cela aura inévitablement un impact sur la stratégie commerciale. De même, le lancement de nouvelles activités par l'entreprise peut également nécessiter des ajustements au plan d'action commercial. (Facon P., 2021a).

## Plan marketing

Un plan marketing constitue un guide stratégique utilisé par les entreprises pour organiser, mettre en œuvre et évaluer leur stratégie marketing sur une période donnée (Chi C., 2022). En réalisant une analyse objective de votre marché cible, de vos objectifs marketing et des canaux que vous envisagez d'utiliser pour atteindre votre audience, vous pouvez élaborer une stratégie marketing solide qui favorisera la réalisation de vos objectifs commerciaux (*Peep Strategy*). En effet, il s'agit du cadre à partir duquel toutes vos initiatives de marketing sont conçues, en les reliant à une opération marketing plus vaste et à un objectif commercial (Chi C., 2022). Bien que chaque entreprise ait des objectifs et des plans de marketing spécifiques, la structure du plan marketing reste la même :

- 1) Fixer des objectifs marketing (WallStreetMojo Team b);
- 2) Définir des indicateurs clés de performance (Chen J., 2023) ;
- 3) Etude et Analyse de marché (WallStreetMojo Team b);
- 4) Identifier les Buyer Persona (Chi C., 2022) ;
- 5) Mettre en place une stratégie (*AirFocus*) ;
- 6) Déterminer le budget du plan marketing WallStreetMojo Team b ;
- 7) Planifier la mise en oeuvre (WallStreetMojo Team b) ;
- 8) Suivre et évaluer l'avancement à l'aide des indicateurs de performance (WallStreetMojo Team b) ;

La conception minutieuse d'un plan marketing favorise la focalisation sur les objectifs et garantit que les actions marketing produisent des résultats positifs. En somme, l'élaboration d'un plan de marketing constitue un élément essentiel pour la prospérité de toute entreprise (*Peep Strategy*).

## Analyse des risques

Dans toute entreprise en phase de démarrage, les risques sont inévitables et il est impossible de prévoir tous les risques potentiels (*Full Scale*, 2020). La préparation et la réduction des effets néfastes des événements indésirables sont les seules approches pour faire face à ces dangers potentiels. Afin de gérer ces risques de

manière efficace, il est essentiel d'approfondir l'évaluation par le biais d'une analyse des risques, étant donné le nombre d'incertitudes inhérentes à l'entrepreneuriat (*Full Scale*, 2020).

Cette approche systématique vise à passer en revue les actifs matériels et immatériels de l'entreprise ainsi que les risques auxquels ils sont exposés. L'analyse doit couvrir les différents lieux de stockage, les contrôles et les processus liés à ces actifs. Elle doit également explorer les différentes menaces potentielles auxquelles ils sont confrontés, évaluer les lacunes éventuelles en matière de sécurité, et enfin proposer des mesures correctives, d'atténuation ou de suppression de ces lacunes (Palmer C., 2019). Deux méthodes principales d'analyse des risques sont couramment utilisées. La méthode qualitative est la plus simple et la plus pratique, elle évalue les risques en fonction de la perception de leur gravité et de la probabilité de leurs conséquences (voir **Figure n°- 2**). Ainsi, il s'agit d'une estimation ou d'une projection de la manière dont les risques se manifesteront dans la réalité (Bent Francisco E., 2023).

		Fréquence				
		1 Très faible	2 Faible	3 Moyenne	4 Forte	5 Très forte
Gravité	5 Catastrophique	5	10	15	20	25
	4 Majeure	4	8	12	16	20
	3 Modérée	3	6	9	12	15
	2 Mineure	2	2	6	8	10
	1 Négligeable	1	2	3	4	5

Risque = ■ Acceptable ■ Tolérable ■ Peu tolérable ■ Intolérable

**Figure n°- 2 : Matrice des risques**

**Source :** [What's the Difference Between Qualitative and Quantitative Risk Analysis? – SECIFI \(train.i.ng\)](https://www.secifi.com/fr/actualites/whats-the-difference-between-qualitative-and-quantitative-risk-analysis/)

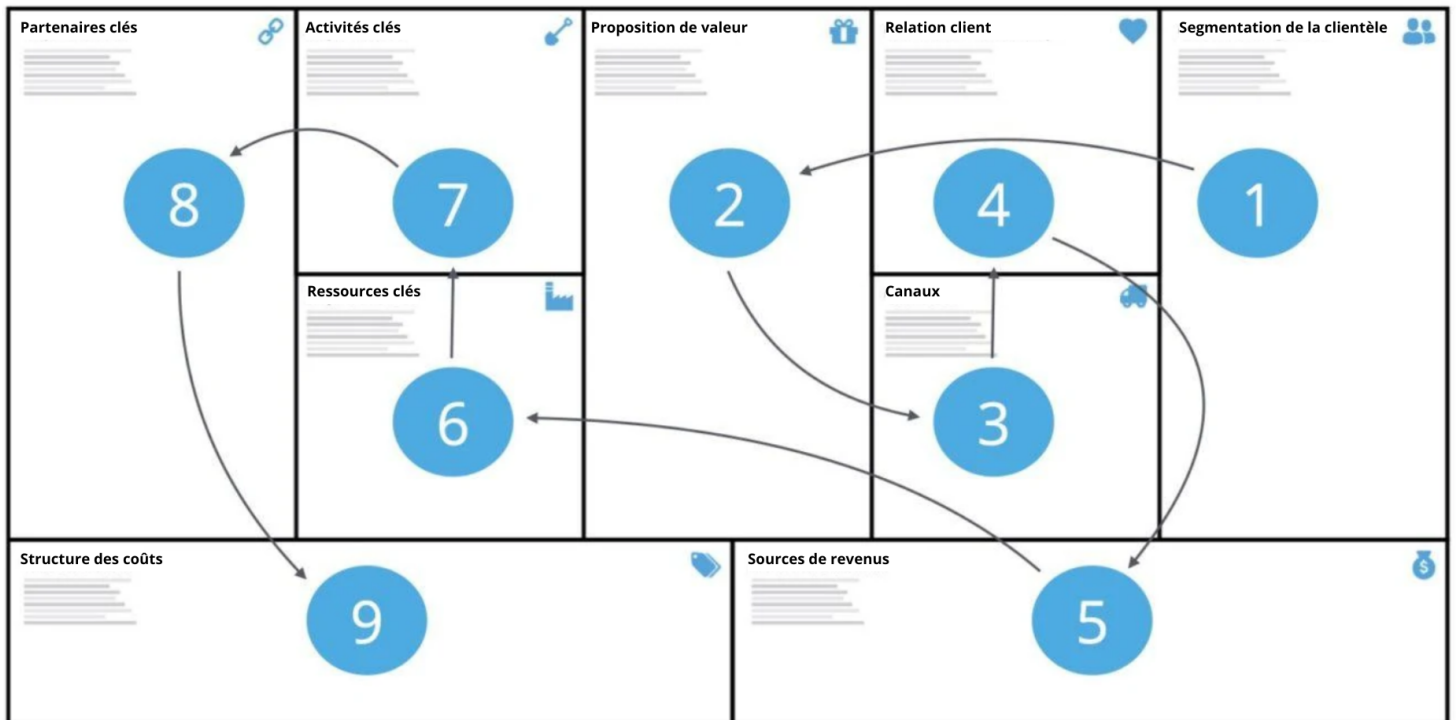
L'analyse quantitative du risque, quant à elle, se base sur des données et des statistiques disponibles pour calculer le niveau de risque (Bent Francisco E., 2023).

La prévision des crises potentielles est le moyen le plus efficace de protéger l'entreprise, les employés et les clients (*Full Scale*, 2020). Outre la menace qu'ils représentent pour l'activité et le succès d'une startup, les risques comportent souvent des enseignements précieux. De nombreuses vulnérabilités d'une startup peuvent passer inaperçues pour les dirigeants. Lorsqu'une analyse des risques est réalisée, de nombreuses perceptions antérieures des propriétaires de startups évoluent, leur permettant de remarquer de petits effets secondaires qui pourraient se transformer en une crise majeure à l'avenir (Azizi F., 2020).

### *La présentation du prévisionnel financier*

#### Business Model

Le Business Model, intégré au Business Plan, expose le cadre économique de l'entreprise et présente sa stratégie de génération de revenus (Aguettant N., 2022). Selon Peter Drucker, un spécialiste du management, un modèle d'entreprise répond à des questions clés telles que l'identification du client, la valeur apportée à ce dernier et les moyens appropriés pour y parvenir (*TechTarget*). En d'autres termes, il établit les stratégies visant à générer des bénéfices, définissant les clients cibles, les approches de vente, les sources de profit et les coûts de démarrage prévus, les sources de financement, ainsi que les partenaires (Aguettant N., 2022), la stratégie marketing et les projections de revenus d'une nouvelle entreprise (Kopp C.K., 2023).



**Figure n°- 3** : Ordre de composition d'un business model

Source : [Business Model - What is it and How it works \(businessmodelanalyst.com\)](https://businessmodelanalyst.com)

Selon l'ordre présent dans la **Figure n°- 3** , l'attention préliminaire doit être portée à la désirabilité de l'entreprise lors de l'évaluation du Business Model. La demande du client doit être considérée, ainsi que la possibilité de création. Ensuite, la faisabilité de l'activité doit être examinée pour déterminer sa capacité à être opérationnelle et mise en œuvre. Enfin, la viabilité économique de l'entreprise doit être démontrée en évaluant la possibilité de réaliser des bénéfices (Pereira D., 2023).

Le business model est utilisé pour valider l'intérêt économique d'une idée d'entreprise en identifiant l'équilibre entre les opportunités rencontrées par l'entreprise et les contraintes auxquelles elle doit faire face (Aguettant N., 2022). L'exploitation de l'entreprise constitue un facteur essentiel pour se démarquer sur un marché encombré. L'élaboration d'un modèle d'entreprise offre l'avantage d'utiliser cet exercice pour exposer et exploiter ce qui rend l'entreprise unique - en expliquant pourquoi le choix de l'offre est préférable aux alternatives et comment le développement de l'entreprise sera réalisé au fil du temps (*Aha !*). Afin d'assurer la

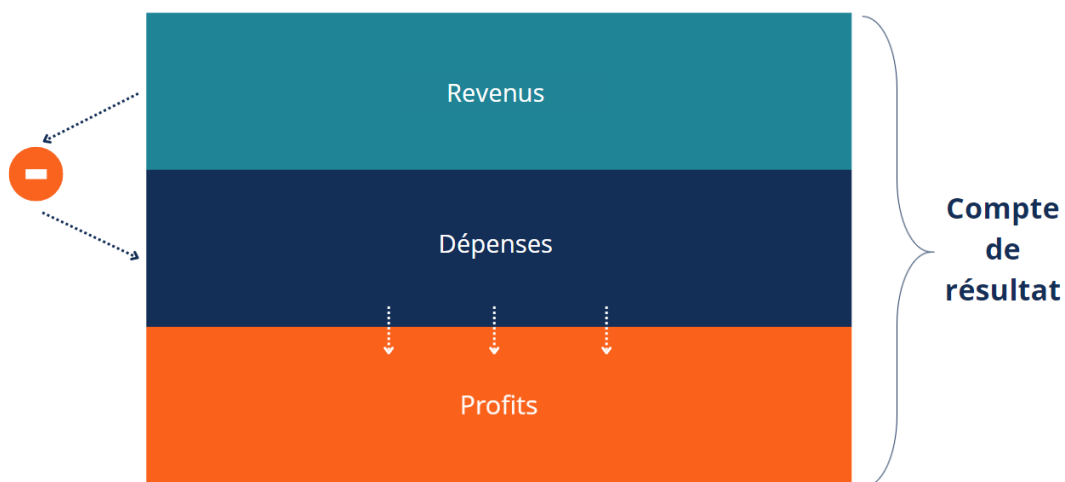


pertinence d'un Business Model, il est essentiel qu'il soit rentable, ce que l'entrepreneur peut garantir grâce aux prévisions financières (Aguettant N., 2022).

## Documents financiers

### Le compte de résultat

Le compte de résultat est un état financier essentiel qui expose les bénéfices et les pertes d'une entreprise sur une période donnée. Il est calculé en déduisant toutes les dépenses, tant opérationnelles que non opérationnelles, des revenus générés par les activités de l'entreprise (**Figure n°- 4**) (CFI Team, 2019).



**Figure n°- 4** : Principe synthétique du compte de résultat

**Source** : [Income Statement - Definition, Explanation and Examples \(corporatefinanceinstitute.com\)](https://www.corporatefinanceinstitute.com)

Outre sa contribution à l'évaluation de la santé financière actuelle de l'entreprise, la compréhension du compte de résultat permet d'anticiper les opportunités à venir, d'orienter la stratégie de l'entreprise et d'établir des objectifs pertinents. Cette compréhension approfondie permet ainsi de guider les décisions stratégiques en matière de gestion des ressources, assurant ainsi le développement durable de l'entreprise à long terme. (Stobierski T., 2020a).

## Le flux de trésorerie

Un tableau des flux de trésorerie est un état financier qui synthétise les mouvements de fonds d'une entreprise en provenance de ses activités courantes et de ses sources d'investissement externes (Hayes A., 2023). Il offre une vision globale des entrées et sorties de trésorerie au cours d'une période donnée, en mettant en évidence trois principaux canaux : les activités d'exploitation, d'investissement et de financement (**Figure n°- 5**) (Gunnars C.).

Les activités d'exploitation reflètent les flux de trésorerie générés après la réalisation des ventes et la prise en compte des dépenses liées à l'activité principale de l'entreprise. Les activités d'investissement concernent les flux de trésorerie résultant de l'achat ou de la vente d'actifs. Enfin, les activités de financement englobent les flux de trésorerie provenant des sources de financement par emprunt ou par émission d'actions (Stobierski T., 2020b).



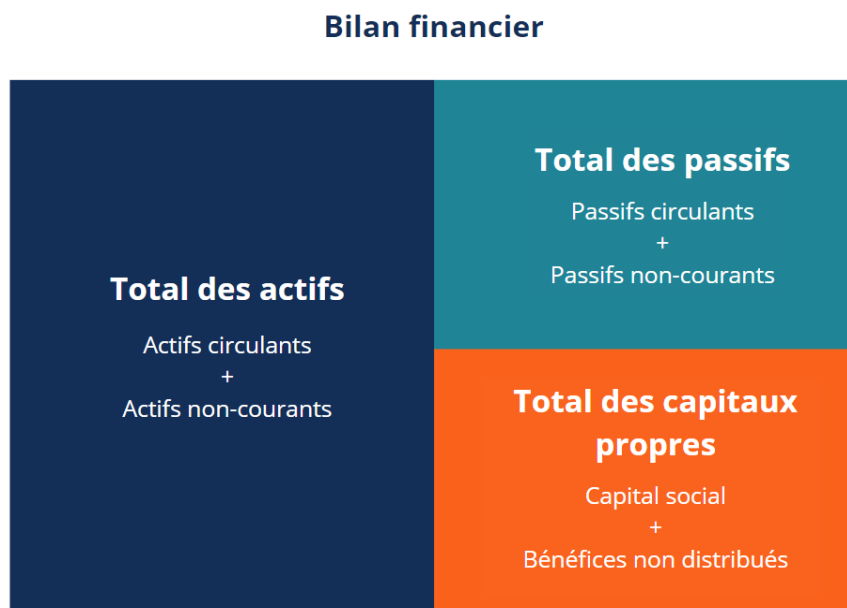
**Figure n°- 5** : Principe synthétique du flux de trésorerie

**Source** : [Statement of Cash Flows: Free Template & Examples \(corporatefinanceinstitute.com\)](https://www.corporatefinanceinstitute.com)

Le tableau des flux de trésorerie facilite la détermination des flux de liquidités engendrés par les diverses activités, permettant ainsi de prendre des décisions commerciales éclairées à partir de l'analyse des états financiers (Hayes A., 2023).

## Le bilan financier

Le terme "bilan" désigne un état financier qui présente, à une date précise, l'actif, le passif et les capitaux propres d'une entreprise. Les bilans sont utilisés pour calculer les rendements pour les investisseurs et évaluer la structure du capital d'une entreprise (Fernando J., 2023). Ils reposent sur l'équation fondamentale suivante : Actif = Passif + Capitaux propres (**Figure n°- 6**) (CFI Team, 2023).



**Figure n°- 6** : Principe synthétique du bilan financier

**Source** : [Balance Sheet - Definition & Examples \(Assets = Liabilities + Equity\)](#)  
([corporatefinanceinstitute.com](http://corporatefinanceinstitute.com))

En complément du tableau des flux de trésorerie et du compte de résultat, les bilans permettent de fournir une vision globale et détaillée des aspects financiers de votre organisation sur une période donnée. En évaluant la situation financière de votre entreprise, les parties prenantes clés disposent d'une feuille de route informative quant au potentiel et à la rentabilité de votre entreprise (Stobierski T., 2020c).

L'entrepreneuriat, en effet, n'est pas une voie aisée. Il s'agit d'un parcours moins emprunté, plus risqué. Il comporte un taux d'échec plus élevé, une instabilité financière, des inconnues et une concurrence féroce. Contrairement à ce que

beaucoup prétendent, il est extrêmement difficile de créer une entreprise prospère (Hasa I., 2022).

## ii) Les contraintes et leviers de la démarche entrepreneuriale

### **Les contraintes**

#### *Contraintes psychologiques*

Il n'est donc guère surprenant de constater que 72 % des entrepreneurs sont touchés par des problèmes de santé mentale selon l'étude Freeman et al. (2018) (Lin Y., 2023), tandis que cette proportion est de 48 % parmi les non-entrepreneurs. Avec une estimation de 582 millions d'entrepreneurs dans le monde, cette situation exerce un impact significatif sur environ 8 % de la population mondiale (Hasa I., 2022). Pour la plupart des entrepreneurs, la principale difficulté réside dans le franchissement du premier pas, que cela implique la cessation d'un emploi ou simplement l'annonce de l'entreprise au monde et à l'entourage, ainsi que l'engagement financier qui en découle (Cremades A., 2019). Une fois l'aventure entrepreneuriale entamée, la surcharge de travail devient l'un des défis majeurs auxquels les entrepreneurs doivent faire face. Ils ont tendance à ne pas comptabiliser leurs heures, ce qui réduit considérablement le temps passé avec leurs proches et leurs amis. Initialement, cette surcharge peut sembler tolérable, mais à long terme, elle finit par avoir un impact néfaste sur l'esprit entrepreneurial (*Kiwili*). Ainsi, la vie d'un entrepreneur n'est guère enviable, du moins dans les premiers temps. Les moments de découragement surviennent rapidement dès lors que les choses ne vont pas comme prévu, ou lorsque la croissance de l'entreprise ne correspond pas à nos attentes. Le doute s'installe, et l'envie d'abandonner se fait ressentir (SBA Compta, 2018).

#### *Contraintes financières*

De nombreux projets de création d'entreprise se trouvent abruptement interrompus en raison d'un manque de financement. En réalité, un grand nombre d'entrepreneurs ne se questionnent pas suffisamment tôt sur leur capacité financière, pourtant l'une

des premières interrogations qu'un entrepreneur devrait se poser lorsqu'il envisage des besoins de financement (Facon P., 2021b). En effet, pour démarrer ou développer une entreprise, il est essentiel d'établir un budget prévisionnel permettant d'évaluer les besoins de financement selon différents scénarios de croissance. Il est nécessaire d'estimer la somme requise pour combler l'écart entre les sorties de trésorerie (telles que les dépenses courantes comme les loyers, les salaires, les achats, les stocks, etc.) et les entrées de trésorerie (c'est-à-dire les encaissements) (SBA Compta, 2018). Plusieurs facteurs peuvent expliquer cet obstacle, notamment le manque d'apport personnel, les refus de prêts bancaires professionnels et les difficultés à mobiliser les fonds nécessaires (Les Echos Solutions, 2022). De nombreux entrepreneurs ne sont pas suffisamment informés des aides auxquelles ils peuvent prétendre dans le cadre de leur projet. L'accès à ces aides et subventions est un processus complexe, avec divers dispositifs disponibles et leur attribution est souvent décidée par un comité. Ainsi, la constitution d'un dossier solide est préalablement requise (Facon P., 2021b). Lorsque les entrepreneurs parviennent à réussir, il est fréquent qu'ils contractent des dettes excessives pour financer le lancement de leur entreprise. Quel que soit le mode d'endettement employé, de telles situations peuvent avoir des conséquences significatives à court et à long terme sur l'entreprise (Beaver S., 2020). L'ensemble de ces événements peuvent résulter à une lourde charge financière sur les épaules de l'entrepreneur.

### *Contraintes légales/réglementaires*

#### Risques liés aux propriétés intellectuels

Lorsqu'il s'agit d'entreprendre, de nombreuses start-ups méconnaissent les risques potentiels liés à la propriété intellectuelle (*FasterCapital*, 2023). Violations, contrefaçons et partage d'informations surviennent fréquemment sur le chemin de l'entrepreneur. Ces situations à risques comprennent plus précisément (Boulley A., 2021) :

- La violation des droits de propriété intellectuelle, où le choix d'un nom de produit ou d'une entreprise peut entrer en conflit avec une autre entité (*FasterCapital, 2023*).
- La violation de brevet impliquant l'exploitation d'une invention sans l'autorisation du détenteur du brevet (*FasterCapital, 2023*).
- La contrefaçon caractérisée par l'utilisation d'une marque pour commercialiser des produits, portant ainsi préjudice au propriétaire légitime (Boulley A., 2021).
- Le partage de secret professionnel résultant de la divulgation non autorisée d'informations confidentielles ou de procédés (Boulley A., 2021).

### Risques liés au statut juridique de l'entreprise

Lorsque les entrepreneurs s'attèlent à choisir une structure juridique, ces derniers sont confrontés à diverses options qui déterminent les fondements de leurs démarches, englobant les aspects fiscaux, la responsabilité, les documents requis et autres considérations essentielles. Dans cette perspective, la compréhension des avantages et des inconvénients inhérents à chaque structure juridique est alors impérative permet d'appréhender les risques survolant l'entreprise dans son ensemble, tels que la fraude ou les pratiques dénuées d'éthique (*Wolters Kluwer, 2016*).

### Risques réglementaires inhérents au domaine de la santé

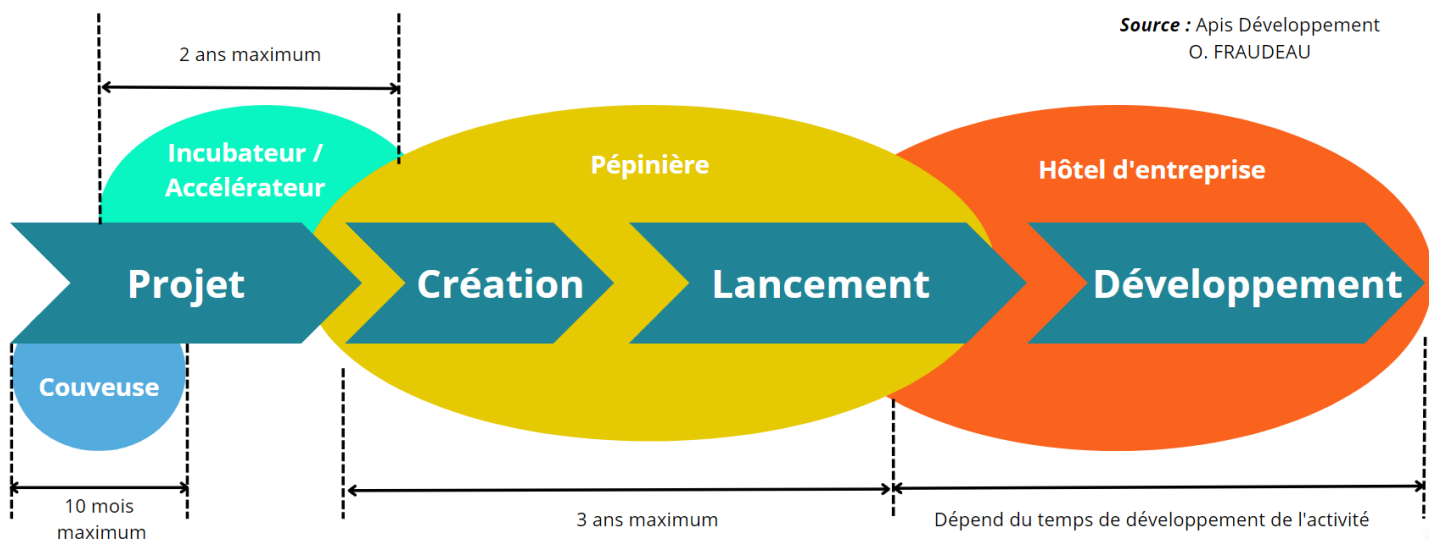
Le domaine de la santé est caractérisé par une réglementation rigoureuse, figurant parmi les plus exigeantes (Clarke J., 2022). Les jeunes entreprises opérant dans ce secteur font face à un défi majeur, celui de naviguer à travers la complexité et l'évolution incessante des réglementations et des exigences en matière de conformité (Boutaoui N., 2023). L'American Hospital Association rapporte, à ce titre, que les systèmes de santé et les hôpitaux aux États-Unis doivent respecter pas moins de 629 exigences provenant de quatre agences fédérales (Dunskyi I., 2021). De l'HIPAA (« Health Insurance Portability and Accountability Act ») aux réglementations de la FDA (« Food and Drug Administration ») concernant les

dispositifs médicaux, les startups doivent respecter une multitude de réglementations pour assurer leur activité. En effet, tout manquement à ces réglementations peut entraîner des sanctions financières considérables, des litiges juridiques préjudiciables et une détérioration de la réputation de la jeune entreprise (Boutaoui N., 2023).

## Les leviers

### Structures d'accompagnement

Afin de soutenir les entrepreneurs dans leur processus de création (**Figure n°- 7**) et les premières phases de leur développement, diverses structures se sont organisées pour fournir des ressources (financières, humaines, administratives, réseaux, etc.) aux jeunes entrepreneurs. Grâce à cette assistance, ils peuvent se concentrer pleinement sur leur activité principale, sans se préoccuper des contraintes mineures liées à la création d'entreprises. (SoWeFund, 2018).



**Figure n°- 7** : Principales phases de la création d'entreprise avec les structures d'accompagnements

Source : [Durée d'incubation. Lancez votre startup en 5 semaines, pas 5 mois ! - Les cahiers de l'innovation \(lescahiersdelinnovation.com\)](https://www.lescahiersdelinnovation.com)

## Couveuse

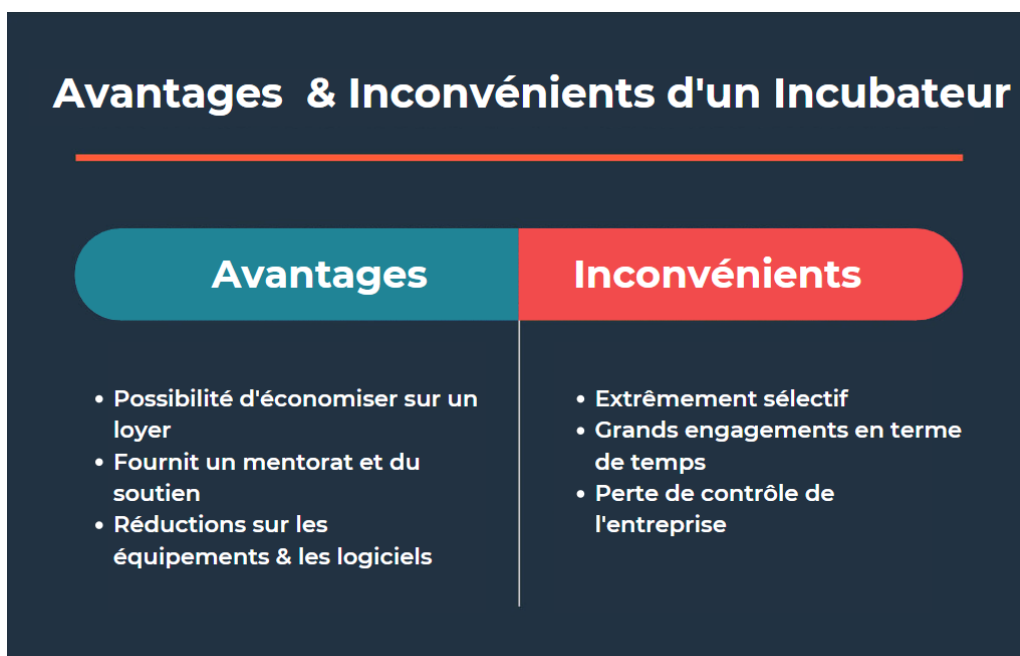
La couveuse d'entreprise représente une solution permettant de mettre à l'épreuve un projet de création d'entreprise à grande échelle pendant une période déterminée. Durant cette période, l'entrepreneur peut réellement facturer, prospecter, acheter et gérer son activité, tout en étant accompagné et en préservant son statut et ses droits préexistants dans un cadre légal (*Wikikrea – Creerentreprise, 2019*). Le concept est simple : tester son projet de création d'entreprise sans renoncer à son statut actuel ni à ses revenus, et sans avoir besoin de s'immatriculer. Grâce à un Contrat d'Appui au Projet d'Entreprise (CAPE), l'entrepreneur rejoint une couveuse et devient un "cuvé" ou "Entrepreneur à l'essai (EAE)" (Ginieres M., 2021). Ce contrat établit le cadre juridique, social et fiscal entre les parties (*Simplitoo, 2022*). En pratique, la couveuse met à disposition son numéro SIRET pour permettre la facturation légale des services, et offre un accompagnement personnalisé, notamment sur les aspects administratifs et comptables, jusqu'à ce que l'entrepreneur crée sa propre structure (Ginieres M., 2021).

## Incubateurs

Pour favoriser la progression d'une entreprise en phase de démarrage par le mentorat et le réseautage, une option envisageable est l'intégration d'un incubateur de startups (*Failory, 2023*). Ces centres spécialisés offrent une assistance aux entreprises émergentes pour surmonter les défis les plus complexes de la gestion (*Hubspot for Start-ups, 2023*). Les incubateurs fournissent aux entrepreneurs un espace de travail, un financement initial, un mentorat et une formation afin de résoudre les problèmes typiquement associés aux startups (Willson N., 2022). Leur objectif principal est d'accompagner les entrepreneurs dans le développement de leur entreprise, en accélérant leur croissance et leur succès grâce à une gamme de ressources et de services de soutien tels qu'un espace physique, des capitaux, un accompagnement, des services partagés et des opportunités de réseautage (Entrepreneur Staff). Les incubateurs sont généralement des organisations à but non lucratif, gérées conjointement par des entités publiques et privées. Souvent affiliés à des universités, certains établissements d'enseignement supérieur, comme



Columbia ou McCombs, permettent à leurs étudiants et anciens élèves de participer à ces programmes. Par ailleurs, d'autres incubateurs sont créés par des gouvernements, des groupes civiques, des organisations de startups ou des entrepreneurs accomplis (Willson N., 2022). Les programmes d'incubation de startups suivent un processus de sélection afin d'assurer une compatibilité mutuelle. Ils peuvent être spécifiques à un secteur d'activité ou ouverts à des startups de tous domaines, en privilégiant les idées commerciales innovantes à fort potentiel de croissance (Failory, 2023). Bien qu'une adhésion à un incubateur de startups présente de nombreux avantages, il convient également de prendre en compte certains inconvénients (Hubspot for Start-ups, 2023) (**Figure n°- 8**).



**Figure n°- 8** : Avantages & Inconvénients d'un Incubateur

Source : [What Is an Incubator? A Complete Guide - HubSpot for Startups](#)

### Accélérateurs

L'idée d'un accélérateur d'entreprises a été introduite en 2005 à Cambridge par Paul Graham et Jessica Livingston avec le premier accélérateur connu sous le nom de "Y Combinator" (*SmallBusinessify*). Depuis lors, ce concept s'est répandu à travers le monde, passant des États-Unis à l'Europe pour ensuite devenir un phénomène mondial (Yahyaoui I., 2019). Un accélérateur d'entreprises est un programme conçu

pour aider les entreprises en développement à bénéficier d'un mentorat, d'investisseurs et d'autres formes de soutien leur permettant de devenir des entreprises stables et autonomes (*BDC*). Les startups impliquées bénéficient d'une immersion intense dans l'univers de l'entrepreneuriat et de l'innovation afin de transformer rapidement leur entreprise et de la rendre attractive pour des investissements majeurs. L'objectif principal de ces accélérateurs est de garantir la croissance exponentielle de ces entreprises (100 Open Startups, 2018). Bien que les incubateurs d'entreprises et les accélérateurs de startups offrent tous deux un soutien et un mentorat aux entreprises en phase de démarrage, il existe des différences fondamentales entre ces deux modèles de développement d'entreprises (**Figure n°- 9**) (MasterClass, 2021).



**Figure n°- 9** : Différences et Similitudes entre un Incubateur et un Accélérateur

Source : [What Is an Incubator? A Complete Guide - HubSpot for Startups](#)

### Pépinières d'entreprises

Apparues aux États-Unis au début des années 1980, les pépinières d'entreprises sont des structures publiques (Pôle Emploi) destinées à accueillir, héberger et accompagner les entrepreneurs dans le développement de leur nouvelle activité

(Portail – Auto-entrepreneur, 2023). Elles offrent un environnement propice au succès de l'entreprise (Guide Création d'Entreprise) grâce à la mise en réseau, au partage et à la mutualisation des coûts (Wikikrea – Creerentreprise, 2023). Les pépinières d'entreprises fournissent des bureaux, des salles de réunion et d'autres services spécifiques (Guide Création d'Entreprise). Elles conseillent les porteurs de projets, facilitent l'accès aux financements et favorisent l'intégration dans les réseaux professionnels.

Ces pépinières accueillent des projets entrepreneuriaux à différents stades de maturité (Guide Création d'Entreprise), allant des porteurs de projet en recherche de financements ou en élaboration de leur plan d'affaires, aux entreprises nouvellement immatriculées et celles en phase de développement. Leur objectif principal est de faciliter la création d'entreprise en offrant des solutions concrètes aux porteurs de projet et aux jeunes entreprises (Wikikrea – Creerentreprise, 2023).

### Hôtels d'entreprises

L'hôtel d'entreprise est une solution d'hébergement destinée aux entreprises plus matures, souvent celles ayant plusieurs années d'existence et ayant achevé leur période en pépinière. Bien qu'elles bénéficient toujours d'un environnement dynamique en côtoyant d'autres entreprises en accélération, les hôtels se concentrent principalement sur l'hébergement plutôt que sur l'accompagnement. Les entrepreneurs installés en hôtel ont déjà acquis suffisamment d'expérience et de données sur leur activité pour poursuivre leur croissance de manière plus autonome (Wacano, 2021).

## Partie II : L'origine du jeune entrepreneur

### a) L'influence des facteurs externes sur le développement de l'entrepreneur

#### i) L'implication du cercle parental dans l'entrepreneuriat

## **L'influence de la génétique**

Wyrwich (2015) expose un premier postulat par lequel la présence d'un gène expliquerait la corrélation intergénérationnelle dans le choix entrepreneurial. En effet, les *études jumelles* récentes menées par Nicolaou et al. 2008, Zhang et al. 2009, Nicolaou et Shane 2010, Nicolaou et Shane 2011, Koellinger et al. 2012 ont démontré que 40% de la variance dans les choix d'entrepreneuriat s'explique par les gènes (Lindquist et al., 2014). Lors de leur première étude sur l'influence des facteurs génétiques sur la tendance entrepreneuriale, Nicolaou et al. (2008) ont constaté que la tendance naturelle des individus britanniques à entreprendre est héréditaire à hauteur de 0,37-0,42 soit 37%-42%.

En partant de ce constat, ils supposent que les facteurs génétiques sont exogènes (les facteurs génétiques peuvent affecter l'entrepreneuriat, mais l'entrepreneuriat ne peut pas affecter les facteurs génétiques), il est alors possible d'attribuer la causalité à la relation. Autrement dit, les facteurs génétiques rendent certaines personnes plus susceptibles que d'autres de devenir entrepreneurs (Nicolaou et al., 2008).

Nicolaou et al. (2010) supposent par la suite que « parce que les différences génétiques entre les populations de différents pays sont relativement faibles, des effets génétiques similaires devraient exister aux États-Unis ». Effectivement, les résultats de l'analyse de modélisation génétique pour les intentions entrepreneuriales indiquent une estimation d'héritabilité de 0,42 soit 42%. Ce résultat affirme que les facteurs génétiques ont un effet substantiel et statistiquement significatif sur les intentions entrepreneuriales. Par ailleurs, ces données sont conformes aux résultats de l'étude précédente de Nicolaou & al. (2008) confirmant alors l'héritabilité de l'intention entrepreneuriale quel que soit la nature de l'échantillon (Nicolaou et al., 2010).

Cependant, d'après l'étude de Lindquist et al. (2015) dans Ferrando-Lattore et al. (2019), l'examen des données suédoises révèle que les facteurs postnataux étaient deux fois plus importants que les facteurs prénatals bien qu'ils étaient significatifs.

## **Le rôle des modèles parentaux**

## *Modélisation par les rôles*

Lorsque interrogés sur les raisons de la création de leur entreprise, les entrepreneurs citent souvent l'influence significative d'autres personnes. Ces personnes, qui peuvent être des entrepreneurs renommés, d'anciens collègues ou des membres de la famille, jouent un rôle de modèle comme l'affirment Bosma et al. (2012) cités dans Abbasianchavari & Moritz (2021). Tkachev and Kolvereid (1999) suggèrent alors, à travers Nguyen & Cuong (2018), que le modèle de rôle implique un apprentissage par l'exemple plutôt que par l'expérience directe. Scherer et al. (1991) soulignent dans l'étude Abbasianchavari & Moritz (2021) que les parents sont les modèles de rôle et de carrière les plus influents, agissant comme des modèles précoces dans l'acquisition de valeurs sociales, d'habitudes et d'attitudes.

Des recherches antérieures suggèrent que le fait d'avoir des parents entrepreneurs influence les intentions entrepreneuriales des enfants (par exemple, Geldhof et al., 2014 ; Chlosta et al., 2012 ; Wang et Wong, 2004 ; Laspita et al., 2012 ; Saeed et al., 2014 ; Criaco et al., 2017 ; Andersson et Hammarstedt, 2011 ; Niittykangas et Tervo, 2005 ; Zapkau et al., 2015 cités dans Abbasianchavari & Moritz, 2021).

En outre, avoir des modèles est également un facteur important dans le désir de créer une entreprise expliquent Birley et Westhead (1994) dans Nguyen & Cuong (2018), et que les parents indépendants sont particulièrement pertinents en tant que mentors et guides pour les enfants qui créent leur propre entreprise (Matthews et Moser, 1995 dans Nguyen & Cuong, 2018).

Les travaux de Dohse et Walter (2012) exposés dans l'article Abbasianchavari & Moritz (2021) démontrent que les modèles de rôle favorisent le transfert de connaissances explicites et fournissent un savoir-faire et un savoir-être qui influencent les intentions entrepreneuriales. C'est en ce sens que le modèle parental est considéré comme le facteur familial le plus significatif sur l'intention entrepreneuriale selon Mueller (2006) dans Nguyen & Cuong (2018). Ainsi, Mitchell et Krumboltz (1984) postulent dans la recherche d'Abbasianchavari & Moritz (2021) que les modèles de rôle jouent un rôle crucial dans la formation des intentions et des choix de carrière.

## *Persuasion sociale*

Dans le processus de transmission mentionné précédemment, la communication au sein de la famille constitue un élément essentiel (Antawati, 2016). Selon Bryant et al. (2006) dans Bloemen-Bekx et al. (2019), cette communication intergénérationnelle est principalement soutenue par la confiance mutuelle, les obligations et les attentes. Eccles et al. (1993) affirment que les parents peuvent encourager et soutenir les préférences et les intérêts de leurs enfants en les incitant à développer des compétences spécifiques (Bloemen-Bekx et al., 2019). Ainsi, dès la petite enfance, les parents fournissent un soutien, des encouragements et des attentes claires, permettant aux enfants de développer un sentiment de compétence (Antawati, 2016).

En plus de la préférence parentale explicite, Dabney et al., 2013 suggèrent que les activités de persuasion implicites peuvent également encourager les intentions de carrière (Bloemen-Bekx et al., 2019). Selon Bandura (1977), cité dans l'étude de Bloemen-Bekx et al. (2019), la persuasion sociale se réfère au niveau d'encouragement donné par les parents à leurs enfants concernant un parcours professionnel spécifique. Ainsi, les parents apprennent puis persuadent leurs enfants qu'ils ont les capacités nécessaires pour devenir entrepreneurs (Bloemen-Bekx et al., 2019). La communication entre les parents et les enfants vise à transmettre et à inculquer les valeurs de l'entrepreneuriat (Antawati, 2016). Lorsque la source de persuasion est un modèle de confiance et de réussite, comme des parents entrepreneurs, l'effet de la persuasion sociale est plus profond (Bloemen-Bekx et al., 2019).

Selon Hill et Taylor (2004), une communication efficace et appropriée se produit lorsque les parents sont également impliqués dans les activités de leurs enfants (Antawati, 2016). En effet, Bloemen-Bekx et al. (2019) indiquent que les parents ne se contentent pas de donner des conseils, mais donnent également l'exemple et prennent le temps de comprendre les besoins de l'enfant, favorisant ainsi l'acceptation des valeurs transmises (Bloemen-Bekx et al., 2019). Des lignes de communication ouvertes entre parents et enfants permettent aux parents d'être une source précieuse d'informations sur les carrières (Young et al., 1997 dans Bloemen-Bekx et al., 2019).

Dans une étude récente menée par Garcia-Rodriguez et al. (2022), il a été constaté que le contrôle comportemental perçu, c'est-à-dire la perception des parents quant à la capacité de leurs enfants à devenir entrepreneurs, a le plus grand impact sur l'intention de soutenir le comportement entrepreneurial des enfants. D'après Young et al. (2006), les parents utilisent des activités intentionnelles, orientées vers un objectif et liées à la carrière pour influencer subtilement leurs enfants (Bloemen-Bekx et al., 2019). Ainsi, la persuasion sociale se manifeste sous différentes formes, implicites et explicites (Bloemen-Bekx et al., 2019). Cependant, selon Bandura (1982) et Boyd et Voikis (1994) cités dans l'étude de Bloemen-Bekx et al. (2019), l'effet de la persuasion sociale sur les intentions entrepreneuriales est moins puissant que l'apprentissage par observation indirecte.

## ii) L'impact de l'éducation sur les activités entrepreneuriales

Ces dernières décennies ont été marquées par des développements importants dans le domaine de l'éducation à l'entrepreneuriat, convaincant de nombreux acteurs mondiaux que les activités entrepreneuriales sont étroitement liées à une croissance économique accrue (Ali et al., 2021). Cette vision est soutenue par Suratno et al. (2019), qui considèrent l'éducation à l'entrepreneuriat comme un facteur clé pour former de nouveaux entrepreneurs qui joueront un rôle dans la promotion de la croissance économique et du développement durable (Suratno et al., 2019).

Aujourd'hui, l'enseignement de l'entrepreneuriat est reconnu comme une matière à part entière, permettant aux étudiants d'acquérir des connaissances techniques sur la création d'une entreprise de manière plus sûre, comme le soulignent Samo et Hashim (2015) dans Ali et al. (2021). Haris & Rahman (2017) mettent en évidence le rôle essentiel de l'entrepreneuriat dans le développement des compétences critiques des étudiants, leur permettant de penser de manière critique et d'identifier les opportunités dans leur environnement grâce à leur esprit innovant (Ali et al., 2021).

Dans presque tous les pays, y compris les universités, de nombreux établissements d'enseignement ont intégré l'enseignement de l'entrepreneuriat pour former de nouveaux leaders entrepreneuriaux. Par exemple, au cours des trois dernières

décennies, le nombre de programmes de formation à l'entrepreneuriat a été multiplié par dix aux États-Unis et dans d'autres pays, selon Spiteri et Maringe (2014) cités dans Suratno et al. (2019).

Selon DeTienne et Chandler (2004) cités dans Suratno & al. (2019), l'enseignement de l'entrepreneuriat consiste à transférer des connaissances et à discuter de la gestion des entreprises aux étudiants, en leur offrant un aperçu de la création d'entreprises. Ekpoh & Edet (2011) et Keat et al. (2011), comme décrit dans Love Moses et al. (2020), le définissent comme l'ensemble des conférences, des programmes d'études ou des cours visant à fournir aux étudiants les compétences entrepreneuriales nécessaires, les connaissances et les aptitudes nécessaires pour poursuivre une carrière entrepreneuriale.

Nabi et al. (2017) soulignent que l'objectif de l'enseignement de l'entrepreneuriat est d'aider les étudiants à accroître leurs chances de réussite dans leur entreprise et à améliorer les opportunités de carrière qu'ils peuvent choisir (Suratno et al., 2019). Cela indique que l'enseignement de l'entrepreneuriat ne se limite pas à la création immédiate de nouvelles entreprises, mais vise également à acquérir les compétences nécessaires pour envisager de manière prospective une carrière dans l'entrepreneuriat (Love Moses et al., 2020). Cela rejoint l'idée de Kirkley (2017) cité dans Suratno et al. (2019), selon laquelle l'enseignement de l'entrepreneuriat peut légitimer l'entrepreneuriat en tant que choix de carrière viable et favoriser une culture entrepreneuriale parmi les étudiants.

## b) L'influence des facteurs individuels sur le développement de l'entrepreneur

### i) La mentalité d'un entrepreneur

Lorsqu'une personne se lance sur le chemin de l'entrepreneuriat, cette dernière commence une véritable aventure. Un plan, un parcours et des étapes ont été élaborés, prêts à être franchis successivement. Cependant, la réalité demeure incertaine quant à l'apparence du chemin à venir. Les surprises, bonnes et moins bonnes, sont impossibles à anticiper. Dans de telles circonstances, il est essentiel de



puiser en soi les ressources nécessaires pour garder le contrôle de la situation, quelles que soient les difficultés rencontrées. C'est à ce moment que l'état d'esprit se révèle être l'atout le plus important (Cassar J., 2020). Le dictionnaire de l'American Psychological Association définit cet état comme un « état d'esprit qui influence la façon dont les gens pensent à leurs activités dirigées vers un but et les mettent en œuvre d'une manière qui peut systématiquement favoriser ou entraver un fonctionnement optimal » (*American Psychological Association (APA)*). En somme, il s'agit d'un conditionnement mental visant à atteindre les objectifs fixés (Vidal M., 2020). Parmi les nombreuses qualités caractérisant cet état d'esprit, quelques-unes sont considérées comme étant essentielles.

### **La Passion**

Dans la pratique de l'entrepreneuriat, la passion occupe une place prépondérante. Depuis les premiers écrits de Schumpeter (1951), les comportements entrepreneuriaux qui défient les explications rationnelles, tels que la prise de risque non conventionnelle, l'intensité de la concentration et la croyance en un rêve inébranlable, ont été expliqués par la passion, évoquée par les chercheurs et les praticiens (Cardon et al., 2009). Selon Cardon et al. (2009, 2013) cités dans Adomako & Ahsan (2022), la passion est considérée comme le moteur qui alimente la poursuite des objectifs et permet aux entrepreneurs de surmonter les difficultés rencontrées au cours du processus entrepreneurial. Dans l'étude de Newman et al. (2021), Cardon et al. (2009) définissent la passion comme des sentiments positifs intenses, accessibles consciemment, ressentis lors de l'engagement dans des activités entrepreneuriales liées à des rôles significatifs et saillants pour l'identité personnelle de l'entrepreneur. Cardon (2008) identifie deux éléments clés dans cette définition : la durabilité des sentiments positifs et intenses dans le temps, plutôt que des réponses épisodiques ou immédiates à l'environnement, et leur lien avec des objets liés à l'entreprise qui ont une signification identitaire pour l'entrepreneur. La passion entrepreneuriale, enracinée dans l'identité des entrepreneurs, est réputée pour influencer fortement leur volonté de s'engager dans des activités entrepreneuriales spécifiques (Cardon et al., 2009; Murnieks et al., 2020; Murnieks et al., 2014 cités dans Adomako & Ahsan, 2022). Selon Cardon (2005) dans Newman (2021), un fort attachement de l'entrepreneur peut conduire à réagir à des

indices de l'entreprise que d'autres ne remarqueraient pas, à ressentir chaque difficulté de la nouvelle entreprise et à prendre personnellement chaque attaque contre elle. Les preuves empiriques issues des travaux d'Adomako & Ahsan (2022) démontrent que la passion influence les cognitions et les comportements entrepreneuriaux, confirmant ainsi son importance dans la motivation entrepreneuriale (Warnick et al., 2018 dans Zhao et al., 2021).

### **La Motivation**

La motivation entrepreneuriale est considérée par Carsrud et Brännback (2011) comme le principal prédicteur de la participation d'un individu au processus entrepreneurial, étant donné que l'entrepreneuriat est un phénomène axé sur l'action (Mahto & McDowell, 2018). Naffziger et al. (1994) soulignent l'importance de répondre aux questions sur les raisons qui poussent les individus à créer des entreprises, car cela permet de comprendre la motivation dont les entrepreneurs font preuve pendant la phase de démarrage et son lien avec le comportement durable qui se manifeste par la suite (Taormina & Lao, 2007). Dans cette perspective, Shane et al. (2003) affirment, à travers l'étude de Mahto & McDowell (2018), que la compréhension du développement de la motivation humaine, c'est-à-dire la motivation entrepreneuriale, est essentielle pour expliquer qui s'engage dans des opportunités entrepreneuriales. La motivation, telle que définie par Mitchell & Daniels (2003) dans Kah et al. (2022), est un ensemble de forces dynamiques qui émanent des individus, tant de leur intérieur que de leur environnement, et qui initient un comportement en en déterminant la direction, l'intensité et la durée. Cette motivation entrepreneuriale, perçue comme un élan intérieur vers des objectifs entrepreneuriaux, est considérée par Baum et al. (2007) dans "The Psychology of Entrepreneurship" comme un moteur qui dynamise, guide et soutient la création et la croissance de nouvelles entreprises. Alan et al. (2011) proposent une division de la théorie de la motivation entrepreneuriale en deux écoles, l'une basée sur l'économie et l'autre sur la psychologie (Su et al., 2020).

- Du point de vue économique, la motivation entrepreneuriale implique différents niveaux de récompenses monétaires, tels que l'amélioration des revenus ou des gains personnels, l'obtention d'une sécurité économique à

long terme et le maintien d'un niveau de revenu qui garantit l'indépendance vis-à-vis d'un employeur, nourrissant ainsi le besoin d'indépendance ou de liberté personnelle (Cachon et al., 2013).

- Les perspectives psychologiques ou personnelles de la motivation entrepreneuriale comprennent le désir d'atteindre l'autonomie en prenant le contrôle de sa vie, une plus grande liberté de choix personnels, ainsi qu'un ensemble de récompenses psychologiques liées à la satisfaction personnelle, à l'amélioration et à la croissance individuelles, à l'accomplissement d'activités appréciées ou à la reconnaissance sociale (Cachon et al., 2013).

Selon Chukwuemeka (2006), cité par Ijeoma et al. (2020), la compréhension des motivations est essentielle pour appréhender le comportement, les actions et les choix des entrepreneurs. Les résultats de l'étude menée par Ijeoma et al. (2020) indiquent clairement que les motivations entrepreneuriales influencent le comportement des entrepreneurs en renforçant leur action en faveur de l'adaptabilité, de la résilience et, par conséquent, de la survie de leur entreprise.

### **La Résilience**

Les entrepreneurs sont régulièrement confrontés à des événements imprévus pouvant mettre en péril la survie de leur entreprise, tels que des crises financières, des innovations technologiques ou l'entrée de nouveaux concurrents sur le marché. Par conséquent, les échecs et les revers font partie intégrante du quotidien des entrepreneurs, nécessitant ainsi la capacité d'anticiper les menaces potentielles, de réagir efficacement aux situations critiques et de s'adapter à des environnements changeants (Duchek, 2017).

La nature urgente de l'adversité et des événements incertains, comme la pandémie de COVID-19, exige une résilience permettant de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies visant à surmonter ces crises. Des études antérieures démontrent que la résilience des entrepreneurs contribue à la survie et à la réussite des entreprises (Ayala et Manzano, 2014 ; Hartmann et al., 2022 ; Smith et al., 2022 cités dans Santos et al., 2023).

Awotoye & Singh (2017) la définissent comme la capacité à surmonter les défis entrepreneuriaux et à persévérer dans le processus entrepreneurial face à des situations défavorables et des résultats inattendus, en se basant sur les décisions prises par un entrepreneur. En effet, les études de Hobfoll et al. (2002, 2007) suggèrent que la résilience peut être considérée comme une ressource que les individus peuvent mobiliser en période de stress (Santoro et al., 2020).

Selon Folkman et Moskowitz (2000) et Tedeschi et Calhoun (2004), lorsque les entrepreneurs sont capables de faire preuve de résilience, ils sont mieux préparés pour affronter leur environnement hostile (Santoro et al., 2020). Westphal et Bonanno (2007) soutiennent que la résilience favorise l'émergence de résultats positifs face à l'adversité (Santoro et al., 2020). Il a été finalement suggéré par Santoro et al. (2020) que la résilience des entrepreneurs repose sur une propension élevée à rechercher des alternatives et à trouver des solutions créatives afin de surmonter les conditions défavorables.

### **La Créativité**

D'après Okpara (2007), la créativité et l'innovation sont des éléments centraux de l'esprit entrepreneurial, constituant ainsi une voie d'accès à un entrepreneuriat astucieux (Petrakis & Kafka, 2016). La créativité peut être définie comme la capacité à produire des solutions nouvelles, originales et appropriées, tel que mentionné par Sternberg et al. (1988, 1999 et 2005) dans Lin & Nabergoj (2014). Le lien entre la créativité et l'esprit entrepreneurial remonte à la conception de Schumpeter (1942), qui considère l'entrepreneur comme celui qui combine ou recombine des ressources vitales pour répondre aux besoins du marché et détruit de manière créative l'ordre économique préexistant (Lin & Nabergoj, 2014).

Selon Lee et al. (2004), l'activité entrepreneuriale requiert un environnement propice à l'épanouissement de la créativité et de l'innovation, en plus d'un climat d'affaires favorable (Petrakis & Kafka, 2016). Toutefois, Petrakis & Kafka (2016) soulignent que la créativité, qui diffère de l'innovation en tant que créativité appliquée, est considérée comme la mise en commun de toutes les idées brillantes et la réflexion sur les moyens de les concrétiser. La créativité constitue la source fondamentale de

l'innovation et peut conduire à la création de nouvelles entreprises ainsi qu'à l'amélioration des produits existants, renforçant ainsi l'efficacité et la compétitivité des entreprises (Ko & Butler, 2007).

La créativité a également été étroitement liée à la capacité d'identification des opportunités et à l'intention d'entreprendre, comme en témoignent les études de Krueger (1998) et DeTienne & Chandler (2004) dans l'étude de Lin & Nabergoj (2014). Feldman et Bolino (2000) ont découvert que les individus fortement ancrés dans la créativité étaient motivés à devenir indépendants (Lin et Nabergoj, 2014). De plus, Zampetakis et Moustakis (2006) ont démontré que les individus ayant une attitude positive envers leur propre créativité étaient plus susceptibles d'avoir des intentions entrepreneuriales élevées (Lin & Nabergoj, 2014).

### **L'Intention**

Dans le cadre de l'entrepreneuriat, l'intention est définie comme une "conviction reconnue" par chaque individu, témoignant de sa disposition à entreprendre une nouvelle entreprise commerciale et de son engagement continu envers cette réalisation future, selon Ridha & Wahyu (2017) et Thompson (2019) dans Farrukh et al. (2018). En d'autres termes, Ajzen (1991) et Fini et al. (2009), mentionnés dans l'article de Ferreira et al. (2017), définissent l'intention comme une projection personnelle d'actions et d'objectifs futurs visant à développer sa propre entreprise. Pour comprendre les mécanismes qui influencent les intentions entrepreneuriales des individus, les chercheurs ont souvent recours à un concept psychosociologique bien établi, la théorie du comportement planifié développée par Wach & Wojciechowski (2016) au milieu des années 1980, comme le souligne Ajzen (1987, 2011).

Selon ce modèle, les intentions sont influencées par des facteurs tels que l'attitude envers le comportement, la norme sociale et le contrôle perçu du comportement (Ridha et al., 2017).

- L'attitude envers le comportement reflète l'évaluation favorable ou défavorable qu'un individu porte sur quelque chose.

- La norme sociale représente la pression sociale ressentie pour accomplir un acte ou se comporter d'une certaine manière.
- Le contrôle perçu du comportement fait référence à la perception de la facilité ou de la difficulté qui découle de l'expérience passée et de l'anticipation des obstacles et des barrières.

Ainsi, selon la littérature de Galanakis & Giourka (2017), les modèles d'intention jouent un rôle central dans la compréhension des comportements et des actions des individus (Hueso et al., 2020). Par conséquent, une intention plus forte de réaliser un comportement se traduit généralement par une probabilité plus élevée de le concrétiser, comme l'a souligné Ajzen (1991) dans (Hueso et al., 2020). Dans le contexte de l'entrepreneuriat, une attitude favorable envers l'entrepreneuriat, un environnement propice à l'entrepreneuriat et la capacité d'agir en tant qu'entrepreneur sont des éléments qui renforcent l'intention de poursuivre une carrière entrepreneuriale selon les travaux de Kautonen et al. (2013) ; de Lin'an et al. (2011) et de Tung et al. (2020) mentionnés dans Martins et al. (2021).

## ii) Le modèle comportemental du jeune entrepreneur

### **Identification des opportunités entrepreneuriales**

Selon Sarasvathy et al. (2003) et Miller (2007), la reconnaissance des opportunités par les entrepreneurs peut être catégorisée de trois manières différentes : (1) la reconnaissance des opportunités consiste à relier des produits existants à la demande existante afin d'exploiter une opportunité déjà identifiée ; (2) la découverte d'opportunités débute avec une offre connue et se poursuit par la recherche d'une demande inconnue, ou part d'une demande connue qui incite à la recherche d'une offre inconnue ; et (3) la création d'opportunités se produit lorsque ni l'offre ni la demande n'existent avant l'action entrepreneuriale - l'entrepreneur participe à la création des deux (H. Dyer et al., 2008). L'étude de Short et al. (2010) démontre clairement que l'entrepreneuriat est impossible sans opportunité (Ramezanzpour et al., 2014). De manière générale, selon Holcombe (2003) et Cohen & Winn (2007), les opportunités émergent des changements environnementaux auxquels un individu

est confronté. Ces changements créent un déséquilibre que l'individu peut exploiter (Mary George et al., 2014). Selon la perspective schumpétérienne, un individu peut potentiellement exploiter des opportunités technologiques, politiques et réglementaires, ainsi que sociales et démographiques, comme le mentionnent Casson (2005) et Saemundsson & Holmén (2011) dans Mary George et al. (2014). Eckhardt et Shane (2003) définissent alors les opportunités entrepreneuriales comme des situations dans lesquelles de nouveaux biens, services, matières premières, marchés et méthodes d'organisation peuvent être introduits par la création de nouveaux moyens, fins ou relations moyens-fin (Ramezanzpour et al., 2014). Selon Singh (2001), une opportunité entrepreneuriale est une entreprise potentielle réalisable et rentable qui propose un nouveau produit ou service innovant sur le marché, améliore un produit/service existant ou imite un produit/service rentable sur un marché non saturé (Barucic & Umihanic, 2016). L'ensemble du processus de reconnaissance des opportunités débute par l'idée de l'entrepreneur et se poursuit par l'évaluation de la faisabilité de cette idée et les incertitudes liées à sa mise en œuvre (Dimov, 2007, 2010 ; Haynie, Shepherd, & McMullen, 2009 dans Khalid & Sekiguchi, 2018). Dimov (2007) souligne également que l'idée elle-même n'est pas équivalente à une opportunité, mais qu'une opportunité ne peut jamais se concrétiser sans une idée (Khalid & Sekiguchi, 2018). Pour Keh, Foo et Lim (2002), l'évaluation des opportunités est une tâche cognitive complexe pour l'entrepreneur. Ce dernier doit gérer le risque en évaluant avec précision une opportunité. Pryor et al. (2016) ont, en ce sens, conclu que les entrepreneurs peuvent évaluer une opportunité en utilisant leur connaissance contextuelle des conditions externes ainsi que les capacités internes de l'organisation nécessaires pour proposer une valeur ajoutée solide (Kelly & Dorian, 2017).

### **La Prise de risque**

L'entrepreneuriat se distingue par sa propension à prendre des risques, étant donné que la création d'entreprises nouvelles est, par nature, une activité risquée selon Das (2020). Cette démarche entrepreneuriale peut comporter des risques importants, car les nouvelles entreprises ont tendance à connaître un taux d'échec élevé, comme souligné par Antoncic (2003) dans Antoncic et al. (2018). En effet, les chercheurs Covin et Slevin (1989, 1991) ainsi que Hoskisson et al. (2017) notent

que les nouvelles entreprises investissent souvent dans des politiques et des actions risquées aux résultats incertains, ce qui témoigne de la stratégie de prise de risque des entreprises entrepreneuriales (Liu et al., 2018). De fait, les économistes classiques ont reconnu la corrélation entre l'entrepreneuriat et le risque, comme le mentionne Van Praag (1999) dans (Zaleskiewicz, 2020). Par exemple, Richard Cantillon (1755) concevait l'entrepreneur comme un porteur de risque qui s'implique sur un marché (composé de vendeurs et d'acheteurs) en acceptant les fluctuations de prix et leur caractère partiellement imprévisible (Zaleskiewicz, 2020). Dans cette même perspective, Jean-Baptiste Say (1803) a suggéré que les entrepreneurs doivent se préparer à affronter des pertes potentielles, ce qui implique la nécessité de prendre des risques (Zaleskiewicz, 2020). Tel que mentionné par Wärneryd (1988) dans Macko & Tyszka (2009), il existe un consensus général sur le fait que la prise de risque est une condition préalable indispensable pour être qualifié d'entrepreneur. Bien que l'orientation vers la prise de risque soit depuis longtemps considérée comme une caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur, les recherches de Brockhaus (1980) ont révélé que les entrepreneurs ont tendance à adopter une attitude prudente vis-à-vis des risques (Antoncic et al., 2018). Sitkin et Pablo (1992) proposent des définitions liées à cette perspective des traits de personnalité dans (Norton Jr. & Moore, 2006) : la propension au risque, qui se manifeste par une tendance à prendre ou à éviter le risque ; la perception du risque, qui consiste à évaluer le niveau de risque inhérent à une situation ; et le comportement face au risque, qui se traduit par des décisions comportant différents degrés d'incertitude. Ils suggèrent que la propension au risque et la perception du risque jouent un rôle de médiation ou de modulation dans le comportement face au risque. En réalité, les études cognitives menées par Caliendo et al. (2009) et Cramer et al. (2002) ont démontré que la perception du risque influe sur les décisions entrepreneuriales (Li & Ahlstrom, 2019).

### **La Prise de décision**

Selon Mitchell et al. (2007), la recherche en entrepreneuriat a accordé une attention croissante à la compréhension du mode de pensée des entrepreneurs (Sassetti et al., 2021). Les recherches de Mitchell et al. (2002) et Shane & Venkataraman (2000) ont démontré que les entrepreneurs possédaient des préférences cognitives et des



cadres mentaux qui influençaient leurs décisions (Maine et al., 2015). Le modèle de double traitement de la prise de décision proposé par Woiceshyn (2011) identifie deux modes utilisés par les décideurs : le mode "rationnel" et le mode "intuitif".

Du point de vue rationnel, Lunenburg (2011) considère les décideurs comme conscients de tous les impacts et conséquences, prenant des décisions visant à maximiser leur performance. Cependant, il explique que la quantité limitée d'informations disponibles et le cadre motivationnel sous-jacent conduisent les décideurs à construire une vision simplifiée de la réalité qui les intéresse (Benevolo et al., 2020). Du point de vue comportemental et intuitif, Woiceshyn et al. (2011) décrivent les décideurs comme des individus s'appuyant sur un processus automatique et subconscient. C'est dans ce sens que plusieurs contributions, telles que Shepherd et al. (2015) dans Benevolo et al. (2020), ont révélé deux théories dominantes concernant les aspects de la prise de décision.

Sarasvathy (2001) dans Maine et al. (2015) a introduit la théorie de l'"effectuation" et la théorie de la causalité. La première s'appuyait sur les principes de l'expérimentation et de la capacité à supporter des pertes abordables tandis que la seconde reposait sur la prédiction de l'avenir et la prédétermination des objectifs.

### Partie III : Objectifs de l'étude

La présente étude avait pour objet de mettre en lumière l'importance d'explorer les dynamiques psychologiques qui sous-tendent le parcours des jeunes entrepreneurs dans le domaine de la santé. En effet, nous souhaitons déterminer, plus précisément, l'impact du développement des valeurs intrinsèques sur leurs prises de décision.

Dans cette perspective, les objectifs de cette recherche visaient à :

- Approfondir l'étude du développement des valeurs intrinsèques chez les jeunes entrepreneurs dans le secteur de la santé. Notre analyse s'attachera à comprendre comment ces valeurs se forment, évoluent et prennent racine

dans leur parcours entrepreneurial, en mettant en évidence leur rôle déterminant dans la prise de décisions.

- Identifier les contraintes spécifiques auxquelles les jeunes entrepreneurs sont confrontés lors du processus de création d'une start-up dans le domaine de la santé. Nous porterons une attention particulière sur les défis inhérents à ce secteur complexe et exigeant, tels que les réglementations, les contraintes financières, les exigences techniques et les barrières à l'entrée.
- Analyser l'influence des valeurs intrinsèques sur le processus de prise de décision des jeunes entrepreneurs dans le domaine de la santé. Nous chercherons à comprendre comment ces valeurs impactent leurs choix stratégiques, leur engagement et leur capacité à surmonter les difficultés et les obstacles rencontrés.
- Explorer les implications pratiques et formuler des recommandations découlant de nos résultats. Nous viseront à fournir des informations précieuses aux acteurs du secteur de la santé, notamment aux jeunes entrepreneurs afin de favoriser un écosystème propice à l'entrepreneuriat dans ce domaine.

## Partie IV : Matériels & Méthodes

### a) Echantillon et collecte de données

Dans le cadre de notre étude, nous nous sommes intéressés aux "jeunes entrepreneurs" français dans le domaine de la santé. Nous considérons ces derniers comme des personnes ayant démarré toutes activités entrepreneuriales ce qui signifie que cette notion se réfère au stade d'avancement de la startup et non à l'âge de l'entrepreneur. En s'appuyant sur cette base, notre démarche méthodologique consistait à se rapprocher des structures d'accompagnement, principalement des incubateurs, implantées dans les grandes villes de France. La sélection des startups en phase de démarrage s'est faite de manière purement subjective après analyse de la description des projets présents sur le site Internet des incubateurs. Le caractère atypique et original des projets ont, en ce sens, justifié le choix de ces structures.

Par la suite, la prise de contact avec les jeunes entrepreneurs s'est établie en deux étapes : le contact indirect (via formulaire de contact et/ou adresse mail) et le contact direct (via numéro de téléphone).

Le tableau ci-dessous (**Tableau n°- 2**) recense l'ensemble des interactions qui ont eu lieu avec les différents jeunes entrepreneurs.

**Tableau n°- 2 : Liste des personnes contactées dans le cadre de l'étude**

Source : Maël PANCHBAYA

Localisation	Nom de l'Incubateur	Nom de la Startup	Statut	Fondateur(s)/trice(s)	Formulaire de contact	Mail	N°- de téléphone	RDV		
Paris	Paris Biotech Santé	DIARMONID	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI		
		Spimed	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		Kolibri	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE	Amélie QUILICHINI & Gabriel DUMY	OUI	OUI	NON	OUI	
		Extome	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE	Mahuna AKPLOGAN	OUI		NON	OUI	
		Encarta	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		OUI		NON	NON	
		Anesthesia Safety Network	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		NON	OUI	NON	NON	
		Astraveus	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		NON	OUI	NON	NON	
		DeepLife	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		OUI		NON	NON	
		Evora Biosciences	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		NON	OUI	NON	NON	
		Gennisium	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		Imescia	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		OUI	OUI	NON	NON	
		JellyNov	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		CadSmile3D	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		OUI		NON	NON	
		Seekyo	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE		NON		OUI	NON	
		SignalMed+	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE	Didier KOZAK	NON	OUI	OUI	OUI	
		Toulouse	Nubbo	EKA	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE	NON		NON	NON
		Caen	Normandie Incubation	InMindVR	En cours d'incubation	NON-MENTIONNE	NON	OUI	NON	NON
FollowMe	En cours d'incubation			NON-MENTIONNE	NON	OUI	NON	NON		
Biogenesis	En cours d'incubation			NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
Klodios	En cours d'incubation			NON-MENTIONNE		OUI		NON	NON	
Strasbourg	SEMIA	ByeBlues	MinimumViable Product	Daniela VERRA & Domitile BOUDARD	NON	OUI	NON	OUI		
		Braintale	Idée	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		FitBoost	Idée	NON-MENTIONNE	Myriam BLOUET	NON		OUI	OUI	
		HelloKine	Idée	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		Neolys	Idée	NON-MENTIONNE		NON		OUI	NON	
		Odiuma Therapeutics	R&D	NON-MENTIONNE		NON	OUI	NON	NON	
		Poladerme	1er client / 1er utilisateur	NON-MENTIONNE		NON	OUI	NON	NON	
		Preciphos	R&D	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		Qfluidics	R&D	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		Superbranche	Minimum Viable Product	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
Bordeaux	UNITEC	Certis Therapeutics	En cours d'accompagnement	NON-MENTIONNE	OUI		NON	NON		
		Sophi	En cours d'accompagnement	NON-MENTIONNE	OUI		NON	NON		
	TechnoWest	Beat2bits	En cours d'accompagnement	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		E-tonus	En cours d'accompagnement	NON-MENTIONNE	Aurélien FROMM	NON	OUI	OUI	OUI	
		Back Learning	En cours d'accompagnement	NON-MENTIONNE	Hadia RIPOLL & Alexandre SPIRIET	NON	OUI	OUI	OUI	
		DeepMove	Alumni	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
		Nurea	Alumni	NON-MENTIONNE		NON	OUI	OUI	NON	
Escensi	En cours d'accompagnement	NON-MENTIONNE	Armand COLLIER	NON	OUI	OUI	OUI			

**Attention :** Il est important de noter que les numéros de téléphone des porteurs de projets (20 au total) figuraient également dans la description.

D'après ce dernier (**Tableau n°- 2**), la population de notre étude est actuellement évaluée à 8 sujets provenant de 3 incubateurs (Paris Biotech Santé, SEMIA et TechnoWest) respectivement implantées dans quatre grandes villes différentes (Paris, Strasbourg et Bordeaux). La répartition des sujets par incubateur peut être directement observée dans le tableau synthétique ci-dessous (**Tableau n°- 3**).

**Tableau n°-3 : Répartition des sujets de l'étude par incubateur**

Source : Maël PANCHBAYA

Localisation	Nom de l'Incubateur	Nom de la Startup	Statut	Fondateur(s)/trice(s)
Paris	Paris Biotech Santé	Kolibri	En cours d'incubation	Amélie QUILICHINI & Gabriel DUMY
		Extome	En cours d'incubation	Mahuna AKPLOGAN
		SignalMed+	En cours d'incubation	Didier KOZAK
Strasbourg	SEMIA	ByeBlues	MinimumViable Product	Daniela VERRA & Domitile BOUDARD
		FilBoost	Idée	Myriam BLOUET
Bordeaux	TechnoWest	E-tonus	En cours d'accompagnement	Aurélien FROMM
		Back Learning	En cours d'accompagnement	Hadia RIPOLL & Alexandre SPIRIET
		Escensi	En cours d'accompagnement	Armand COLLIER

## b) Instruments de recherche

### i) Conception du guide d'entretien

Le guide d'entretien a été élaboré sur la base d'un raisonnement logique où l'on emmenait l'interlocuteur à exposer son aventure entrepreneuriale. En effet, l'enchaînement des questions a été structuré de sorte que ce dernier puisse partager en détail la façon dont il percevait le concept de l'entrepreneuriat, l'apparition d'obstacles inhérents au développement de la structure et la prise de décision soudaine suite à des événements. De cette manière, il était possible de déterminer les facteurs intervenant dans le processus décisionnel de l'entrepreneur. Chacun des six blocs du questionnaire représentait une thématique spécifique dans laquelle on retrouvait, au maximum, deux questions dont l'ordre et la répartition respectaient le plan suivant :

1ère section : Présentation générale

(1) question sur le parcours pré-entrepreneur ;

2ème section : Concept de l'entrepreneuriat

(2) questions sur l'entrepreneur et son projet ;

3ème section : Passion/Motivation

(2) questions sur les facteurs déclencheurs ;

4ème section : Résilience

(2) questions sur les obstacles liés à la création d'entreprise ;

5ème section : Prise de décision

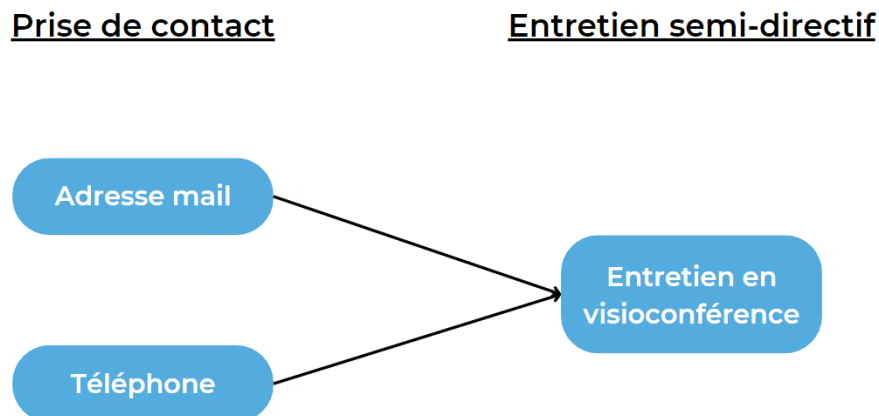
(1) question sur le processus décisionnel ;

6ème section : BONUS

(1) question sur les aspects utiles non-abordés ;

## ii) Entretiens semi-directif

Le guide d'entretien, tel que présenté ci-dessus, a été directement mis en application auprès des sujets de notre population. La prise de contact avec ces jeunes entrepreneurs s'est poursuivie par une invitation donnant lieu à un entretien en visioconférence sur les plateformes Zoom ou Microsoft Teams (**Figure n°- 10**). Chaque entrevue a fait l'objet d'un enregistrement, sous l'accord des personnes interviewées, pour que l'analyse des données puisse être réalisée dans de bonnes conditions. Le choix de l'entretien semi-directif comme principal instrument de recherches s'explique par le désir d'avoir une compréhension qualitative et complète de l'expérience vécue de l'interlocuteur.



**Figure n°- 10** : Processus de récolte des données

**Source** : PANCHBAYA Maël

## iii) Méthodologie d'analyse

La présente étude s'est appuyé sur un modèle d'analyse discursive à deux niveaux (intra-textuelle et inter-textuelle). Le principe consistait à regrouper par concepts ou idées, les verbatims ayant des connotations sémantiques similaires. Ces mêmes

concepts étaient à leur tour associés par analogie dans des catégories. La nomenclature des différentes classes a été formalisée sous la forme de codes où chaque catégorie était représentée par un chiffre (1), chaque concept par une décimale (1.1) et chaque entretien par 1 lettre pour la personne interviewée suivi d'un chiffre pour le numéro de la question (1.1 A5). L'adoption d'une telle approche visait à approfondir la compréhension de chaque discours tout en dévoilant les similitudes et différences avec les autres.

## Partie V : Résultats

La problématique de ce présent mémoire soulève trois facteurs clés :

***“En quoi le développement des valeurs intrinsèques d'un jeune entrepreneur favoriserait-il une prise de décision adéquate face aux contraintes liées au processus de création d'une start-up dans le domaine de la santé ?”***

A partir de cette brève analyse, nous avons volontairement classé les verbatims extraits de chaque interview en trois catégories distinctes : la mentalité entrepreneuriale faisant référence aux valeurs intrinsèques du jeune entrepreneur, le comportement entrepreneurial qui intègre directement la prise de décision et les contraintes liées à la création d'une entreprise.

Parmi les caractéristiques préalablement décrites dans la revue de la littérature, de nouvelles ont été identifiées (**Annexe IV**). En effet, **11** facteurs pour la catégorie “Mentalité entrepreneuriale” incluant la détermination, l'optimisme, la rationalité, l'organisation, l'intelligence émotionnelle, l'instinct, l'humilité, l'indépendance, la rigueur, la réactivité et l'ambition. **Aucun** facteur n'a été nouvellement recensé pour la catégorie “Comportement entrepreneurial”. Et, finalement, **6** facteurs pour la catégorie “Contraintes liées à la création d'entreprise” dont les contraintes liées au projet, les contraintes de communication, les contraintes liées à l'accompagnement, le manque d'expérience, les contraintes liées au marché et l'environnement.

L'analyse des huit entretiens semi-directifs a, en ce sens, permis de relever différents sujets récurrents et communs à chaque entretien à savoir :

- L'engagement envers la santé et le bien-être des autres ;
- L'esprit passionnel et l'épanouissement personnel ;
- Le challenge, l'ambition et la culture entrepreneuriale ;
- La résilience entrepreneuriale et l'apprentissage par l'expérience ;
- La dynamique de la prise de décision et l'appel du risque ;

### a) L'engagement envers la santé et le bien-être des autres

Boudard D. **[1.2.B3]** souligne que la création de son entreprise a été motivée par l'absence de solutions sur le marché pour un problème de santé spécifique. Cette prise de conscience du besoin non comblé démontre son souci de répondre aux besoins des individus en matière de santé. Son engagement envers la santé des autres se manifeste par sa volonté de trouver des solutions innovantes et efficaces pour résoudre ce problème. Son objectif est d'améliorer la vie des personnes concernées en leur offrant une meilleure qualité de soins et en contribuant à leur bien-être.

Fromm A. **[1.6.D3]** révèle également l'importance de saisir les opportunités qui peuvent transformer l'existence des individus en matière de santé. Sa déclaration reflète sa conviction que des découvertes scientifiques ou technologiques peuvent avoir un impact majeur sur la santé des gens. Son engagement envers la santé des autres est soutenu par sa volonté de promouvoir ces découvertes et de les rendre accessibles à un large public. Il considère que l'ignorance ou le manque d'investissement dans de telles opportunités serait une grave erreur, car elles pourraient avoir un effet positif significatif sur la santé et le bien-être des individus.

Ripoll H. **[2.1.A2]** exprime son ras-le-bol face aux conséquences négatives de l'absence de prévention et d'une mauvaise orientation dans le parcours de soins. Elle est préoccupée par les cas où les patients arrivent à l'hôpital trop tard ou subissent des interventions chirurgicales évitables, entraînant des paralysies post-opératoires. Son engagement envers la santé des autres est profondément enraciné dans sa volonté de changer cette situation. Elle souhaite améliorer

l'orientation des patients, promouvoir la prévention et encourager une meilleure gestion des soins de santé pour éviter ces conséquences néfastes. Son objectif est de prévenir les problèmes de santé évitables et d'améliorer la qualité de vie des individus grâce à des approches plus efficaces et axées sur le bien-être.

## b) De l'esprit passionnel à l'épanouissement personnel

Ripoll H. **[1.1.A8]** déclare non seulement son amour pour son travail actuel, mais aussi son inquiétude quant à la possibilité de revenir à un emploi salarié. Cette réaction indique l'importance de son rôle d'entrepreneuse dans sa vie et la satisfaction qu'elle en retire. La passion qu'elle éprouve pour son activité entrepreneuriale est visible à travers son implication et son dévouement. Elle se sent épanouie dans son rôle d'entrepreneuse, car cela lui permet d'exercer ses compétences, de réaliser ses aspirations et d'avoir un impact positif dans le domaine qu'elle a choisi. L'entrepreneuriat représente pour elle un moyen de s'épanouir personnellement et de trouver un équilibre entre sa vie professionnelle et sa vie personnelle.

Akplogan M. **[1.1.E2]** affirme avoir ressenti la volonté de créer quelque chose dès sa sortie du lycée, ce qui témoigne d'un engagement profond envers l'entrepreneuriat. Son attachement à l'idée de créer et d'innover indique une passion innée pour l'entrepreneuriat qui est ancrée dans son identité. Cette passion le motive à rechercher des opportunités entrepreneuriales, à relever des défis et à persévérer malgré les obstacles. L'entrepreneuriat lui offre une voie pour exprimer sa créativité, développer ses compétences et réaliser ses ambitions. L'épanouissement personnel qu'il ressent résulte de la satisfaction de donner vie à ses idées et de contribuer activement à la société grâce à son travail entrepreneurial.

Verra D. **[1.1.F2]** souligne l'attrait des défis dans le parcours entrepreneurial. L'entrepreneuse se décrit comme ayant une âme d'entrepreneuse, mais c'est surtout les défis qui la motivent. Cette affirmation met en évidence sa passion pour résoudre des problèmes complexes et surmonter les obstacles. Pour elle, l'entrepreneuriat représente une voie vers des défis stimulants et des opportunités d'apprentissage constant. Elle trouve une satisfaction personnelle dans la réalisation de projets



ambitieux, car cela lui permet de repousser ses propres limites et d'atteindre de nouveaux sommets. L'épanouissement personnel qu'elle ressent découle de la capacité à relever ces défis et à se développer en tant qu'entrepreneure.

### c) Le challenge, l'ambition et la culture entrepreneuriale

Kozak D. [1.16.H1] met en évidence l'esprit start-up qui est inhérent à l'entrepreneuriat. L'expression "Il y a toujours l'esprit start-up" suggère une dynamique d'innovation, de créativité et d'agilité, caractéristiques des jeunes entreprises qui sont prêtes à prendre des risques pour atteindre le succès. Il perçoit la possibilité de voir un projet grandir, ce qui implique une vision à long terme et une ambition de réussite durable. L'esprit start-up est souvent associé à la recherche constante de nouvelles idées, à l'adaptation rapide aux changements du marché et à la volonté de transformer des défis en opportunités. De plus, Kozak D. signale l'importance des objectifs ambitieux, ce qui témoigne de sa détermination à relever des défis stimulants et à sortir de sa zone de confort. Les entrepreneurs dotés de cet esprit sont souvent prêts à repousser les limites traditionnelles et à explorer de nouveaux territoires pour concrétiser leurs visions.

Blouet M. [1.6.F3] démontre que toute chose est possible, impliquant ainsi une volonté de repousser les limites et de réaliser des choses nouvelles et innovantes. Cette volonté de montrer que l'impossible peut devenir possible reflète une culture entrepreneuriale audacieuse et ambitieuse. Les entrepreneurs qui expriment cette mentalité sont souvent motivés par la passion, la curiosité et la conviction que leur idée ou leur projet peut apporter une réelle valeur et un changement positif. Ils sont prêts à remettre en question le statu quo et à persévérer face à des obstacles, dans le but de transformer leurs idées en réalité et d'inspirer les autres.

### d) La résilience entrepreneuriale et l'apprentissage par l'expérience

Ripoll H. [1.3.A4] témoigne que les obstacles sont simplement une opportunité de rebondir. Cette attitude reflète une mentalité positive et une capacité à transformer

les défis en occasions de croissance. Les entrepreneurs résilients considèrent les obstacles comme des étapes temporaires sur le chemin de la réussite. Ils ne se laissent pas décourager par les difficultés, mais utilisent plutôt ces moments comme des catalyseurs pour rebondir et progresser vers leurs objectifs. Cette approche démontre une capacité d'adaptation et une persévérance essentielles dans le monde de l'entrepreneuriat, où les obstacles sont fréquents et les revers inévitables. La résilience entrepreneuriale permet aux individus de rester motivés et focalisés sur leurs objectifs malgré les défis rencontrés, favorisant ainsi leur capacité à surmonter les difficultés et à atteindre le succès.

Blouet M. **[1.3.F4]** souligne également la résilience entrepreneuriale en évoquant la nécessité de dépasser les peurs et les limites personnelles. Elle reconnaît que le passage d'un rôle administratif à une fonction commerciale est difficile et implique un changement de mentalité et de vision. Toutefois, Blouet M. exprime la volonté de se dépasser et de surmonter la peur de l'échec. Cette capacité à sortir de sa zone de confort et à prendre des risques est caractéristique des entrepreneurs résilients. Ils sont prêts à remettre en question leurs propres limitations et à relever des défis qui les poussent à se développer tant sur le plan personnel que professionnel. La résilience entrepreneuriale implique donc la capacité de se confronter à l'incertitude, d'accepter les échecs éventuels et de persévérer malgré les obstacles, permettant ainsi aux entrepreneurs de se développer et de prospérer dans leur parcours entrepreneurial.

Dumy G. **[1.3.G1]** met l'accent sur l'approche itérative de la construction d'un projet, où chaque étape est basée sur l'apprentissage continu et l'évolution des connaissances. Dumy G. reconnaît que certaines approches peuvent ne pas fonctionner et nécessitent donc d'être repensées et réajustées. Cette capacité à tirer des leçons des expériences passées et à s'adapter en conséquence est un aspect essentiel de la résilience entrepreneuriale. Les entrepreneurs résilients sont ouverts à l'apprentissage, ils sont prêts à expérimenter différentes approches et à utiliser les enseignements acquis pour améliorer leur performance et leur prise de décision. Cela leur permet de naviguer de manière agile dans un environnement entrepreneurial complexe et en constante évolution.

## e) La dynamique de la prise de décision et l'appel du risque

Dumy G. [2.3.G1] révèle la dynamique de la prise de décision dans le contexte entrepreneurial. L'entrepreneur exprime sa conviction que ses compétences peuvent être plus utiles s'il crée sa propre entreprise. Cette réflexion démontre une prise de décision réfléchie et basée sur une évaluation personnelle de la valeur ajoutée qu'il peut apporter en tant qu'entrepreneur. Il reconnaît la nécessité de mettre en pratique ses connaissances et ses compétences de manière plus significative et pertinente, ce qui motive sa décision de se lancer dans l'entrepreneuriat. Son choix est guidé par son désir de créer un impact positif et de contribuer de manière concrète au secteur d'activité dans lequel il évolue.

Collier A. [2.3.C2] met en évidence l'appel du risque dans le processus décisionnel entrepreneurial. Les entrepreneurs expriment leur intérêt pour une opportunité qui leur semble intéressante et prometteuse. Leur décision de se lancer dans cette aventure est fondée sur une évaluation positive de l'opportunité en question. Ils manifestent un désir d'explorer de nouveaux horizons et d'embrasser l'inconnu. Cette ouverture à l'incertitude et à l'exploration témoigne d'une attitude audacieuse et d'une volonté de prendre des risques pour atteindre leurs objectifs entrepreneuriaux. Ils perçoivent l'entrepreneuriat comme une chance de croissance personnelle et professionnelle et considèrent que saisir l'opportunité qui se présente vaut la peine de prendre des risques.

Dans le verbatim de Collier A. [2.2.C4], les entrepreneurs soulignent également l'importance de prendre des risques dans leur démarche entrepreneuriale. Ils expriment le sentiment que s'ils n'osent pas se lancer maintenant, ils risquent de ne jamais le faire. Leur prise de décision est animée par un sentiment d'urgence et une volonté de ne pas laisser passer les opportunités qui se présentent à eux. Ils reconnaissent que l'entrepreneuriat implique des incertitudes et des défis, mais ils considèrent qu'il est préférable de faire face à ces difficultés plutôt que de regretter de ne pas avoir tenté leur chance. Cette attitude révèle leur engagement envers leur vision entrepreneuriale et leur détermination à surmonter les obstacles pour atteindre leurs objectifs.

## Partie VI : Discussions

### a) Recommandations pour les chercheurs

#### i) Limites de l'étude

##### **Taille de l'échantillon**

Une des limites significatives de notre étude concerne la taille réduite de l'échantillon, qui se compose uniquement de 8 sujets. Il est important de souligner que la diversité et la représentativité de ce dernier en sont fortement impactées. En effet, les jeunes entrepreneurs de la santé présentent des parcours, des expériences et des perspectives différentes qui peuvent influencer le développement de leurs valeurs intrinsèques et leur capacité à prendre des décisions. Cependant, avec un échantillon aussi restreint, certaines de ces variations n'ont pas été suffisamment capturées, ce qui limite la portée de notre interprétation. Par ailleurs, il convient également de noter que les conclusions tirées de cette étude ne peuvent être étendues qu'à ce groupe spécifique, et nous ne sommes donc pas en mesure d'extrapoler ces résultats à une population plus large d'entrepreneurs.

##### **Nombre de facteurs étudiés**

Bien que les valeurs intrinsèques soient les éléments clés de notre analyse, leur diversité reste vaste, et se concentrer sur l'intégralité des facteurs reste hors de notre portée. Cette étude ne peut donc pas prétendre couvrir l'ensemble des valeurs qui peuvent influencer la prise de décision chez les jeunes entrepreneurs. De plus, la sélection des paramètres à inclure dans l'étude était subjective et basée sur des présomptions ce qui pourrait potentiellement introduire un biais dans les résultats, car certaines valeurs pertinentes auraient été négligées ou exclues de l'analyse.

## **Répartition géographique des sujets**

En limitant le cadre de notre étude à un seul pays, il est possible que les résultats obtenus reflètent des particularités propres au contexte français et ne peuvent pas, en ce sens, être généralisés à d'autres contextes géographiques. Les normes culturelles, les valeurs sociétales et les attentes professionnelles varient considérablement d'un pays à l'autre, ce qui peut avoir un impact sur la manière dont les jeunes entrepreneurs manifestent leur comportement et leur état d'esprit.

Il est donc essentiel de reconnaître que ces limitations n'invalident pas l'ensemble de l'étude. Elle souligne plutôt la nécessité de considérer les résultats obtenus avec prudence et de les apprécier comme une contribution initiale à la compréhension de la psychologie des jeunes entrepreneurs dans le domaine de la santé.

### ii) Recherches et Implications futures

#### **Etude à l'échelle européenne**

En tenant compte de la diversité géographique, culturelle et économique de l'Europe, nous sélectionnerons les pays ayant un écosystème entrepreneurial dynamique dans le domaine de la santé. Une collaboration avec les incubateurs des pays participants, nous offrira la possibilité d'avoir un contact direct avec les jeunes entrepreneurs en phase de démarrage. Concernant la taille de l'échantillon, cette dernière sera déterminée avec soin sur la base d'une approche statistique. La réalisation de cette étude s'établira par le biais d'une coordination avec des chercheurs locaux qui se chargeront de la collecte des données sur le terrain. Nous utiliserons uniquement les entretiens semi-directifs et les guides d'entretien comme instruments de mesure pour conserver la bonne qualité des recherches. A contrario de notre présente étude, la conception du guide d'entretien inclura un nombre considérable de facteurs pour apporter plus de précision à l'interprétation des résultats. Nous veillerons également à traduire et à adapter le guide d'entretien dans la

langue locale pour faciliter la mise en place de l'entretien et la participation de l'interlocuteur.

### **Etude à l'échelle mondiale**

La méthodologie adoptée dans la précédente recherche sera également appliquée à l'échelle mondiale.

### **Etude comparative des tendances intersectorielles**

L'objet de cette étude sera de comparer les expériences vécues des jeunes entrepreneurs dans différents secteurs et d'identifier les similarités/différences significatives qui pourraient affecter à la fois le développement de leurs valeurs intrinsèques et leur prise de décision. La seule différence avec l'approche employée dans les autres recherches repose sur la nature de l'échantillon. En effet, la composition de la population étudiée ne sera plus spécifique à l'industrie de la santé et comportera donc, des entrepreneurs provenant de divers secteurs tels que les technologies de l'information, la finance, l'énergie renouvelable, l'alimentation et autres.

### **Etude de la conservation des facteurs préliminaires**

Bien qu'il soit intéressant de déterminer le lien entre les valeurs propres au jeune entrepreneur et sa capacité à prendre une décision, étudier l'évolution de ce phénomène sur le long terme apportera de précieuses informations quant à la compréhension de la psychologie entrepreneuriale. En reprenant l'approche décrite dans les précédentes études, nous effectuerons un suivi longitudinal des sujets dans lequel des points de suivi réguliers, espacés de 6 mois environ, seront prévus sur une période 5 ans. Lors de ces points de suivi, les chercheurs attitrés assureront le bon déroulement des entrevues avec les interlocuteurs et la collecte des données permettant d'observer l'évolution de leurs valeurs au fil du temps. Il est important pour nous de maintenir la cohérence des outils et des indicateurs utilisés tout au long de notre étude afin de garantir que les données soient comparables.

## b) Recommandation pour les jeunes entrepreneurs en santé

### i) Mentor'Health : Programme de Développement Personnel pour Jeunes Entrepreneurs en Santé

#### Description du programme

Le programme Mentor'Health sera conçu pour offrir un soutien individualisé et approfondi aux jeunes entrepreneurs du secteur de la santé, en mettant l'accent sur leur développement personnel. Ce dernier combinera des sessions de mentorat individuelles, des ateliers interactifs et des activités spécifiquement conçues pour stimuler la croissance personnelle des participants.

#### Objectifs du programme

Dans un premier temps, il cherchera à favoriser la croissance personnelle en renforçant la confiance en soi, en développant une mentalité de croissance et en acquérant des compétences essentielles au développement personnel. De plus, il soutiendra les jeunes entrepreneurs dans le développement des compétences en leadership et en gestion des participants, en les aidant à prendre des décisions éclairées, à gérer leur temps efficacement, à résoudre les problèmes et à communiquer de manière impactante.

Le dispositif promouvra l'entrepreneuriat en santé en inspirant les participants à poursuivre des activités entrepreneuriales dans ce domaine. Il les guideront dans la compréhension du marché de la santé, la création et la gestion d'entreprises, et la résolution de problèmes spécifiques au secteur. L'objectif sera de stimuler l'innovation, la créativité et l'entrepreneuriat tout en ayant un impact positif sur la société.

En favorisant le réseautage et les collaborations, le projet Mentor'Health permettra aux adhérents de se connecter avec d'autres jeunes entrepreneurs en santé, de partager leurs expériences et d'établir des relations professionnelles durables. Cela favorisera l'échange de connaissances, de bonnes pratiques et de partenariats potentiels.

Le programme incitera également à l'adoption de meilleures pratiques et l'innovation dans le domaine de la santé. Il exposera les participants à des exemples de réussite, des études de cas inspirantes et des tendances émergentes, les sollicitant à penser de manière créative, à trouver des solutions novatrices et à adopter des pratiques exemplaires pour résoudre les défis de santé actuels.

Enfin, il offrira un soutien et des conseils personnalisés grâce à des mentors expérimentés. Ces mentors fourniront des conseils pratiques, des rétroactions constructives et des encouragements aux participants, les aidant ainsi à surmonter les obstacles, à prendre des décisions et à progresser dans leur parcours entrepreneurial dans le secteur de la santé.

### Durée du programme

Le programme s'étalera sur une période de 9 mois (**Annexe V**), permettant aux participants d'approfondir leurs compétences en développement personnel et de les intégrer de manière durable dans leur vie entrepreneuriale. Le programme s'établira de la manière suivante (**Tableau n°-4**).



**Tableau n°- 4 : Récapitulatif des durées de chaque phase du programme Mentor'Health**

Source : Maël PANCHBAYA

		Durée	Fréquence	Durée totale
Phase de préparation	Réunions d'orientation et de présentation	1 jour	_____	2 semaines
	Préparation des documents et des ressources	2 semaines	_____	
Jumelage Mentor-Mentoré	Processus de sélection des mentors	2 semaines	_____	2 semaines
	Entretiens individuels mentors-futurs mentorés	1-2 jours	_____	
Sessions de mentorats individuelles	_____	1- 2 heures	1 session toutes les 2 semaines à 1 mois	17-34 heures (Sur 17 semaines)
Ateliers interactifs & Activités de développement personnel	Atelier sur la confiance en soi et l'estime de soi	Demi-journée à Journée complète (4-8 heures)	1 fois par mois	36-72 heures (Sur 9 semaines)
	Atelier sur la communication efficace			
	Atelier sur la gestion du stress et la résilience			
	Atelier sur le leadership et la prise de décision			
	Atelier sur l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle			
	Atelier sur la pensée créative et l'innovation			
	Atelier sur la gestion émotionnelle et l'intelligence émotionnelle			
	Activités sur la planification stratégique			
	Activités de réseautage et de partage d'expériences			
Evaluation et Ajustements	_____	1-2 heures	1 fois par mois	9-18 heures (Sur 9 semaines)

## Méthodologie

### ***Processus de sélection des participants***

Le processus de sélection des participants sera basé sur plusieurs étapes clés afin d'identifier les candidats les plus motivés et engagés dans leur développement personnel.

Un appel à candidatures sera lancé pour attirer les jeunes entrepreneurs en santé intéressés par le programme. Cet appel sera diffusé à travers différents canaux, tels que les réseaux sociaux, les sites web spécialisés, les institutions et les organisations pertinentes dans le domaine de l'entrepreneuriat en santé. Les candidats intéressés devront remplir un formulaire de candidature détaillé, dans lequel ils fourniront des informations sur leur parcours professionnel, leurs motivations, leurs objectifs personnels et leur engagement envers leur développement personnel.

Une équipe d'évaluation composée d'experts en entrepreneuriat en santé et en développement personnel examinera attentivement chaque candidature reçue. Les membres de l'équipe évalueront les candidatures en fonction de critères prédéfinis, tels que la motivation, l'engagement, la clarté des objectifs, le potentiel de croissance personnelle et l'adéquation avec les valeurs du programme.

Les candidats présélectionnés seront invités à participer à des entretiens individuels avec l'équipe d'évaluation. Ces entretiens permettront d'approfondir les informations fournies dans les candidatures, de mieux comprendre les attentes et les besoins des candidats, et d'évaluer leur aptitude à bénéficier pleinement du programme.

Après les entretiens individuels, l'équipe d'évaluation procédera à la sélection finale des participants en prenant en compte la motivation, l'engagement, la clarté des objectifs, le potentiel de croissance personnelle et la diversité des profils. Les candidats sélectionnés seront informés par courrier électronique ou par téléphone de leur admission au programme, tandis que les candidats non retenus seront également notifiés.

Le processus de sélection sera mené de manière équitable et transparente, en respectant la confidentialité des informations fournies par les candidats. L'objectif principal de ce processus est de s'assurer que les participants sélectionnés sont hautement motivés, engagés et prêts à investir du temps et des efforts dans leur développement personnel.

En mettant en œuvre ce processus de sélection rigoureux, le Programme Mentor'Health s'assurera d'identifier les jeunes entrepreneurs en santé les plus aptes à bénéficier de l'accompagnement personnalisé offert par le programme, favorisant ainsi leur croissance personnelle et leur réussite entrepreneuriale dans le domaine de la santé.

### ***Jumelage mentor-mentoré***

Le processus de jumelage commencera par une évaluation approfondie des besoins et des intérêts de chaque participant, afin de mieux comprendre les domaines dans lesquels ils souhaitent recevoir un soutien.

Une équipe de coordination du programme sélectionnera ensuite les mentors les plus qualifiés et expérimentés dans le domaine du développement personnel et de l'entrepreneuriat en santé. Les mentors seront choisis en fonction de leur parcours professionnel, de leurs compétences, de leur expertise et de leur engagement envers le développement personnel des jeunes entrepreneurs en santé.

Le jumelage entre mentor et mentoré se fera en tenant compte des intérêts, des objectifs et des besoins spécifiques de chaque participant. Les mentors seront jumelés aux participants en fonction de leur domaine d'expertise, de leurs compétences complémentaires et de leur capacité à soutenir les objectifs de développement personnel du participant.

Une fois le jumelage établi, le mentor et le mentoré se rencontreront lors d'une séance initiale pour créer une relation de confiance, clarifier les attentes mutuelles et discuter des objectifs spécifiques que le participant souhaite atteindre grâce au programme.

Des sessions de mentorat régulières seront ensuite organisées, offrant une plateforme pour des discussions approfondies, des conseils, des encouragements et des stratégies personnalisées. Ces sessions serviront à discuter des progrès, des défis, des réflexions et des questions personnelles du participant, tout en recevant un soutien individualisé de la part du mentor.

Tout au long du programme, l'équipe de coordination du programme assurera le suivi des progrès des mentors et des mentees. Des points de contrôle réguliers seront établis pour évaluer l'efficacité du jumelage, la satisfaction des participants et l'atteinte des objectifs fixés.

### **Sessions de mentorat individuelles**

Au début de chaque session, le mentor et le mentoré établissent un plan initial en identifiant les objectifs spécifiques du mentoré, ainsi que les compétences et connaissances à développer. Le mentoré a l'occasion de partager ses préoccupations, ses défis et ses questions.

Le mentor apporte des conseils et partage son expérience pour aider le mentoré à surmonter les défis identifiés. Il fournit des stratégies, des recommandations et des exemples concrets basés sur son expertise professionnelle. Les sessions se concentrent sur le développement de compétences clés, telles que la gestion du temps, la communication, la prise de décision et le leadership.

Le mentor et le mentoré évaluent régulièrement les progrès réalisés et établissent des indicateurs de succès. Le mentor assure un suivi des avancées du mentee, identifie les obstacles potentiels et aide à ajuster les stratégies si nécessaire. Il encourage également le mentoré à être responsable de son propre développement.

Les sessions de mentorat individuel offrent des moments de réflexion et d'apprentissage, où le mentoré analyse ses expériences, tire des leçons et identifie ses forces et faiblesses. Le mentor favorise la croissance personnelle en stimulant la réflexion et en aidant le mentoré à développer une vision claire de son parcours entrepreneurial en santé.

À la fin de chaque session, le mentor et le mentoré établissent conjointement des objectifs spécifiques et des actions concrètes à entreprendre. Le mentor soutient le mentee dans la définition d'étapes réalistes et mesurables, favorisant ainsi la motivation et la progression.

Les sessions de mentorat individuel sont confidentielles et respectueuses, offrant un espace sécurisé où le mentee peut s'ouvrir, poser des questions et recevoir des conseils personnalisés. Elles sont conçues pour favoriser la croissance personnelle du mentee en fournissant un soutien sur mesure, des perspectives éclairantes et des ressources utiles.

### **Ateliers interactifs et activités de développement personnel**

#### *Atelier sur la confiance en soi et l'estime de soi*

Cet atelier aidera les participants à développer une confiance en eux-mêmes solide et une estime de soi positive. Il comprendra des exercices pratiques pour identifier les forces et les talents individuels, des discussions sur la gestion des doutes et des peurs, ainsi que des stratégies pour renforcer l'image de soi en tant qu'entrepreneur en santé.

#### *Atelier sur la communication efficace*

Cet atelier mettra l'accent sur les compétences de communication interpersonnelle, y compris l'écoute active, l'expression claire des idées, la gestion des conflits et la construction de relations solides. Les participants participeront à des exercices interactifs, des jeux de rôle et des discussions pour améliorer leur communication et leurs compétences relationnelles.

#### *Atelier sur la gestion du stress et la résilience*

Cet atelier aidera les participants à développer des stratégies efficaces pour gérer le stress lié à l'entrepreneuriat en santé. Les activités comprendront des techniques de relaxation, des pratiques de gestion du temps, des approches de résolution de

problèmes et des discussions sur la résilience et la capacité à rebondir face aux défis.

#### *Atelier sur le leadership et la prise de décision*

Cet atelier fournira aux participants des compétences en leadership, en mettant l'accent sur la vision, l'inspiration, la motivation et la prise de décision éclairée. Les participants exploreront des modèles de leadership, discuteront des qualités d'un bon leader et participeront à des exercices pratiques pour renforcer leurs compétences en leadership.

#### *Atelier sur l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle*

Cet atelier abordera l'importance de l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle pour la réussite entrepreneuriale et le bien-être global. Les participants réfléchiront à leurs priorités, apprendront à définir des limites claires, à établir des routines équilibrées et à gérer leur temps efficacement pour maintenir un équilibre sain.

#### *Atelier sur la pensée créative et l'innovation*

Cet atelier encouragera les participants à développer leur pensée créative et à adopter une approche innovante dans leur entreprise en santé. Ils exploreront des techniques de résolution de problèmes créatives, participeront à des sessions de brainstorming et partageront des expériences inspirantes pour stimuler leur esprit d'innovation.

#### *Atelier sur la gestion des émotions et l'intelligence émotionnelle*

Cet atelier se concentrera sur la reconnaissance et la gestion des émotions, ainsi que sur le développement de l'intelligence émotionnelle. Les participants apprendront à comprendre leurs propres émotions, ainsi que celles des autres, et à les utiliser de manière constructive dans leur prise de décision et leurs interactions professionnelles.

#### *Atelier sur la planification stratégique*

Cet atelier aidera les participants à développer leurs compétences en matière de planification stratégique, en se concentrant sur la définition d'objectifs clairs, l'élaboration de plans d'action efficaces et l'évaluation des progrès. Les participants travailleront sur la création d'un plan stratégique pour leur entreprise en santé, en intégrant des aspects personnels et professionnels.

#### *Activités de réseautage et de partage d'expériences*

Le programme comprendra des activités de réseautage où les participants pourront interagir avec d'autres entrepreneurs en santé et partager leurs expériences, leurs défis et leurs réussites. Ces interactions favoriseront l'apprentissage mutuel et permettront aux participants de développer un réseau professionnel solide.

En conclusion, le programme Mentor'Health offrira une plateforme unique et enrichissante pour les jeunes entrepreneurs en santé. En se concentrant sur le développement personnel, les interactions entre pairs et le partage d'expériences, le dispositif visera à transformer les participants en entrepreneurs accomplis et visionnaires ayant conscience de leurs propres valeurs.

Au terme du programme, les jeunes entrepreneurs pourront s'attendre à avoir consolidé leurs compétences entrepreneuriales, à avoir renforcé leur confiance en eux-mêmes et à avoir développé des stratégies claires pour la croissance de leur entreprise. Grâce aux sessions de mentorat individuelles, aux ateliers interactifs et aux activités de développement personnel, ils auront acquis des connaissances précieuses, des conseils avisés et des perspectives nouvelles sur le secteur de la santé.

De ce fait, le programme Mentor'Health représentera une véritable opportunité pour ces derniers de se développer tant sur le plan personnel que professionnel. Avec un accompagnement solide, des interactions enrichissantes et des ressources pertinentes, les adhérents seront prêts à relever les défis de l'industrie de la santé avec détermination. Le Programme Mentor'Health leur ouvrira les portes d'un avenir prometteur et contribuera à façonner l'avenir de la santé grâce à des jeunes entrepreneurs inspirés, compétents et passionnés.

## Conclusion

L'objectif de ce mémoire était de mener une réflexion approfondie sur la problématique suivante ***“En quoi le développement des valeurs intrinsèques d'un jeune entrepreneur favoriserait-il une prise de décision adéquate face aux contraintes liées au processus de création d'une start-up dans le domaine de la santé ?”***

La réponse à cette question a été obtenue grâce à une enquête de terrain conduite auprès de jeunes entrepreneurs ayant une expérience marquée dans le secteur de la santé.

Cette étude a confirmé, de manière générale, que la mentalité induit un comportement. Pensées, émotions et valeurs exercent une influence significative sur la réalisation d'une action. L'opinion générale et logique derrière ce phénomène s'applique également à l'entrepreneuriat. En effet, le témoignage commun qui reflète cet argument n'est d'autre que la création d'une entreprise. Effectivement, bon nombre d'entrepreneurs qui ont démontré, à titre d'exemple, de la passion à l'égard de l'entrepreneuriat ont fini par prendre la décision de créer une structure.

Les conclusions tirées de la revue de la littérature et de l'enquête de terrain ont permis d'émettre des recommandations en ce sens. Elles s'adressent à la fois aux chercheurs ainsi qu'aux aspirants entrepreneurs.

Les recommandations destinées aux chercheurs prônent principalement la poursuite et l'avancement de la recherche en matière de psychologie entrepreneuriale. La variation des échelles et des secteurs seraient effectivement un moyen efficace et concret de collecter des données clés permettant de mieux appréhender le sujet dans son entièreté.

La recommandation pour les jeunes entrepreneurs en santé s'appuie essentiellement sur la mise en place d'un programme de développement personnel du nom de Mentor'Health. L'objectif de ce dispositif serait d'aider ces derniers à



prendre conscience de leurs valeurs, de leurs émotions et surtout, d'en comprendre l'influence sur le développement d'une entreprise.

Au travers de ce mémoire, il est important de constater que l'entrepreneuriat ne réside pas uniquement dans la capacité à créer ou bien de gérer une structure car la dimension psychologique qui s'y cache occupe une place prépondérante.

## Bibliographie

### 1-100

100 Open Startups, 2018. *Medium*. What is An Accelerator ?. En ligne : <https://100openstartups.medium.com/what-is-an-accelerator-84ad4aa5e6d9> . Consulté le : 20/06/2023.

## A

Abbasianchavari A. & Moritz A., 2021. The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: a review of the literature. *Management Review Quarterly*, **71**, 1-40. DOI : <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00179-0>.

Adomako S. & Ahsan M., 2022. Entrepreneurial passion and SMEs' performance: Moderating effects of financial resource availability and resource flexibility. *Journal of Business Research*, **144** (3), 122-135. DOI : [10.1016/j.jbusres.2022.02.002](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.002).

Agile Alliance. Minimum Viable Product (MVP). En ligne : [https://www.agilealliance.org/glossary/mvp/#q=~\(infinite~false~filters~\(tags~\(~'mvp\)\)~searchTerm~'~sort~false~sortDirection~'asc~page~1\)](https://www.agilealliance.org/glossary/mvp/#q=~(infinite~false~filters~(tags~(~'mvp))~searchTerm~'~sort~false~sortDirection~'asc~page~1)) . Consulté le : 20/06/2023.

Aguettant N., 2022. *HubSpot*. Business model : définition, objectif et création (+ exemples). En ligne : <https://blog.hubspot.fr/sales/business-model> . Consulté le : 20/06/2023.

Aha !. What is a Business Model ?. En ligne : <https://www.aha.io/roadmapping/guide/product-strategy/what-are-some-examples-of-a-business-model> . Consulté le : 20/06/2023.

AirFocus. Marketing Plan. En ligne : <https://airfocus.com/glossary/what-is-a-marketing-plan/> . Consulté le : 20/06/2023.

Ali N. et al., 2021. Entrepreneurial Education and its impact on Student's Entrepreneurial Intentions A study of business students in Pakistan. *Ilkogretim Online - Elementary Education Online*, **20** (6), 528-537. DOI : [10.17051/ilkonline.2021.06.056](https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.06.056).

American Psychological Association (APA). Mind-set. En ligne : <https://dictionary.apa.org/mind-set> . Consulté le : 20/06/2023.

Antawati D.I., 2016. PARENT ROLE IN PROMOTING CHILDREN'S ENTREPRENEURSHIP INTENTION.

Antoncic J.A. et al., 2018. NEED FOR ACHIEVEMENT OF THE ENTREPRENEUR, INTRAPRENEURSHIP, AND THE GROWTH OF COMPANIES IN TOURISM AND TRADE. 3rd International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era, 1-7. DOI : <https://doi.org/10.31410/tmt.2018.259>.

Awotoye Y. & Singh R.P., 2017. Entrepreneurial Resilience, High Impact Challenges, and Firm Performance. *Journal of Management Policy and Practice*, **18** (2), 28-37.

Azizi F., 2020. *Retiba*. What is risk analysis in startups and how is it done?. En ligne : <https://retiba.com/academy/market-research/risk-analysis-startups/> . Consulté le : 20/06/2023.

## B

Barucic A. & Umihanic B., 2016. ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AS A FACTOR OF ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITY RECOGNITION FOR STARTING A NEW BUSINESS. *Management*, **21** (2), 27-44.

Baum J.R. et al., 2007. The psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, **1** (1), 413-438. DOI : [10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326](https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326).

BDC. Business Accelerator. En ligne : <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/glossary/business-accelerator> . Consulté le : 20/06/2023.

Beaver S., 2020. *Oracle NetSuite*. 10 Top Financial Challenges for Small Businesses and How to Overcome Them. En ligne : <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/business-strategy/small-business-financial-challenges.shtml> . Consulté le : 20/06/2023.

Bent Francisco E., 2023. *SafetyCulture*. Risk Analysis: A Comprehensive Guide. En ligne : <https://safetyculture.com/topics/risk-analysis/> . Consulté le : 20/06/2023.

Benevolo C. et al., 2020. Entrepreneurial decision-making for global strategies: a “heart–head” approach. *Management Decision*, **59** (5), 1132-1157. DOI : [10.1108/MD-10-2019-1495](https://doi.org/10.1108/MD-10-2019-1495).

Bloemen-Bekx M. et al., 2019. Following in parental footsteps? The influence of gender and learning experiences on entrepreneurial intentions. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, **37** (6), 642-663.

Boulley A., 2021. *ActuJuridique*. Les problèmes juridiques engendrés par la création d'entreprises. En ligne : <https://www.montpellier-avocats.fr/les-problemes-juridiques-engendres-par-la-creation-dentreprises/> . Consulté le : 20/06/2023.

Boutaoui N., 2023. *LinkedIn*. Overcoming top 5 challenges in healthcare tech startups. En ligne : [https://www.linkedin.com/pulse/overcoming-top-5-challenges-healthcare-tech-startups-nadia?trk=public\\_post](https://www.linkedin.com/pulse/overcoming-top-5-challenges-healthcare-tech-startups-nadia?trk=public_post) . Consulté le : 20/06/2023.

*Bpi France Création*. Faire son Business Plan. En ligne : <https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/previsions-financieres-business-plan/business-plan/faire-son-business-plan> Consulté le : 20/06/2023.

Bula H.O.B., 2012. Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective. *International Journal of Business and Commerce*, **1** (11), 1-96.

## C

Cachon J.C. et al., 2013. Entrepreneurial Motives and Performance: Evidence from North America. *Journal of Management Policy and Practice*, **14** (3), 50-77.

[8] Cao Y. et al., 2022. Role of personality traits for entrepreneurial intentions of young entrepreneurs: A case study of higher education institution. *Educational Psychology*, **13**, 1-11. DOI : <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1010412>.

Cardon M.S., 2008. Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees. *Human Resource Management Review*, **18** (2), 78-86. DOI : [10.1016/j.hrmr.2008.04.001](https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2008.04.001).

Cardon M.S. et al., 2009. THE NATURE AND EXPERIENCE OF ENTREPRENEURIAL PASSION. *Academy of Management Review*, **34** (3), 511-532.

Cassar J., 2020. *LiveMentor*. MINDSET : COMMENT RE-PROGRAMMER SON CERVEAU EN 20 MINUTES ?. En ligne : <https://www.livementor.com/blog/mindset/> . Consulté le : 20/06/2023.

CFI Team, 2019. *CFI*. Income Statement. En ligne : <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/income-statement/> . Consulté le : 20/06/2023.

CFI Team, 2023. *CFI*. Balance Sheet. En ligne : <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/balance-sheet/> . Consulté le : 20/06/2023.

Chen J., 2023. *Investopedia*. What Is a Marketing Plan? Types and How to Write One ?. En ligne : <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-plan.asp> . Consulté le : 20/06/2023.

Chi C., 2022. *HubSpot*. What is a Marketing Plan & How to Write One [+Examples]. En ligne : <https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-plan-examples> . Consulté le : 20/06/2023.

Ciavarella M.A. et al., 2004. The Big Five and Venture Survival: Is there a linkage ?. *Journal of Business Venturing*, **19** (4), 465-483.

Clarke J., 2022. *OVHcloud*. The challenges facing healthtech startups and how OVHcloud can help. En ligne : <https://blog.ovhcloud.com/the-challenges-facing-healthtech-startups-and-how-ovhcloud-can-help/> . Consulté le : 20/06/2023.

Clermont T., 2021. *Le Coin des Entrepreneurs*. Qu'est-ce qu'une SAS ? Définition et fonctionnement. En ligne : <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/sas-definition-fonctionnement/> . Consulté le : 20/06/2023.

Connel L., 2023. *ProsVibe*. The Ultimate Guide to Pros and Cons of Sole Proprietorship. En ligne : <https://prosvibe.com/pros-and-cons-of-sole-proprietorship/#:~:text=In%20conclusion%2C%20a%20sole%20proprietorship%20is%20a%20popular,as%20unlimited%20liability%20and%20difficulty%20in%20raising%20capital> . Consulté le : 20/06/2023.

Connor J., 2020. *Health Works Collective*. The Future Of Healthcare Entrepreneurship. En ligne : <https://www.healthworkscollective.com/the-future-of-healthcare-entrepreneurship/> . Consulté le : 20/06/2023.

Cremades A., 2019. *FORBES*. The 10 Biggest Challenges Every Entrepreneur Faces (And How To Conquer Them). En ligne : <https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2019/03/02/the-10-biggest-challenges-every-entrepreneur-faces-and-how-to-conquer-them/> . Consulté le : 20/06/2023.

## D

Das T.K. & Teng B-S., 2020. 3- The Temporalities of Entrepreneurial Risk Behavior. *Entrepreneurship And Behavioral Strategy*. Paperback, 57-80.

*Dignity Health|Global Education*. Entrepreneurs in healthcare: 10 examples of innovators in healthcare management. En ligne : <https://dhge.org/about-us/blog/entrepreneurs-in-healthcare-10-examples-of-innovators-in-healthcare-management> . Consulté le 20/06/2023.

*Drew*. Commercial plan, Key aspects for defining commercial goals. En ligne : <https://marketing.wearedrew.co/en/commercial-plan> . Consulté le : 20/06/2023.

Duchek S., 2018. Entrepreneurial resilience: a biographical analysis of successful entrepreneurs. *International Entrepreneurship Management Journal*, **14** (2), 429-455. DOI : [10.1007/s11365-017-0467-2](https://doi.org/10.1007/s11365-017-0467-2).

Dunskyi I., 2021. *DEMIGOS*. REGULATORY REQUIREMENTS FOR HEALTHCARE STARTUPS: WHAT TO KNOW TO ENSURE COMPLIANCE. En ligne : <https://demigos.com/blog-post/regulatory-requirements-for-healthcare-startups/> . Consulté le : 20/06/2023.

Dyer J.H. et al., 2008. ENTREPRENEUR BEHAVIORS, OPPORTUNITY RECOGNITION, AND THE ORIGINS OF INNOVATIVE VENTURES. *Strategic Entrepreneurship Journal*, **2** (4), 317-338. DOI : [10.1002/sej.59](https://doi.org/10.1002/sej.59).

## E

Entrepreneur Staff. *Entrepreneur*. Business Incubator. En ligne : <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-incubator> . Consulté le : 20/06/2023.

*EntrepreneurshipBlogTheories*. Locus of control theory and entrepreneurship. En ligne : <https://entrepreneurshiptheories.blogspot.com/2017/08/locus-of-control-theory.html> . Consulté le : 20/06/2023.

Ezema M.E. et al., 2022. LEVERAGING ON BUSINESS IDEA GENERATION FOR SUSTAINABLE START-UP PERFORMANCE IN NIGERIA. *International Journal of Entrepreneurship*, **26** (1), 1-16.

## F

Facon P., 2023. *Le Coin des Entrepreneurs*. L'entreprise individuelle – guide pratique. En ligne : <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/entreprise-individuelle-guide-pratique/> . Consulté le : 20/06/2023.

Facon P., 2021a. *Le Coin des Entrepreneurs*. Le plan d'action commercial : définition, construction et suivi. En ligne : <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/plan-daction-commercial/> . Consulté le : 20/06/2023.

Facon P., 2021b. *Le coin des Entrepreneurs*. Création d'entreprise : quels sont les obstacles et les difficultés ? . En ligne : <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/creation-dentreprise-obstacles-et-difficultes/> . Consulté le : 20/06/2023.

Failory, 2023. Startup Incubators: What Are They & The 15 Best Ones in 2023. En ligne : <https://www.failory.com/blog/startup-incubators> . Consulté le : 20/06/2023.

Farrukh M. et al., 2018. Entrepreneurial intentions The role of personality traits in perspective of theory of planned behaviour. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, **12** (3), 399-414. DOI : [10.1108/APJIE-01-2018-0004](https://doi.org/10.1108/APJIE-01-2018-0004).

FasterCapital, 2023. What are some common intellectual property issues faced by startups. En ligne : <https://fastercapital.com/content/What-are-some-common-intellectual-property-issues-faced-by-startups.html> . Consulté le : 20/06/2023.

Fernando J., 2023. *Investopedia*. Balance Sheet: Explanation, Components, and Examples. En ligne : <https://www.investopedia.com/terms/b/balancesheet.asp> . Consulté le : 20/06/2023.

Ferrando-Latorre S. et al., 2019. Intergenerational Transmission of Entrepreneurial Activity in Spanish Families. *Journal of Family and Economic Issues*, **40**, 390-407.

Ferreira AdS. M. et al., 2016. Individual and contextual predictors of entrepreneurial intention among undergraduates: a literature review. *CADERNOS EBAPE BR*, **15** (2), 292-308. DOI : [10.1590/1679-395159595](https://doi.org/10.1590/1679-395159595).

Frederick H. et al., 2019. *Entrepreneurship*. 5<sup>th</sup> Asia-Pacific Edition. Cengage. En ligne : [https://books.google.fr/books?hl=en&lr=&id=wm15DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=entrepreneurship&ots=CZmqFo2NTo&sig=yMrlg3dhCaV8PFHwq4KQDH-Eglw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=entrepreneurship&f=false](https://books.google.fr/books?hl=en&lr=&id=wm15DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=entrepreneurship&ots=CZmqFo2NTo&sig=yMrlg3dhCaV8PFHwq4KQDH-Eglw&redir_esc=y#v=onepage&q=entrepreneurship&f=false) . Consulté le : 20/06/2023.

*Full Scale*, 2020. Risk Analysis for Startups. En ligne : <https://fullscale.io/blog/risk-analysis-for-startups/> . Consulté le : 20/06/2023.

## G

Garcia-Rodriguez F. et al., 2022. Parents' support for children's entrepreneurial behavior: incentivizing the next generation of entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. DOI : <https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2022-0452>.

George N.M. et al., 2016. A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors. *International Entrepreneurship Management Journal*, **12**, 309–350. DOI : [10.1007/s11365-014-0347-y](https://doi.org/10.1007/s11365-014-0347-y).

Ginieres M., 2021. *MYSAAM*. Couveuse d'entreprises : définition, avantages et limites. En ligne : <https://www.my-saam.com/couveuse-entreprise-definition-avantages/> . Consulté le : 20/06/2023.

Granger L., 2023. *ManagerGo !*. Qu'est-ce que le Minimum Viable Product (MVP) ?. En ligne : <https://www.manager-go.com/gestion-de-projet/mvp.htm> . Consulté le : 20/06/2023.

Gunnars C.. *Stock Analysis*. Cash-Flow Statement. En ligne : <https://stockanalysis.com/term/cash-flow-statement/> . Consulté le : 20/06/2023.

*Guide Création d'Entreprise*. Qu'est-ce qu'une pépinière d'entreprise et comment ça fonctionne ?. En ligne : <https://guide-creation-entreprise.fr/pepiniere-entreprise-definition-et-avantages/> . Consulté le : 20/06/2023.

## H

Hasa I., 2022. *Shopify*. 5 Challenges of Entrepreneurship—And How To Overcome Them. En ligne : <https://www.shopify.com/blog/challenges-of-entrepreneurship> . Consulté le : 20/06/2023.

Hasan S. et al., 2019. Conversations and idea generation: Evidence from a field experiment. *Research Policy*, **48** (9), 1-65. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.103811>.



Hayes A., 2023. *Investopedia*. Cash Flow Statement: How to Read and Understand It. En ligne : <https://www.investopedia.com/terms/c/cashflowstatement.asp> . Consulté le : 20/06/2023.

*Hubspot for Start-ups*, 2023. What Is an Incubator? A Complete Guide for Startups. En ligne : <https://www.hubspot.com/startups/resources/what-is-an-incubator> . Consulté le : 20/06/2023.

Hueso J.A. et al., 2020. The influence of collectivistic personal values on the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Tropical Futures*, 38 (5), 449-473. DOI : <https://doi.org/10.1177/0266242620903007>.

## I

Ijeoma H.S. et al., 2020. The Impact of Entrepreneurial Motives on Adaptability and Resilience of SMEs in Rivers State. *International Journal of Advanced Academic Research | Social and Management Sciences*, 6 (3), 65-82.

Indeed Editorial Team, 2022. *Indeed*. How To Do A Market Analysis in 7 Steps (With Tips). En ligne : <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/how-to-do-a-market-analysis> . Consulté le : 20/06/2023.

Indeed Editorial Team a, 2023. *Indeed*. How To Identify Your Target Demographics. En ligne : <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/target-demographic> . Consulté le : 20/06/2023.

Indeed Editorial Team b, 2023. *Indeed*. 6 Psychographics Examples for Proper Marketing Segmentation. En ligne : <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/psychographics-examples> . Consulté le : 20/06/2023.

*INSEE (Institut National de la statistique et des études économiques)*. Sole proprietorship. En ligne : <https://www.insee.fr/en/metadonnees/definition/c1606> . Consulté le : 20/06/2023.

## J

[27] *JuriPresse*, 2018. DÉFINITION D'UNE SARL (SOCIÉTÉ À RESPONSABILITÉ LIMITÉE). En ligne : [https://www.juripresse.com/definition/sarl](#) .

<https://www.juripresse.fr/blog/definition-d-une-sarl-societe-a-responsabilite-limite/> .

Consulté le : 20/06/2023.

## K

Kah S. et al., 2022. Entrepreneurial motivations, opportunities, and challenges: An international perspective. *Journal of African Business*, **23** (2), 380-399. DOI : <https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1838835>.

Kelly L. & Dorian M., 2017. Doing Well and Good: An Exploration of the Role of Mindfulness in the Entrepreneurial Opportunity Recognition and Evaluation Process. *New England Entrepreneurship Journal*, **20** (2), 25-35.

Khalid S. & Sekiguchi T., 2018. The Role of Empathy in Entrepreneurial Opportunity Recognition: An Experimental Study in Japan and Pakistan. *Journal of Business Venturing Insights*, **9** (3), 1-9. DOI : [10.1016/j.jbvi.2017.11.001](https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.11.001).

Kiwili. Les difficultés liées à l'entrepreneuriat. En ligne : <https://www.kiwili.com/fr/Blog/post/les-problemes-que-rencontrent-les-auto-entrepreneurs/> . Consulté le : 20/06/2023.

Ko S. & Butler J.E., 2007. Creativity: A key link to entrepreneurial behavior. *Business Horizons*, **50** (5), 365-372. DOI : [10.1016/j.bushor.2007.03.002](https://doi.org/10.1016/j.bushor.2007.03.002).

Kopp C.K., 2023. *Investopedia*. How companies make money ?. En ligne : <https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp> Consulté le : 20/06/2023.

[Kwilman M., 2021. *Softwarehut*. How to Build Your MVP: A Step-By-Step Guide. En ligne : <https://softwarehut.com/blog/business/mvp-development> . Consulté le : 20/06/2023.

## L

Les Echos Solutions, 2022. *Les Echos Solutions*. Quels sont les obstacles financiers que doit surmonter tout créateur d'entreprise ?. En ligne : <https://solutions.lesechos.fr/financement-assurance/c/quels-sont-les-obstacles-financiers-que-doit-surmonter-tout-createur-dentreprise-29687/> . Consulté le : 20/06/2023.

Li Y. & Ahlstrom D., 2020. Risk-taking in entrepreneurial decision-making: A dynamic model of venture decision. *Asia Pacific Journal of Management*, **37** (3), 899–933. DOI : <https://doi.org/10.1007/s10490-018-9631-7>.

Lin J. & Nabergoj A.S., 2014. A Resource-Based View of Entrepreneurial Creativity and Its Implications to Entrepreneurship Education. *Economic And Business Review*, **16** (2), 163-182. DOI : <https://doi.org/10.15458/2335-4216.1277>.

Lin Y., 2023. *Oberlo*. 10 ENTREPRENEUR STATISTICS YOU NEED TO KNOW IN 2023 [INFOGRAPHICS]. En ligne : <https://www.oberlo.com/blog/entrepreneur-statistics> . Consulté le : 20/06/2023.

Liu Z. et al., 2019. Buddhist entrepreneurs and new venture performance: the mediating role of entrepreneurial risk-taking. *Small Business Economics*, **52**, 713-727. DOI : <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9981-4>.

Lindquist M.J. et al., 2014. Why Do Entrepreneurial Parents Have Entrepreneurial Children ? *Journal of Labor Economics*, **33** (2), 269-296.

Love Moses C. et al., 2016. Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions : The Moderating Role of Passion. *The Social Sciences*, **11** (5), 645-653.

## M

Macko A. & Tyszka T., 2009. Entrepreneurship and Risk Taking. *APPLIED PSYCHOLOGY: AN INTERNATIONAL REVIEW*, **58** (3), 469–487. DOI : [10.1111/j.1464-0597.2009.00402.x](https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2009.00402.x).

Mahto R.V. & McDowell W.C., 2018. Entrepreneurial motivation: a non-entrepreneur's journey to become an entrepreneur. *International Entrepreneurship Management Journal*, **14**, 513-526. DOI : <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0513-8>.

Maine E. et al., 2015. The role of entrepreneurial decision-making in opportunity creation and recognition. *Technovation*, **39-40**, 53-72. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.02.007>.

Manchanda A., 2022. *Net Solutions*. A Step-by-Step Guide to Build a Minimum Viable Product (MVP). En ligne : <https://www.netsolutions.com/insights/how-to-build-an-mvp-minimum-viable-product-a-step-by-step-guide/> . Consulté le : 20/06/2023.

March L., 2023. *SimilarWeb*. How to do Market Analysis in 6 Easy Steps. En ligne : <https://www.similarweb.com/blog/research/market-research/how-to-do-market-analysis/> . Consulté le : 20/06/2023.

Marques I.C.P. & Ferreira J.J.M., 2020. Digital transformation in the area of health: systematic review of 45 years of evolution Digital transformation in the area of

health: systematic review of 45 years of evolution. *Health & Technology*, 1-15. DOI: [10.1007/s12553-019-00402-8](https://doi.org/10.1007/s12553-019-00402-8).

Martins I. et al., 2021. Developing orientation to achieve entrepreneurial intention: A pretest-post-test analysis of entrepreneurship education programs. *The International Journal of Management Education*, **20** (2), 1-15 . DOI : <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100593>.

MasterClass, 2021. *MasterClass*. Business Incubator vs. Startup Accelerator: What's the Difference ?. En ligne : <https://www.masterclass.com/articles/incubator-vs-accelerator-guide> . Consulté le : 20/06/2023.

McFarlane J., 2016. Chapter 2 : Economic Theories of Entrepreneurship. *Enterprise: Concepts and Issues*, 1-4.

Mehmood T. et al., 2019. SCHUMPETERIAN ENTREPRENEURSHIP THEORY: EVOLUTION AND RELEVANCE. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25 (4), 1-10.

*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique a*. L'entreprise individuelle (EI), un statut pour créer une entreprise facilement. En ligne : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/statut-entreprise-individuelle> . Consulté le : 20/06/2023.

*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique b*. La société par actions simplifiée (SAS), un statut souple et une responsabilité limitée aux apports. En ligne : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/societe-actions-simplifiee-SAS> . Consulté le : 20/06/2023.

*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique c*. La société par actions simplifiée unipersonnelle (SASU), des démarches facilitées. En ligne : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/societe-par-actions-simplifiee-unipersonnel-le-sasu> . Consulté le : 20/06/2023.

*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique d*. La société à responsabilité limitée (SARL), un statut avec un apport minimum flexible. En ligne : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/societe-responsabilite-limitee-sarl> . Consulté le : 20/06/2023.

*Ministère de l'Economie des Finances Et de la Souveraineté Industrielle et Numérique e*. L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL), un statut à

associé unique à fort potentiel d'évolution. En ligne : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/entreprise-unipersonnelle-responsabilite-limitee-EURL> . Consulté le : 20/06/2023.

Mishra A. et al., 2023. Global Entrepreneurship in Healthcare : A Systematic literature review and bibliometric analysis. *Global Business and Organizational Excellence*, 1-13. DOI: [10.1002/joe.22193](https://doi.org/10.1002/joe.22193).

Murphy P.J. & Marvel M., 2008. The opportunity-based approach to entrepreneurial discovery research. 169-191.

## N

Newman A. et al., 2021. Entrepreneurial Passion: A Review, Synthesis, and Agenda for Future Research. *APPLIED PSYCHOLOGY: AN INTERNATIONAL REVIEW*, **70** (2), 816-860. DOI : [10.1111/apps.12236](https://doi.org/10.1111/apps.12236).

Nguyen & Cuong, 2018. Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention: Vietnamese business students are different: Why ? . *Journal of Global Entrepreneurship Research*, **8** (10), 1-17. DOI : <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0097-3>.

Nicolaou N. et al., 2008. Is the Tendency to Engage in Entrepreneurship Genetic ? . *Management Science*, **54** (1), 167-179.

Nicolaou N. et al., 2010. ENTREPRENEURSHIP AND OCCUPATIONAL CHOICE: GENETIC AND ENVIRONMENTAL INFLUENCES. *Journal of Economic Behavior and Organization*, **76** (1), 1-33. DOI : [f10.1016/j.jebo.2010.02.009](https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.009)

Norton Jr. W.I & Moore W.T., 2006. The Influence of Entrepreneurial Risk Assessment on Venture Launch or Growth Decisions. *Small Business Economics*, **26** (3), 215-226. DOI : [10.1007/s11187-004-5612-y](https://doi.org/10.1007/s11187-004-5612-y).

## O

[26] Ouchallal M., 2022. *LegalPlace*. Définition de la Société à Responsabilité Limitée (SARL). En ligne : <https://www.legalplace.fr/guides/definition-sarl/#:~:text=La%20soci%C3%A9t%C3%A9%20responsabilit%C3%A9%20limit%C3%A9e%20est%20une%20soci%C3%A9t%C3%A9,unipersonnelle%2C%20appel%C3%A9e%20entreprise%20uni>

[personnelle%20%C3%A0%20responsabilit%C3%A9%20limit%C3%A9e%20%28EUR%29](#). Consulté le : 20/06/2023.

## P

Palmer C., 2019. *Lucidchart*. SECURITY AT A STARTUP: HOW TO CONDUCT A PRACTICAL RISK ANALYSIS. En ligne : <https://www.lucidchart.com/techblog/2019/09/04/startup-security-conduct-risk-analysis/>. Consulté le : 20/06/2023.

Parsons N., 2021. *LivePlan*. How to Conduct a Market Analysis in 4 Steps — 2023 Guide. En ligne : <https://www.liveplan.com/blog/market-analysis-in-4-steps/>. Consulté le : 20/06/2023.

*Peep Strategy*. Marketing Plan – Definition. En ligne : <https://peepstrategy.com/>. Consulté le : 20/06/2023.

Pereira D., 2023. *The Business Model Analyst*. Business Model – What is it and How it works ?. En ligne : [https://businessmodelanalyst.com/business-model/#What\\_is\\_a\\_business\\_model](https://businessmodelanalyst.com/business-model/#What_is_a_business_model). Consulté le : 20/06/2023.

Petrakis P. & Kafka K., 2016. Entrepreneurial Creativity and Growth. *Entrepreneurship Practice-Oriented Perspectives*. DOI : <http://dx.doi.org/10.5772/65453>.

Pôle Emploi. *Les pépinières d'entreprise*. En ligne : <https://www.pole-emploi.fr/actualites/le-dossier/pratique/creation-ou-reprise-dentreprise/creer-son-entreprise/les-pepinieres-dentreprise.html>. Consulté le : 20/06/2023.

*Portail – Auto-entrepreneur*, 2023. Pépinière d'entreprises : que faut-il savoir ?. En ligne : <https://www.portail-autoentrepreneur.fr/academie/creation-auto-entreprise/pepiniere-entreprise>. Consulté le : 20/06/2023.

## R

Ramezanpour S. et al., 2014. INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITY RECOGNITION AND ENTREPRENEURIAL CAPITALS. *International Journal of Asian Social Science*, 4 (5), 598-613.

Revella A., 2023. *Hotjar*. Psychographics and personas: how to get to the truth about why people buy. En ligne : <https://www.hotjar.com/blog/psychographics-in-marketing/>. Consulté le : 20/06/2023.

Réseau Entreprendre. *Les Echos Executives*. L'executive summary ou l'art de présenter votre projet. En ligne : <https://business.lesechos.fr/outils-et-services/guides/guides-levee-de-fonds/l-executive-summary-200190.php>. Consulté le : 20/06/2023.

Ridha R.N. & Wahyu B.P., 2016. Entrepreneurship intention in agricultural sector of young generation in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, **11** (1), 76-89. DOI : [10.1108/APJIE-04-2017-022](https://doi.org/10.1108/APJIE-04-2017-022).

Rocha V., 2012. The Entrepreneur in Economic Theory: From an Invisible Man Toward a New Research Field. *FEP WORKING PAPERS*, 1-34.

Rudaz P., 2022. Entrepreneurship & Innovation in the New Health Economy. *The New Frontier in Entrepreneurship*, **2**, 1-37.

## S

Santos S.C. et al., 2023. How digitalization reinvented entrepreneurial resilience during COVID-19. *Technological Forecasting and Social Change*, **189** (2), 1-15. DOI : [10.1016/j.techfore.2023.122398](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122398).

Santoro G. et al., 2020. Exploring the relationship between entrepreneurial resilience and success: The moderating role of stakeholders' engagement. *Journal of Business Research*, **199**, 142-150. DOI : <https://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.052>.

Sassetti S. et al., 2021. The rhythm of effective entrepreneurs' decision-making process. The pathways of alertness scanning and search and cognitive style. A mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, **18** (2), 555–578. DOI : <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00759-1>.

SBA Compta, 2018. *SBA. TOP 7 des défis d'entrepreneurs et comment les surmonter*. En ligne : <https://www.smallbusinessact.com/blog/challenge-entrepreneur-surmonter/>. Consulté le : 20/06/2023.

Simpeh, 2011. Entrepreneurship theories and Empirical Research: A summary Review of the Literature. *European Business Journal Management*, **3**, 1-8.



*Simplifoo*, 2022. Couveuse d'entreprise : comment ça marche ?. En ligne : <https://www.simplifoo.fr/entreprendre-simplement/creer-son-entreprise/aides-creation-entreprise/couveuse-entreprise> . Consulté le : 20/06/2023.

Sledzik K., 2013. SCHUMPETER'S VIEW ON INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP. SSRN *Electronic Journal*, 89-95. DOI: [10.2139/ssrn.2257783](https://doi.org/10.2139/ssrn.2257783).

*SmallBusinessify*. What Is An Accelerator In Business ?. En ligne : <https://smallbusinessify.com/what-is-an-accelerator-in-business/> . Consulté le : 20/06/2023.

*SoWeFund*, 2018. Les structures d'accompagnement pour les start-ups. En ligne : <https://sowefund.com/guide-entrepreneur/structure-accompagnement-startup> . Consulté le : 20/06/2023.

Stobierski T., 2020a. *Harvard Business School Online*. HOW TO READ & UNDERSTAND AN INCOME STATEMENT. En ligne : <https://online.hbs.edu/blog/post/income-statement-analysis> . Consulté le : 20/06/2023.

Stobierski T., 2020b. *Harvard Business School Online*. HOW TO READ & UNDERSTAND A CASH FLOW STATEMENT. En ligne : <https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-read-a-cash-flow-statement> . Consulté le : 20/06/2023.

Stobierski T., 2020c. *Harvard Business School Online*. HOW TO PREPARE A BALANCE SHEET : 5 STEPS FOR BEGINNERS. En ligne : <https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-prepare-a-balance-sheet> . Consulté le : 20/06/2023.

Su X. et al., 2020. To Be Happy: A Case Study of Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Process from the Perspective of Positive Psychology. *Sustainability*, **12** (2), 584-611 DOI : <https://doi.org/10.3390/su12020584>.

Suratno et al., 2019. The Analysis of the Effect of Entrepreneurship Education, Perceived Desirability, and Entrepreneurial Self-Efficacy on University Students' Entrepreneurial Intention. *Universal Journal of Educational Research*, **7** (11), 2507-518. DOI : [10.13189/ujer.2019.071131](https://doi.org/10.13189/ujer.2019.071131).

*SurveyMonkey*. Psychographics and how to use them in marketing and product development. En ligne : <https://www.surveymonkey.com/market-research/resources/using-psychographics/> . Consulté le : 20/06/2023.



## T

Tallman E.W. & , 1992. Human Capital Investment And Economic Growth: New Routes in Theory Address Old Questions. *Economic Review (Federal Reserve Bank of Atlanta)*, **77** (5), 1-12.

Tambunan D.B. & Wang P., 2022. Arbitrage vs innovation opportunity analysis among MSMEs actors in Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, **25** (2), 365-380.

Taormina R.J. & Lao S.K.M., 2007. Measuring Chinese entrepreneurial motivation Personality and environmental influences. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, **13** (4), 200-221. DOI : [10.1108/13552550710759997](https://doi.org/10.1108/13552550710759997).

TechTarget. What is a Business Model ?. En ligne : <https://www.techtarget.com/whatis/resources/Business-Strategies> . Consultée le : 20/06/2023.

The Business Plan Shop a. How to do a market analysis for a business plan. En ligne : [https://www.thebusinessplanshop.com/blog/en/entry/market\\_analysis\\_for\\_business\\_plan#demographics](https://www.thebusinessplanshop.com/blog/en/entry/market_analysis_for_business_plan#demographics) . Consulté le : 20/06/2023.

The Business Plan Shop b. Executive Summary : la partie clé du business plan. En ligne : [https://www.thebusinessplanshop.com/blog/fr/entry/executive\\_summary](https://www.thebusinessplanshop.com/blog/fr/entry/executive_summary) . Consulté le : 20/06/2023.

The George Washington University, 2022. The Future of Entrepreneurship and Healthcare. En ligne : <https://healthcaremba.gwu.edu/blog/entrepreneurship-in-healthcare/> . Consulté le : 20/06/2023.

Thornton M. et al., 2013. How Entrepreneurship Theory Created Economics. *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, **16** (4), 401-420.

## V

Vedere D'Auria L., 2023. HubSpot. Comment établir un plan d'action commercial ? (+ exemple). En ligne : <https://blog.hubspot.fr/sales/plan-action-commercial> . Consulté le : 20/06/2023.

Vianeo, 2022. 4 méthodes pour trouver des idées pour sa future start-up. En ligne : <https://www.lancetonidee.com/trouver-des-idees-startup/> . Consulté le : 20/06/2023.

Vidal M., 2020. MelanieVidal. Comment développer un mindset d'entrepreneur ?. En ligne : <https://melanievidal.com/developper-mindset-entrepreneur/> . Consulté le : 20/06/2023.

## W

Wacano, 2021. Incubateur, Pépinière, Hôtel d'entreprises : quelles différences ?. En ligne : <https://wacano.co/incubateur-pepiniere-hotel-dentreprises-queelles-differences/> . Consulté le : 20/06/2023.

Wach K. & Wojciechowski L., 2016. Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurial Business Economics Review*, 4 (1), 83-94. DOI : <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040106>.

Wagner M., 2023. *Captain Contrat*. Quel est l'intérêt de créer une SAS (Société par Actions Simplifiée) ?. En ligne : <https://www.captaincontrat.com/creer-son-entreprise/sas/interet-choix-statut-sas> . Consulté le : 20/06/2023.

WallStreetMojo Team a. *WallStreetMojo*. What is a Market Analysis. En ligne : <https://www.wallstreetmojo.com/market-analysis/> . Consulté le : 20/06/2023

WallStreetMojo Team b. *WallStreetMojo*. What is a Marketing Plan ?. En ligne : <https://www.wallstreetmojo.com/marketing-plan/> . Consulté le : 20/06/2023.

Weaver A., 2020. *Foundr*. How to Use Design Thinking to Find Your Next Big Tech Startup Idea. En ligne : <https://foundr.com/articles/building-a-business/ecommerce/find-your-tech-startup-idea#> . Consulté le : 20/06/2023.

Wikikrea – *Creerentreprise*, 2019. Couveuse d'entreprise : définition, avantages, inconvénients. En ligne : <https://www.creerentreprise.fr/couveuse-entreprise-definition-avantages-inconvenients/> . Consulté le : 20/06/2023.

Wikikrea – *Creerentreprise*, 2023. Démarrer en pépinière d'entreprise : un tremplin !. En ligne : <https://www.creerentreprise.fr/definition-pepiniere-entreprise/> . Consulté le : 20/06/2023.

Wilden R. and al., 2018. *Healthcare Entrepreneurship*. Routledge. En ligne : [https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=-lcPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=entrepreneurship+in+health+care&ots=\\_uhfyFbbO1&sig=zaPzD2apjDDRDBY-8ohBM](https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=-lcPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=entrepreneurship+in+health+care&ots=_uhfyFbbO1&sig=zaPzD2apjDDRDBY-8ohBM)

[pllhM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=entrepreneurship%20in%20health%20care&f=false](#) . Consulté le : 20/06/2023.

Willson N., 2022. QS TOP MBA. What is a Startup Incubator? Its Types And Services. En ligne : <https://www.topmba.com/blog/what-startup-incubator> . Consulté le : 20/06/2023.

Wise J., 2023. *EarthWeb*. HOW MANY STARTUPS ARE CREATED EACH YEAR? (WORLDWIDE STATS). En ligne : <https://earthweb.com/how-many-startups-are-created-each-year/> . Consulté le 20/06/2023.

Woiceshyn J., 2011. A Model for Ethical Decision Making in Business: Reasoning, Intuition, and Rational Moral Principles. *Journal of Business Ethics*, **104**, 311-323.

*Wolters Kluwer*, 2016. Les cinq risques juridiques les plus courants pouvant affecter votre entreprise. En ligne : <https://www.wolterskluwer.com/fr-fr/expert-insights/the-5-most-common-legal-risks-that-can-impact-your-business> . Consulté le : 20/06/2023.

Wyrwich M., 2015. Entrepreneurship And The Intergenerational Transmission Of Values. *Small Business Economics*, **45** (1), 191-213.

## Y

Yahyaoui I., 2019. NEXEA. What is a Business Accelerator? Definition & Meaning. En ligne : <https://www.nexea.co/definition-meaning-of-a-business-accelerator/> . Consulté le : 20/06/2023.

## Z

Zaleskiewicz T. et al., 2020. Entrepreneurial Risk Taking Is Related to Mental Imagery: A Fresh Look at the Old Issue of Entrepreneurship and Risk. *Applied Psychology*, **69** (4), 1-35. DOI : <https://doi.org/10.1111/apps.12226>.

Zhao S. et al., 2021. Entrepreneurial Passion Psychology-Based Influencing Factors of New Venture Performance. *Frontiers in Psychology*, **12**, 1-11. DOI : <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.696963>.

## Annexes

*Annexe I : Présentation générale des entrepreneurs et de leurs start-ups*

Nom de la Startup	Fondateur(s)/trice(s)	Description de la solution
Kolibri	Amélie QUILICHINI & Gabriel DUMY	Nouvelle génération de bioréacteurs spécifiquement conçus pour manipuler des cellules de mammifères. En s'appuyant sur les ondes acoustiques, la technologie permet d'augmenter le rendement tout en réduisant les coûts de production.
Extome	Mahuna AKPLOGAN	Logiciel IA permettant de prédire les flux de patients et d'anticiper les hospitalisations non-programmées
SignalMed+	Didier KOZAK	Algorithmes intelligents permettant de surveiller et de prédire les états cérébraux à des fins de soins médicaux et de prévention. Les principales applications sont consacrées au contrôle optimal de l'anesthésie et à la prédiction de l'issue de divers types de comas.
ByeBlues	Daniela VERRA & Domitile BOUDARD	La lampe Bye Blues baby est un dispositif permettant aux nouveaux parents de lutter contre le "blues". Elle émet une lumière spécialement paramétrée pour préserver les rythmes naturels du corps humain pendant la nuit.
FilBoost	Myriam BLOUET	Solution sonore et individuelle aidant les salariés à avancer dans leurs tâches tout en réduisant leur stress.
E-tonus	Aurélien FROMM	Dispositif portable et autonome ayant une action inédite sur le corps humain et plus spécifiquement sur le système nerveux.
Back Learning	Hadia RIPOLL & Alexandre SPIRIET	Logiciel IA guidant pas à pas l'utilisateur vers un parcours de soins unique. L'algorithme analyse les données et prévient ce dernier s'il y a nécessité d'être réorienté vers un médecin.
Escensi	Armand COLLIER	Dispositif "Sunrise" est un luminaire détectant toute situation de chutes, d'inactivités et d'errance. Principalement, chez les personnes âgées.

## *Annexe II : Le guide d'entretien*

### Thème 1 : Présentation de l'enquête et de son parcours

(1) Pourriez-vous me donner un aperçu rapide de votre carrière avant cette startup ?

### Thème 2 : L'entrepreneuriat

(2) Comment l'idée/le concept de cette startup vous est venue en tête ?

### Thème 3 : Les facteurs à l'origine du projet

(3) Quels sont les principaux facteurs qui vous ont influencé dans la création de ce projet ?

### Thème 4 : Les obstacles inhérents à la création d'entreprise et la preuve de résilience

(4) Lors de la création de votre structure, quels étaient les obstacles majeurs que vous avez rencontrés ?

(5) Quels sont les principaux moyens que vous avez envisagés pour faire face à ces derniers ?

### Thème 5 : La prise de décision

(6) A ce sujet, comment prenez-vous des décisions de manière générale ?

(7) Quel est l'impact d'un événement inattendu sur vos prises de décisions ?

### Thème 6 : Bonus

(8) Est-ce qu'il y aurait d'autres aspects de « la psychologie entrepreneuriale » que nous n'avons pas abordés et qui vous semblent importants ?

### *Annexe III : Entretien semi-directif avec Akplogan M., fondateur de la société Extome*

Le 23 Mars 2023, durée : 22 minutes, en visioconférence, Akplogan M., fondateur de la société Extome.

#### **(1) Pourriez-vous me donner un aperçu rapide de votre carrière avant cette startup ?**

Bon moi j'ai une formation à la base qui a une formation en intelligence artificielle donc je suis ingénieur de formation et puis après je fais un doctorat en intelligence artificielle et suite à cela j'ai travaillé en tant qu'ingénieur de recherche pour des groupes industriels notamment dans le domaine de l'édition de logiciel et ensuite j'ai dirigé la recherche et l'innovation ou différents éditeurs de logiciels avant de décider de passer à mon compte.

#### **(2) Comment l'idée/le concept de cette startup vous est venue en tête ?**

La première chose déjà pour rester en fait ça se passe pas du jour au lendemain donc pour la première chose c'est déjà je vous dis ma première entreprise je l'ai créé très très jeune. J'avais tout juste fini mon bac quand j'ai fait ma première entreprise, je devais avoir 18 ans et donc voilà, la fibre entrepreneuriale, je l'ai toujours eu moi par exemple donc voilà donc créer quelque chose ça a toujours fait partie de mon ADN si j'ai fait de la recherche c'est aussi quelque part parce que j'aime bien créer des choses par moi-même et tout au long de ma carrière j'ai toujours ressenti un peu cette frustration de ne pas de ne pas créer quelque chose combiné au fait que quand vous travaillez pour quelqu'un au bout d'un certain temps, il y a quand même l'envie d'impacter autrement et l'impossibilité de pouvoir réaliser ce que j'ai envie de faire dans certains groupes qui fait que je me suis dit « Pourquoi ne pas le faire moi-même ? » petit 1 c'est beaucoup plus fun et petit 2 bon je serai un peu recommandé décidé un peu de l'avenir.

#### *C'était surtout pour une certaine liberté et indépendance ?*

Ah oui mais c'était une liberté dans le choix de ce que je fais si j'ai envie de partir sur des idées farfelues j'ai envie de le faire et je n'ai pas envie forcément de rendre compte à quelqu'un parce que ce serait risqué financièrement.

#### **(3) Quels sont les principaux facteurs qui vous ont influencé dans la création de ce projet ?**

Après si je veux pas faire de marketing en fait des idées parce que c'est ce qu'on fait en fait souvent en fait une espèce de storytelling de dire qui était à tel endroit j'ai vu tel problème je me suis dit je vais le résoudre et cetera moi ça je pense que ma 1ère fibre a été de créer, je veux faire quelque chose, je veux le faire par moi-même donc voilà et après la question c'est : qu'est-ce qu'il faut faire et là j'ai navigué entre différentes idées et quand je travaillais est-ce que je faisais c'est que je crée je monte et je crée même des projets je travaille dessus j'ai analysé pour voir s'il y a un marché il y a pas un marché jusqu'à ce qu'un matin sur la base d'une discussion avec un collègue de bureau je me suis rendu compte que lui il avait en fait des problèmes aux urgences, c'était son souci principal. Il avait des problèmes aux urgences parce qu'il avait des urgences pédiatriques qui prenaient beaucoup de temps et donc il venait le lendemain à l'école. A l'école, je voulais dire au bureau, nous raconter que « Oui, c'était la galère, que c'était compliqué et cetera » ce dont je parle c'était en 2017, un petit moment et là je me suis dit : « Tiens pourquoi ne pas mettre en place une solution qui permettra d'aider à réguler le flux des patients dans l'hôpital » les jeunes papa qui galère à trouver les hôpitaux dans lesquels il y a le moins d'attente » et puis je suis parti sur cette idée j'ai commencé à creuser en me disant: "Qu'est-ce que je peux apporter et comment est-ce que je peux prédire les arrivées ? Est-ce que c'est des flux prédictifs ?" et j'ai mis en fait ma technicité que j'avais au service de ce sujet, j'y ai travaillé la nuit pendant très longtemps en étant salarié et j'ai vu que ça a donné des résultats. Et ce que j'ai fait ensuite, c'est que je me suis fait des prospectus et puis j'ai fait le tour de tous les hôpitaux de l'AP HP en leur disant « Tiens, je m'appelle comme ça maintenant et j'ai envie de faire ça ». C'était génial, c'était une bonne idée et du coup, j'ai trouvé qu'il y avait le marché et par la suite, j'ai déposé ma démission dans mon boulot et dit "Coucou, je m'en vais".

#### **(4) Lors de la création de votre structure, quels étaient les obstacles majeurs que vous avez rencontrés ?**

Bah des obstacles, il y a que ça d'ailleurs ! Il n'y a que des obstacles. Les premières personnes que moi j'ai rencontré m'ont dit "Oui mais ce que vous voulez faire c'est pas ça, je pense qu'il ne faut pas faire ça comme ça parce que c'est une mauvaise idée et nous on n'a pas envie de vous filer nos données pour faire ça" donc vous imaginez bien quand vous venez avec beaucoup d'enthousiasme et puis le spécialiste du métier vous dit "Ben non c'est une mauvaise idée". En tout cas lui, il vous filera pas ses données pour le faire, vous en faites un deux et vous tombez sur un troisième qui vous dit "Ah ouais c'est génial" et cette troisième personne en fait c'est peut-être celle qui vous maintient un peu en vie et puis la 4e, la cinquième vous dit que c'est pas une bonne idée. Après vous lisez des études, on vous dit "Ah tiens, en Norvège, on fait déjà ça comme ça et ça marche bien". Vous vous dites "Ah tiens peut-être que c'est parce que je suis pionnier" et en fait vous vous nourrissez de petits bouts d'espoir sur un chemin qui est un peu parsemé de plein d'embûches



donc il faut croire à son idée, il faut croire que vous avez peut-être vu avant d'autres personnes ce qu'il faut faire et il faut persévérer dans ce sens si vous y croyez ou peut-être arrêter, après je ne dis pas de continuer quand on a des mauvaises idées mais en tout cas, voilà donc le premier obstacle c'est vraiment les interactions que vous avez avec les professionnels du métier qui vous disent que c'est pas la bonne approche ou ce n'est pas la bonne solution et le deuxième obstacle, c'est financier. C'est de dire, un projet comme celui-là bah il faut le financer il faut des développeurs, il faut accepter déjà de gagner beaucoup moins par rapport à ce que vous gagnez habituellement et il faut accepter de le faire et gagner beaucoup veut dire que vous divisez votre salaire par 2 voir par 3 voilà. Moi, dans mon cas c'était par 3. Et derrière voilà, les enjeux financiers et puis après l'autre obstacle, c'est que vous n'êtes pas détenteur de tout savoir c'est-à-dire que créer une entreprise ce n'est pas juste avoir une idée. C'est pouvoir gérer toutes les dimensions, surtout quand vous êtes un solo-entrepreneur, c'est pouvoir gérer toutes les dimensions au départ : les aspects financiers, les aspects RH, les aspects techniques et technologiques et tout. Trouver un écosystème à construire, avec qui s'associer pour qu'il n'y ait pas de problème et voilà. Moi sur mon chemin j'ai rencontré de bonnes personnes comme j'ai rencontré des personnes qui ne m'ont pas beaucoup aidé dont des partenariats, des collaborations qui ont échoué. Il y en a eu plusieurs, il faut savoir s'entourer légalement, juridiquement pour être sûr que, en fait, votre projet ne percute pas juste parce que vous n'avez pas vu les bonnes associations. Donc c'est un chemin qui est parsemé d'embûches mais c'est un chemin qui est aussi hautement stimulant.

*Et c'est surtout le goût du challenge.*

En fait, c'est plus que le challenge parce que le challenge par moment ça peut se transformer en folie meurtrière voir suicidaire mais en fait, non moi je pense que j'ai envie de faire quelque chose et je crois vraiment en l'idée que j'ai même si ça ne se voit pas tous les jours que c'est la bonne idée, peut-être que je suis en déphasage avec 90% des personnes mais j'ai 10 % de personnes qui me disent que c'est ça qu'il faut faire et ces personnes sont des visionnaires aussi. Je ne me sens pas challenger du tout, par contre parfois je me sens peut-être incompris et je suis persuadé que l'idée que j'ai aujourd'hui c'est ce qui va fonctionner et après je ne suis pas fou non plus... C'est-à-dire que j'ai eu cette idée en 2017 et quand il y a eu le covid en 2020, je me suis dit "Oh dommage...pourquoi je n'ai pas démissionné en 2017". J'aurais été mature pour apporter ma solution avant le covid et là j'aurais été "successful".

*Et c'était là justement la bonne période pour lancer ce projet ?*

J'aurais bien voulu être fou plus tôt pour être sûr que j'aurais fini mon développement pile-poil quand le covid arrive et là j'aurais pu dire "Coucou, moi j'y ai pensais voilà la solution elle existe, elle est finie, elle est financée" mais par contre quand le covid est arrivé mais je me suis pris une claque parce que les hôpitaux

étaient tous ben focus sur d'autres sujets, gérer le quotidien et à ce moment-là, elle pouvait pas lancer de projet donc j'ai dû attendre que cette vague passe encore et survivre parce que le risque est justement de mourir pendant cette période avant de continuer donc oui voilà pour vous dire que non c'est un chemin qui parsemé d'embûches. Il faut y croire, voilà jusqu'au bout jusqu'au jour où n'y croyez plus et vous arrêtez tout et vous faites autre chose mais ça fait partie aussi de l'exercice savoir s'arrêter et puis faire autre chose après.

C'est vrai que enfin moi dans mon cas j'avais fait un examen je parle vraiment de exercices et pas mise en situation on avait un module qui s'appelait justement création d'entreprise et on devait faire le rire une idée et avec une équipe de 10 et le souci c'est qu'on devait prendre contact avec des professionnels de santé pour pouvoir exposer notre idée et justement comme vous l'avez mentionné il dégrade bah il dégrade l'idée tout simplement ils disent que oui bah l'idée elle n'est pas viable ou sinon elle n'est pas réalisable et au final c'est vrai que de temps en temps ça a tendance à faire perdre espoir à la personne mais sur le nombre de personnes que nous avons interviewé il y avait au moins 5 ou 6 personnes qui disait bah finalement et c'est une bonne idée et quelques mois après on avait vu qu'il y avait un article qui avait été sorti dessus. En fait voilà c'est ça, c'est un peu la réalité de l'entrepreneuriat quelque part.

### **(6) A ce sujet, comment prenez-vous des décisions de manière générale**

?

Il y a beaucoup, je veux dire il y a une grosse partie de l'intuition. L'entrepreneuriat, c'est un métier assez solitaire donc il y a une bonne partie des décisions finalement c'est juste vous qui avez l'intuition. Si c'est financier, ça va très vite soit vous avez les moyens soit vous n'avez pas les moyens. Tout dépend donc de la nature de la décision. Si, par exemple, c'est un recrutement bah, c'est le feeling que vous avez avec la personne mais le feeling n'est pas une garantie donc voilà mais par contre sur les idées de fonctionnalités ou ce genre de choses ou la maturité du marché, c'est très simple pour le coup vous commander des études. Moi, je me base beaucoup sur les études, je commande des études ou je fais mes études par moi-même et je regarde non seulement en France, dans les pays européens, aux États-Unis ce qui se passe en général, quelles sont les tendances et puis sur cette base, j'évalue si c'est quelque chose qui va fonctionner en France ou pas. Mais ouais, cette décision de savoir " est-ce que ça va fonctionner en France ou pas ?" et voilà c'est juste votre intuition en fait. Par contre, si vous regardez ce qui se passe sur les autres marchés, vous savez qu'il y a beaucoup de choses. Quand ça commence aux États-Unis, ça finit toujours en France 5 à 10 ans après mais voilà donc parfois, vous pouvez sonder des idées de cette manière-là. L'analyse de la concurrence de comment vos concurrents ont échoué, ça ça n'a pas de prix. Il faut les regarder constamment, vos concurrents, donc faut être très très près d'eux et

moi, souvent ce que je fais c'est fin je regarde la concurrence pour savoir sur quoi je dois investir, je regarde la technologie pour voir si elle est mature parce que j'ai plutôt un profil on va dire technique à la base, technologique ou scientifique peu importe mais en tous cas, je sais mettre les mains dans le cambouis s'il faut. Pour certaines décisions ben je regarde l'état de l'art, pour d'autres, je regarde l'état du marché et puis pour d'autres c'est du feeling parce que c'est l'humain, vous ne pouvez pas formaliser en fait la façon de faire car c'est un ressenti et financièrement, ben ça c'est très simple. Votre banquier vous dit oui vous y allez, s'il vous dit non vous ne pouvez pas vous demander à la famille et cetera ou vous n'avez pas les moyens vous ratez ou sinon, attendez un peu et vous ré-adaptez votre roadmap.

*Du coup, vous structurez à partir d'une méthode par plan.*

Effectivement, par typologie de sujets. Il y a des choses sur lesquelles on peut être rationnel, par exemple, en utilisant l'étude marché, ça ne se trompe pas. Ces choses-là on peut les regarder et les suivre. D'autres choses, vous n'avez aucune garantie car, en fait, c'est votre expérience qui parle donc vous poser des questions, vous discutez avec les gens et là vous êtes plutôt pseudo-intuitif mais à la fin de la journée, on a une décision à prendre et vous savez très bien qu'il y a des risques derrière et vous les assumez. Surtout ça ! Il faut les assumer et puis continuer... On n'échoue jamais vraiment en fait.

*En soi, si vous avez toujours un raisonnement logique et cohérent il y a peu de chance que les décisions soient mauvaises, non ?*

Des mauvaises décisions, on en prend beaucoup ! Je pense que DE TOUTES les décisions que vous allez prendre, bah par exemple, sur 1000 décisions que vous allez prendre peut-être que vous en avez 900 qui sont mauvaises. C'est surtout qu'on est dans l'incertain.

Parfois, il y a des décisions qui sont simples "Est-ce que je recrute une personne en plus ?" ou "Est-ce que je dois faire appel à un sous-traitant pour tel sujet ?". Bon ce sont des décisions sur lesquelles vous ne pouvez pas vous tromper parce que c'est un besoin en fait. Si vous ne le faites pas, vous mourrez ! Si vous le faites, ben vous avez une chance de réussir. Ces décisions ne peuvent pas être mauvaises. Après la mauvaise décision peut être "Est-ce que j'ai pris la bonne personne ?". Si vous décidez d'ajouter une fonctionnalité dans votre produit vous regardez par exemple ce qui se passe aux États-Unis et vous dites "Ah ouais les américains l'ont fait alors je le fais en France". Ben vous avez 1 chance sur 2 pour une raison simple c'est que dans le domaine hospitalier, le système américain n'est pas du tout le même que le système français. Si vous recopiez exactement ce qu'ils font vous allez vous tromper si vous voyez ce que je veux dire. En gros, on prend beaucoup de mauvaises décisions, beaucoup beaucoup de mauvaises décisions mais ce n'est pas très grave. L'idée c'est de les prendre très vite et de savoir les corriger très vite. En fait, il n'y a jamais une décision que je prends qui est immuable ou qui ne change jamais.

On regarde une décision pragmatique à court terme pour lesquelles on a un moyen donc je ne prends pas de grandes ambitions en gros. Les grandes idées où on va faire ça dans 3 ans, je ne le fais pas moi. Moi, je prends pragmatiquement une décision qui va impacter mes deux trois prochaines semaines, voilà si c'est du recrutement c'est plus long mais bon ce n'est pas grave. Mais vous voyez c'est plus un choix d'implémentation sur les deux trois semaines "Qu'est-ce qu'on peut faire ?" et puis on corrige donc j'ai une approche assez agile dans ma façon de piloter mes entreprises justement pour atténuer le risque de faire des gros investissements parce que je sais que ce que j'ai décidé aujourd'hui c'est 1 chance sur 2 que ben à la fin de la période, ça pourrait ne pas fonctionner. Par contre, comme je suis assez agile, ben je corrige donc je vais prendre beaucoup de décisions mais des petites décisions très très petites "Est-ce que je fais ça ?" ou "Je ne fais pas ça ?" "Est-ce que lui je le mets sur tel projet ou pas ?" "Est-ce que cette fonctionnalité, on va la développer dans ce sens ?" ou "Dans quel sens ?" et puis on regarde les petits résultats qu'on a sur le bout de chemin et puis on avance. Parfois, au bout d'une semaine, on sait que "Non, non, ce n'est pas la bonne approche". On corrige et on fait autre chose et on est agile mais on prend beaucoup de mauvaises décisions. Moi, j'en ai pris beaucoup beaucoup dans le choix de mes partenaires. J'en ai pris beaucoup beaucoup.

*C'est cette preuve d'adaptabilité et cette preuve d'agilité qui vous a permis de vous développer alors ?*

Oui c'est ça. C'est surtout ça qui permet d'avancer car, en fait, on est dans un monde incertain où il faut prendre des décisions qui sont robustes au changement.

**(8) Est-ce qu'il y aurait d'autres aspects de « la psychologie entrepreneuriale » que nous n'avons pas abordés et qui vous semblent importants ?**

Moi il y a une chose... qui est en tout cas la chose la plus importante pour moi c'est l'objectif. Quand on crée une société, notre objectif c'est de gagner beaucoup d'argent mais si c'est la seule motivation, il ne faut pas le faire parce que justement ce que vous aurez au début c'est la perte d'argent en tout cas dans le monde où je suis, le monde de l'édition de logiciel. On met du temps à rentabiliser. La première chose c'est qu'il faut quand même être assez gouverné par sa passion et l'envie de faire ce que l'on fait au quotidien. Comme c'est un métier assez solitaire, il faut pouvoir se lever le matin même si la veille vous vous endormez avec beaucoup de frustrations. Le lendemain, vous devez être au top d'une manière ou d'une autre donc il faut aimer ce que l'on fait. ça c'est un peu moi, mon ADN. Qu'il pleuve ou qu'il neige ou au fond du trou, le lendemain je me réveille en me disant "Ecoute, c'était hier ! Maintenant, on est bon, on va changer ça et on avance". Donc, c'est important d'être passionné par ce que l'on fait et ne pas être guidé que par l'argent

car un piège. L'argent, on ne va pas l'obtenir tout de suite et on va devoir résister assez longtemps pour en avoir donc.

*Oui, je suis totalement d'accord avec vous. C'est surtout le temps de rendre la structure stable Il faut donc faire des sacrifices et ceux qui sont motivés uniquement par l'argent vont abandonner assez rapidement leurs projets.*

## Annexe IV : Tableau d'analyse des résultats des différents entretiens semi-directifs

Typologie	Société	Verbatim
<b>1.1</b> Passion	BackLearning	<b>A8</b> : Si demain, je devais revenir avec un CDI, je trouverais du boulot. Je ne m'en fais pas spécialement, mais ça m'embêterait parce que j'adore ce que je fais aujourd'hui et que je suis hyper épanouie.
	ByeBlues	<b>B3</b> : Je suis une entrepreneuse de toute la vie, j'ai déjà créé des business et c'est surtout les défis qui me plaisent.
	E-Tonus	<b>B8</b> : Toute ma vie j'ai vendu des trucs même si ce n'était pas des startups, je suis vendeuse dans l'âme depuis que j'ai 8 ans. <b>D3</b> : Cette nouvelle invention qui est complètement folle.
	E-Tonus	<b>D3</b> : De pouvoir pousser sa profession au maximum, c'est à dire que moi je suis passionnée. Ça m'a toujours passionnée et c'est surtout de pouvoir découvrir, de pouvoir mettre le doigt sur quelque chose qui, à un moment donné, fait changer considérablement votre prise en charge et vos plans de traitement avec une efficacité accrue qui est sans précédent et donc c'est stimulant.
		<b>D8</b> : Je crois que quand vous lancez, il faut être passionné parce que si vous ne l'êtes pas, vous n'irez pas loin. Et justement, si vous êtes passionné et que vous croyez en votre projet et que vous savez que ça va fonctionner, bah y a pas de raison que ça ne marche pas.
		<b>E2</b> : J'avais tout juste fini mon bac quand j'ai fait ma première entreprise, je devais avoir 18 ans et donc voilà, la fibre entrepreneuriale, je l'ai toujours eu moi. Créer quelque chose ça a toujours fait partie de mon ADN.
	Extome	<b>E4</b> : J'ai envie de faire quelque chose et je crois vraiment en l'idée que j'ai même si ça ne se voit pas tous les jours que c'est la bonne idée, peut-être que je suis en déphasage avec 90% des personnes mais j'ai 10 % de personnes qui me disent que c'est ça qu'il faut faire et ces personnes sont des visionnaires aussi.
		<b>E8</b> : La première chose c'est qu'il faut quand même être assez gouverné par sa passion et l'envie de faire ce que l'on fait au quotidien. Comme c'est un métier assez solitaire, il faut pouvoir se lever le matin même si la veille vous vous endormez avec beaucoup de frustrations. Le lendemain, vous devez être au top d'une manière ou d'une autre donc il faut aimer ce que l'on fait. Qu'il pleuve ou qu'il neige ou au fond du trou, le lendemain je me réveille en me disant "écoute, c'était hier ! Maintenant, on est bon, on va changer ça et on avance".
		<b>E2</b> : Et j'ai voulu en fait aller plus loin sur ces sons, faire des choses plus complexes, plus agréables à écouter. Et, en fait, les proposer autour de moi parce que je trouvais que c'était vraiment quelque chose de formidable, qui aidait beaucoup.
		<b>G1</b> : Après l'objet de la boîte, c'est beaucoup de réflexions personnelles. J'ai su, qu'en fait, moi ce qui me plaît de faire c'est : des machines, donc la boîte ça ne pouvait pas être une appli ni un site mais bien un produit physique. Et les conditions qui m'animait, ça faisait que c'était forcément quelque chose d'appliquer en santé et du coup, orienté bio production, notamment parce que c'est là où je pensais que vous pouviez avoir le plus d'impact.
<b>1.2</b> Motivation	BackLearning	<b>A8</b> : Enfin, moi j'ai une première personne dans mon équipe qui travaille pour la communication. Il faut qu'elle soit motivée et donc ça passe forcément par le fait que moi-même je sois motivé, c'est normal.
	ByeBlues	<b>B3</b> : Pratiquement, cette absence de solution sur le marché et l'existence d'un vrai problème de santé qui nous a motivés à créer une entreprise.
	SignalMed+	<b>H1</b> : Alors ce qui m'a motivé à partir dans l'aventure, d'abord un, c'est le produit. Je me suis projeté sur le produit final qui est un produit technologique. Donc là c'est vraiment quelque chose qui me parle bien. Je pense que le projet, le projet apporte de la valeur donc ça c'était important pour moi.
	BackLearning	<b>A4</b> : En fait un obstacle, c'est juste une façon de mieux rebondir.
	ByeBlues	<b>B3</b> : La majorité des situations sont des échecs, ce sont plus des échecs que de bonnes choses mais on a eu beaucoup de succès par la suite.
	Escensi	<b>G6</b> : Je me suis dit, dans tous les cas, si jamais ça rate, je retourne, je recommence les études, je continue et je reprends là où j'ai arrêté.
	E-Tonus	<b>D8</b> : L'entrepreneuriat, c'est du challenge ! Si ça ne marche pas, ce n'est pas grave, je me relève.
		<b>E4</b> : Vous vous dites "Ah tiens peut-être que c'est parce que je suis pionnier" et en fait vous vous nourrissez de petits bouts d'espoir sur un chemin qui est un peu parsemé de plein d'embûches donc il faut croire à son idée.
	Extome	<b>E4</b> : Il faut y croire voilà jusqu'au bout jusqu'au jour où n'y croyez plus et vous arrêtez tout et vous faites autre chose mais ça fait partie aussi de l'exercice savoir s'arrêter et puis faire autre chose après.
		<b>F4</b> : Le premier challenge c'est de dépasser sa peur en fait, parce que du coup, on fait face à des à, à des besoins qu'on n'avait pas avant. De passer à commercial quand on est administratif, c'est très dur. Enfin, c'est pas du tout la même mentalité. Et ce n'est pas la même vision des choses. Du coup, il faut se dépasser et il faut aller au-dessus de sa peur de d'échouer.
<b>1.3</b> Résilience		<b>G1</b> : On part d'un postulat ou d'un problème et on construit en fait de manière itérative dessus jusqu'à avoir répondu, ou alors montrer que l'approche n'était pas la bonne et de recommencer et cetera.
		<b>A1</b> : Moi, pour l'expérience client, je faisais une lettre manuscrite pour les remerciers et leur souhaiter la bonne année.
		<b>G1</b> : Le côté créatif, c'est à dire l'airait vers la création de projet, je l'ai depuis beaucoup plus longtemps. Ce qui me plaît beaucoup, c'est de partir de quasiment rien. Imaginez des choses d'avoir des hypothèses, commencer à bricoler une machine, voir si ça marche, lirez dessus, et cetera, jusqu'à un certain point. Et donc, c'est ce côté là que je retrouve dans l'entrepreneuriat.
<b>1.4</b> Créativité	BackLearning	
	Kolibri	



1. Mentalité	1.4 Créativité	BackLearning	A1 : Moi, pour l'expérience client, je faisais une lettre manuscrite pour les remercier et leur souhaiter la bonne année.
		Kolibri	G1 : Le côté créatif, c'est-à-dire l'attrait vers la création de projet, je l'ai depuis beaucoup plus longtemps. Ce qui me plaît beaucoup, c'est de partir de quasiment rien. Imaginez des choses d'avoir des hypothèses, commencer à bricoler une machine, voir si ça marche, léter dessus, et cetera, jusqu'à un certain point. Et donc, c'est ce côté-là que je retrouve dans l'entrepreneuriat.
	1.5 Intention	BackLearning	A1 : Mais j'avais toujours cette envie de revenir à l'entrepreneuriat.
		Esensi	C1 : Parce qu'on savait qu'on allait monter une boîte. On a toujours voulu entreprendre.
	BackLearning	FilBoost	F1 : Et du coup, à force de développer mes compétences à un moment, je me suis dit que j'étais tout à fait compétente pour gérer une société tout simplement.
		ByeBlues	A1 : Je faisais les 2 en en parallèle mon CDI plus plus l'entrepreneuriat.
	Esensi	B2 : En fait, l'idée de ByeBlues, on l'avait il y a peu près 9 ans donc c'est il y a très très longtemps.	
		C2 : Et donc, on s'est lancé comme ça avec rien au début et petit à petit, on a fait un prototype et c'est là que c'est vraiment devenu notre métier à temps plein.	
	E-Tonus	C6 : Je pense qu'en 2023, on va on va réussir à avoir un produit commercialisable.	
		D1 : Moi je pars de la clinique pour remonter ensuite à l'expérimental et plus tard, à la donnée scientifique et au dogme scientifique.	
	E-xtreme	D3 : Ça serait une erreur, peut-être une erreur du siècle de ne pas y aller. Et encore, je pèse mes mots, surtout si c'est une découverte qui change un petit peu l'existence de la santé.	
		E3 : C'était génial, c'était une bonne idée et du coup, j'ai trouvé qu'il y avait le marché et par la suite, j'ai déposé la démission dans mon boulot et dire "Coudou, je m'en vais"	
	Kolibri	G1 : Et en fait, après une première expérience en start-up sur une application justement hors biologie cellulaire, j'ai décidé de lancer mon propre truc parce que j'avais la conviction que ce que je savais faire pouvait être plus utile.	
		F3 : Une envie de montrer que c'était possible.	
	BackLearning	A8 : Aller de l'avant, avoir cette capacité de voir le verre à moitié plein plutôt qu'à moitié vide parce que sinon on n'y arrive pas.	
		A4 : Et puis c'est important de crever l'abcès très très rapidement pour pouvoir avancer et rester avec une même stratégie. Prendre des décisions rapidement pour ne pas rester bloqués trop longtemps dans un axe.	
E-xtreme	E6 : On regarde une décision pragmatique à court terme pour lesquelles on a un moyen donc je ne prends pas de grandes ambitions en gros.		
	F8 : Et après moi, pour moi, ce qui est important aussi, c'est d'organiser les choses. De créer son propre système de notation, de suivi.		
ByeBlues	B8 : Je pense que si notre corps nous envoie des signaux d'alarme c'est parce qu'il y a des choses qui nous inquiètent parce que ça change quand même... il faut un changement de vie. Il faut s'écouter en fait et puis se faire confiance.		
	C6 : Mais je n'y ai même pas trop réfléchi en fait parce que je me suis dit "C'est ça qu'il faut que je fasse et pas autrement"		
E-Tonus	D6 : D'ailleurs il faut être humble, c'est à dire qu'il faut savoir se dire que l'on ne sait pas tout et qu'il reste peut-être un élément manquant que l'on n'a pas considéré et qui permettrait de résoudre la problématique		
	G8 : Et du coup, il y a une culture de l'entrepreneuriat du « si j'ai réussi, c'est que forcément tout ce que je sais, ça vaut de l'or et c'est une culture de "Je vais donner des conseils tout le temps, tout le temps". Peu importe de quoi tu parles, souvent, ça va finir à « je vais te conseiller sur ce qu'il faut faire, et cetera ». Et le problème, c'est que c'est louable de base, ce n'est pas des mauvaises intentions mais surtout dans des domaines aussi variés que les nôtres où nous, on est vraiment avec une histoire très spécifique.		
E-xtreme	E2 : Quand vous travaillez pour quelqu'un au bout d'un certain temps, il y a quand même l'envie d'impacter autrement et l'impossibilité de pouvoir réaliser ce que j'ai envie de faire dans certains groupes qui fait que je me suis dit « Pourquoi ne pas le faire moi-même ? » C'était une liberté dans le choix de ce que je fais si j'ai envie de partir sur des idées farfelues j'ai envie de le faire et je n'ai pas forcément envie de rendre compte à quelqu'un parce que ce serait risqué financièrement.		
	E6 : Moi, je me base beaucoup sur les études, le commande des études ou je fais mes études par moi-même et je regarde non seulement en France, dans les pays européens, aux Etats-Unis ce qui se passe en général, quelles sont les tendances et puis sur cette base, j'évalue si c'est quelque chose qui va fonctionner en France ou pas.		
E-xtreme	E6 : En gros, on prend beaucoup de mauvaises décisions, beaucoup beaucoup de mauvaises décisions mais ce n'est pas très grave. L'idée c'est de les prendre vite et de savoir les corriger très vite.		
	SignalMed+	H1 : Il y a toujours l'esprit start-up. La possibilité de voir un projet grandir et avec des objectifs ambitieux. C'est un challenge qui m'a plu.	

		<b>A2 :</b> On voyait qu'il y avait un vrai besoin de créer cette première start-up.
BackLearning		<b>A2 :</b> Alors là, c'était plus ras-le-bol décliné de notre équipe où tous les jours, à l'hôpital, ils voient des gens arriver beaucoup trop tard à l'hôpital ou qui auraient pu éviter l'opération s'ils avaient été mieux orientés dans leur parcours de soins, s'ils avaient fait de la prévention et du coup qui auraient pu éviter des paralysies post-opératoire.
ByeBlues		<b>B3 :</b> Alors moi personnellement c'est l'absence de produits adaptés sur le marché.
Escensi	<b>2.1</b> Reconnaissance d'opportunités	<b>C2 :</b> Il y avait quelque chose à faire parce qu'en fait sur le marché il n'y avait vraiment rien du tout.
E-Tonus		<b>D1 :</b> La difficulté sur les patients c'était de se dire qu'en fait, on ne voyait pas grand chose, c'est à dire que j'avais beau appliquer les plans de traitements comme j'avais pu les apprendre, il y avait une réelle difficulté de terrain, on n'arrivait pas à pérenniser l'efficacité des traitements.
Extome		<b>E3 :</b> Un matin sur la base d'une discussion avec un collègue de bureau je me suis rendu compte que lui il avait en fait des problèmes aux urgences, c'était son souci principal... Et là je me suis dit : « Tiens pourquoi ne pas mettre en place une solution qui permettrait d'aider à réguler le flux des patients dans l'hôpital ».
BackLearning		<b>A1 :</b> Et donc il y a un moment donné, je me suis dit, Bah non, je me lance à plein temps dans ma boîte.
ByeBlues		<b>A4 :</b> Mais on se pose pas forcément des questions parce que, du jour au lendemain, on peut se dire : on quitte un CDI. Avoir un chômage, avoir un enfant en bas âge, ce n'est pas évident, c'est un vrai risque !
Escensi	<b>2.2</b> Prise de risque	<b>B3 :</b> Moi je suis seule, j'ai deux enfants et c'était un facteur qu'il fallait vraiment que je prenne en compte du coup pour savoir si je me lance ou pas.
		<b>C2 :</b> On s'est dit, vas-y, c'est intéressant, ça, l'air cool, on peut-on peut essayer de se lancer dedans. On s'est dit « Vas-y, il y a vraiment quelque chose » et donc on s'est lancé comme ça et on a fait ça.
		<b>C4 :</b> Mais, on se disait « Si on ne prend pas le risque maintenant, on ne va jamais le prendre donc autant créer ».
		<b>C6 :</b> Quand j'ai arrêté le droit et l'école de commerce sans avoir de diplôme donc c'était une des grosses décisions que certains ne prendraient jamais et n'oseraient pas prendre.
E-Tonus		<b>D3 :</b> L'enjeu, mon éthique, ma morale a fait que quand il fallait y aller et il faut y aller !
Extome		<b>D1 :</b> J'ai continué à travailler et j'ai quitté, par la suite, mon assistantat. J'ai monté un premier cabinet tout seul pour lequel j'étais donc à l'initiative puis il a grossi.
	<b>2. Comportement</b>	<b>E4 :</b> J'ai dû attendre que cette vague (COVID-19) passe encore et survivre parce que le risque est justement de mourir pendant cette période avant de continuer donc oui voilà pour vous dire que non c'est un chemin qui parsemé d'embûches.
Kolibri		<b>G3 :</b> Mon père m'a bien remonter les bretelles quand je lui ai dit que je quittais mon CDI pour monter une boîte.

		<b>A1 :</b> Et donc il y a un moment donné, je me suis dit, Bah non, je me lance à plein temps dans ma boîte.
BackLearning		<b>A2 :</b> On a créé une première start-up. Il y a 7 ans et qui était toujours sur les pathologies du dos.
ByeBlues		<b>A6 :</b> En fait, on se constituait petit à petit et on voit l'importance de communiquer, c'est évident mais pas tant que ça. On a donc mis des outils en place, on a slack pour avoir plein de channels différents où on partage tout, on fait des complexes-rendus et des réunions.
Escensi		<b>B2 :</b> On a participé à un Hackathon de santé qui s'appelait "Hacking Health Camp".
		<b>C2 :</b> On s'est dit, vas-y, c'est intéressant, ça, l'air cool, on peut essayer de se lancer dedans. On s'est dit « Vas-y, il y a vraiment quelque chose » et donc on s'est lancé comme ça et on l'a fait.
		<b>C6 :</b> Quand j'ai arrêté le droit et l'école de commerce sans avoir de diplôme donc c'était une des grosses décisions que certains ne prendraient jamais et n'oseraient pas prendre.
	<b>2.3</b> Prise de décision	<b>C6 :</b> On peut prendre un projet de sous-traitance à côté, on va faire du dev pour un autre boîte, ça va nous rapporter tant d'argent. La plus grosse décision qu'on n'a pas à prendre, c'est ce qu'on se concentre à 100% sur notre produit ? Mais du coup, on va gagner de l'argent que dans longtemps. Ou alors est-ce que à côté on fait des projets de développement pour d'autres boîtes et du coup ça nous fait perdre du temps sur notre produit à nous.
E-Tonus		<b>D1 :</b> J'ai continué à travailler et j'ai quitté, par la suite, mon assistantat. J'ai monté un premier cabinet tout seul pour lequel j'étais donc à l'initiative puis il a grossi.
FitBoost		<b>D3 :</b> L'enjeu, mon éthique, ma morale a fait que quand il fallait y aller et il faut y aller !
		<b>F2 :</b> Donc j'ai cherché à acheter une société. C'est tout un processus et du coup, pendant un an, j'ai cherché une société à acheter.
Kolibri		<b>G1 :</b> J'ai décidé de lancer mon propre truc parce que j'avais la conviction que ce que je savais faire pouvait être plus utile.
		<b>G3 :</b> Mon père m'a bien remonter les bretelles quand je lui ai dit que je quittais mon CDI pour monter une boîte.
		<b>G6 :</b> Là ça va être de la demande d'avis, de conseils. Allez voir des personnes qui légalement s'y connaissent en financement pour essayer justement d'établir une stratégie de réponse.



		<p><b>A8</b> : Je repense encore à mes stress d'il y a un an quand on avait créé les statuts.</p> <p><b>F4</b> : Alors que t'en as, ils vont avoir des idées, ils vont l'avoir sérieusement, ils vont vraiment y réfléchir à fond mais ils ne vont jamais le faire.</p> <p><b>C4</b> : Je pense que le plus gros risque de l'entrepreneur, c'est de ne pas prendre conscience qu'il a peur en fait. Parce que quand on peut ne pas en avoir conscience, en fait, on ne voit même pas le problème.</p> <p><b>A2</b> : Parce que moi déjà pour payer mes études, je travaillais dans un hôpital les week-ends.</p> <p><b>A4</b> : Concrètement, un défi quotidien, c'est de ne pas avoir d'argent. On ne va pas se leurrer !</p> <p><b>B3</b> : Après la grande question à se poser, c'est si financièrement on a les épaules assez solide parce qu'on sait que créer une entreprise dans les premières années ce n'est pas très rentable financièrement et qu'il faut donc un backup.</p> <p><b>C4</b> : Après forcément, il y a la limite financière mais vu qu'on était étudiant, on a eu la chance d'être boursier donc ça m'a tenu un an en fait sans revenu et après, je bossais l'été.</p> <p><b>D4</b> : Les freins, ça a été l'accès au financement public et parce que je suis toujours en cours de demande.</p> <p><b>E4</b> : Le deuxième obstacle, c'est financier. C'est de dire, un projet comme celui-là bah il faut le financer il faut des développeurs</p> <p><b>E4</b> : Les premières personnes que moi j'ai rencontrées m'ont dit "Où mais ce que vous voulez faire c'est pas ça, je pense qu'il ne faut pas faire ça comme ça parce que c'est une mauvaise idée et nous on n'a pas envie de vous filer nos données pour faire ça"</p> <p><b>A2</b> : Je n'arrive pas forcément à vulgariser aussi le discours</p> <p><b>B2</b> : Challenger cette idée pour voir si ça pourrait être un business ou non. Sinon, on aurait arrêté ça parce que ça prenait trop de temps déjà.</p> <p><b>C4</b> : Les seules limites qu'on avait, c'était sur le sur le produit lui-même le fait que ça mettait du temps à se créer, que les premiers prototypes mettaient du temps à venir, qu'il y avait pas mal de limitations là-dessus.</p> <p><b>B4</b> : Quelque chose qui est un peu spécifique à notre projet c'est qu'on est un peu certain qu'il répond à une problématique de santé mais il y a plein de catégories. Et le problème c'est qu'on touche plusieurs domaines soit on est un industriel, si on est Tech ou autre.</p> <p><b>D8</b> : Parce que ces dispositifs, souvent, ils ne sont pas innovants, c'est-à-dire que ce ne sont pas des innovations de rupture, donc ils ne font que plagier des choses qui existaient déjà.</p> <p><b>G4</b> : La grosse difficulté, au début, ça a été de prouver que l'entreprise avait de la pertinence et surtout, que ce n'était pas du flan d'un point de vue scientifique.</p> <p><b>A4</b> : Après l'obstacle, il peut être sur l'équipe, ça peut être un vrai obstacle parce qu'on peut ne pas être d'accord en équipe et que c'est compliqué des fois de gérer ça</p> <p><b>A6</b> : Au départ on était tous les 5 décisionnaires et puis, on s'est rendu compte que non ça avançait pas</p> <p><b>D4</b> : Des obstacles avant la start-up, ça a été la compréhension du projet auprès des prestataires. Moi, j'avais certains besoins en électroniques et le prestataire était un ingénieur en électronique pour lequel nous n'avons pas le même langage.</p> <p><b>F6</b> : En fait, mon associé, c'est mon mari, donc moi je me suis associée avec mon mari. On a un enjeu important et on a fait au départ appel à une coach pour réussir à travailler correctement ensemble et ne pas empiéter sur le privé.</p> <p><b>H8</b> : Chaque partenaire peut avoir des objectifs complètement différents. Et ça, c'est un problème s'ils ne sont pas alignés. C'est surtout qu'il y aura un conflit au niveau des points de vue, au niveau décisionnel.</p> <p><b>B4</b> : En fait, je dirais que c'est difficile de créer une startup si tu n'as pas accompagné.</p> <p><b>E4</b> : Il y a eu plus, il faut savoir s'entourer légalement, juridiquement pour être sûr que, en fait, votre projet ne percuté pas juste parce que vous n'avez pas vu les bonnes associations.</p> <p><b>B4</b> : Au-delà de l'obstacle financier, je pense qu'il y a aussi le manque d'expérience. On maîtrisait vraiment la partie scientifique du projet mais il y a beaucoup de choses qu'on a dû apprendre en fait et qui nous ont pris du temps.</p> <p><b>D3</b> : Mais la difficulté va être de le faire valoir et de faire prendre confiance aux gens qui en ont besoin.</p> <p><b>E4</b> : Les premières personnes que moi j'ai rencontrées m'ont dit "Où mais ce que vous voulez faire c'est pas ça, je pense qu'il ne faut pas faire ça comme ça parce que c'est une mauvaise idée. Le premier obstacle c'est vraiment les interactions que vous avez avec les professionnels du métier qui, vous disent que c'est pas la bonne approche ou ce n'est pas la bonne solution.</p> <p><b>G4</b> : La boîte où j'étais avant, c'était la boîte de mes directeurs de thèse. Et du coup, ils t'ont pas voulu s'impliquer dans ma boîte parce qu'ils ne voulaient pas avoir de conflits d'intérêts.</p> <p><b>G8</b> : Une partie très compliquée d'un point de vue psyché pour ça a été : parmi le bruit ambiant que tous ces conseils touables et bien intentionnés font de trouver les informations pertinentes et ne pas se laisser divertir.</p> <p><b>H1</b> : Il y a une chose, c'est déjà dans la santé, tout est extrêmement lent, hein, c'est pas, c'est pas comme vous lancez le saïs pas lancer un projet, un produit technologique. On va dire que les processus de décision sont relativement rapides mais dans la santé, c'est extrêmement long, ça, c'est déjà un obstacle, c'est un mur !</p>
3.1 Psychologiques	BackLearning Escensi FilBoost	
3.2 Financières	BackLearning ByeBlues Escensi	
3.3 Légales/Réglementaires	E-Tonus E.xtome E.xtome BackLearning ByeBlues Escensi ByeBlues E-Tonus	
3.4 Liées au projet	ByeBlues E-Tonus	
3.5 Communication	Kolibri BackLearning E-Tonus FilBoost	
3.6 Liées à l'accompagnement	SignalMed+ ByeBlues E.xtome	
3.7 Manque d'expérience	ByeBlues	
3.8 Liées au marché	E-Tonus E.xtome	
3.9 Environnement	Kolibri SignalMed+	



*“En quoi le développement des valeurs intrinsèques d’un jeune entrepreneur favoriserait-il une prise de décision adéquate face aux contraintes liées au processus de création d’une start-up dans le domaine de la santé ?”*

Dans le secteur de la **santé**, les **jeunes entrepreneurs** saisissent les opportunités pour améliorer les soins en exploitant les avancées technologiques. Toutefois, réussir dans l’entrepreneuriat exige que l’on adopte une **mentalité** et un **comportement** spécifiques. Une enquête menée auprès de jeunes entrepreneurs de la santé a permis d’explorer en détail ce phénomène. L’étude a effectivement confirmé que la mentalité influence le comportement et plus précisément, la capacité de l’entrepreneur à **prendre des décisions** lorsque ce dernier fait face à des **contraintes** inhérentes à la **création d’entreprise**. Cette conclusion a, en ce sens, conduit à de nombreuses recommandations s’adressant à la fois aux chercheurs (ajustement des paramètres de l’étude) et aux aspirants entrepreneurs (mise en place d’un programme de développement personnel). Au travers de cette recherche, il est important de comprendre que l’entrepreneuriat ne réside pas uniquement dans la capacité à créer ou bien de gérer une structure car la dimension psychologique qui s’y cache occupe une place prépondérante.

**Mots-clés** : santé, jeunes entrepreneurs, mentalité, comportement, prise de décision, contraintes, création d’entreprise

*“How would the development of young entrepreneur intrinsic values promote adequate decision-making in the face of health start-up creation process-related constraints ?”*

In the healthcare sector, young entrepreneurs are seizing opportunities to improve care by exploiting technological advances. However, successful entrepreneurship requires a specific mindset and behavior. A survey of young healthcare entrepreneurs explored this phenomenon in detail. The study effectively confirmed that mentality influences behavior and, more specifically, the entrepreneur's ability to make decisions when faced with the constraints inherent in starting a business. This conclusion led to a number of recommendations addressed both to researchers (adjustment of study parameters) and to aspiring entrepreneurs (implementation of a personal development program). Through this research, it is important to understand that entrepreneurship does not only lie in the ability to create or manage a structure, as the psychological dimension behind it occupies a predominant place.

**Keywords** : health, young entrepreneurs, mentality, behavior, decision-making, constraints, starting a business