



Revue Belge

ISSN: 2593-9920



Volume 11 : Numéro 132

## **Prix entrepreneuriaux et financement des startups en Afrique : un mécanisme de signalisation et d'accompagnement ? Une étude multi-cas**

**Entrepreneurial Awards and Financing of Startups in Africa: A Signaling and Support Mechanism? A Multi-case Study**

**YOTA Rostand**

Enseignant chercheur

Institut Universitaire de Technologie Fotso Victor

Université de Dschang

Cameroun

**Date de soumission :** 03/09/2025

**Date d'acceptation :** 05/11/2025

**Digital Object Identifier (DOI) :** 10.5281/zenodo.17835002

## Résumé

Les travaux de recherche en entrepreneuriat ont largement mis en exergue l'amplification des besoins de financement des startups. Cet article a pour objectif d'appréhender le rôle joué par les prix entrepreneuriaux sur les startups en phase d'amorçage. Ces jeunes entreprises dont l'innovation et l'incertitude caractérisent souffrent au démarrage d'un problème de crédibilité et de méfiance des banques et autres créanciers potentiels. L'exploitation par analyse de contenu thématique de 10 lauréats nous a permis de conclure d'une part que les récompenses financières empochées lors de ces prix constituent des sources de financement réelles mais rarement abordées dans la littérature scientifique. Par ailleurs, il se trouve que l'attribution du prix, tout en favorisant la visibilité commerciale, joue un rôle de signal de qualité du projet et contribue à réduire le problème d'asymétrie de l'information avec les créanciers. Il ressort en fin que, l'accompagnement qui suit l'octroi de certains prix est un facteur clef de traction et de survie des projets bénéficiaires.

**Mots clés :** Startup – Prix entrepreneurial – Financement – Visibilité – Accompagnement

## Abstract

Entrepreneurship research has widely highlighted the growing financing needs of startups. This article aims to understand the role played by entrepreneurial prizes on startups in the seed phase. These young companies, characterized by innovation and uncertainty, suffer from a problem of credibility and mistrust from banks and other potential creditors at the start. The thematic content analysis of 10 winners allowed us to conclude, on the one hand, that the financial rewards pocketed during these prizes constitute real sources of financing but rarely addressed in the scientific literature. Furthermore, it turns out that the award of the prize, while promoting commercial visibility, plays a role in signaling the quality of the project and helps to reduce the problem of information asymmetry with creditors. Finally, it emerges that the support that follows the awarding of certain prizes is a key factor in the traction and survival of the beneficiary projects.

**Keywords :** Startup – Entrepreneurial award – Financing – Visibility – Support

## Introduction

Au même titre que les PME dans un pays, une attention particulière est accordée aux entreprises innovantes. En effet, l'innovation générée par cette catégorie d'entreprises constitue un levier de développement économique (Schumpeter, 1911) ainsi qu'un facteur primordial de la croissance et des performances de l'économie mondialisée (OCDE, 2007). Cependant, une abondante littérature théorique et empirique ne cesse d'élucider les pesanteurs et les contraintes de création et de développement de ces entreprises.

L'un des problèmes cruciaux concerne le manque de crédibilité. Ce déficit de crédibilité affecte aussi bien la commercialisation des produits que l'accès au financement. Or le financement est la ressource nécessaire à tout projet d'investissement. Malheureusement, le financement des investissements matériels et immatériels des entreprises à fort potentiel technologique constitue une problématique récurrente en sciences de gestion et en sciences économiques (Belze et Gauthier, 2000). Les premières années des startups sont caractérisées par un écart abyssal entre les besoins financiers et la disponibilité de capital d'investissement pour les entrepreneurs (Tahiri et Elabjani, 2024)). Les besoins de financement apparaissent très élevés en phase d'amorçage mais l'incertitude et l'intangibilité des actifs rendent difficile l'accès au financement (Planès et al., 2002). D'après Muriel (2003), le financement de l'innovation et des jeunes entreprises innovantes est toujours problématique pour les investisseurs à cause de l'incertitude qui pèse à la fois sur la technologie, la production et les marchés futurs. D'après Bekolo et Beyina (2009), s'il est déjà difficile pour une entreprise « ordinaire » d'accéder au crédit bancaire en vue de financer ses activités, la difficulté d'y parvenir est plus grande pour une entreprise innovante en raison surtout des risques d'ordre technologique et commercial auxquels elle est confrontée et qui augmentent sa probabilité de défaut de paiement de sa dette.

Les startups sont caractérisées par le besoin permanent de financement qui est accru par rapport aux autres entreprises (Heller, De Chadirac et Halaoui, 2019). En l'absence des garanties et d'autres signaux, les sources de financement typiques d'amorçage sont internes et concernent les fonds propres et le « love money » autrement appelé les 3F (family, friends and fools) ou encore « friends & family ». Leur statut d'entreprise en création, associé à la posture innovante de leur projet, renforce les traditionnels problèmes d'asymétrie d'information avec les créanciers externes (Hall, 2002). Cette posture implique une expertise

technique singulière afin d'évaluer le risque de l'investissement dans la mesure où les bailleurs de fonds traditionnels ne disposent pas d'informations passées sur l'entreprise leur permettant de se faire une idée sur sa performance (Savignac, 2007), ni des garanties suffisantes (Jacquin, 2003). Compte tenu de ces considérations, un certain nombre d'auteurs (Dosi, 1990 ; Bekolo et Beyina, 2009 ; Deffains-crapsky, 2011) préconisent le financement des entreprises innovantes par des structures spécialisées comme le business angels ou le capital-risque. Ces structures ont l'avantage d'apporter non seulement le capital, mais également une assistance au plan organisationnel et managérial.

L'accompagnement apparaît comme une réponse appropriée. Il a pour mission d'apporter des informations nécessaires au développement du projet, l'amélioration de son modèle économique et permet de légitimer le projet, notamment auprès des potentiels créanciers (Cuzin et Fayolle, 2004 ; Verzat, Gaujard et François, 2010).

La revue de la littérature sur l'accompagnement entrepreneurial révèle une pluralité d'approches et une hétérogénéité des aspects sollicités. Toujours est-il que la finalité reste et demeure d'assurer la survie et le rayonnement du projet entrepreneurial.

L'ensemble des développements précédents nous permettent de mettre en exergue la spécificité et les contraintes propres des startups. Le financement et l'accompagnement apparaissent comme des facteurs exogènes dignes d'intérêt. En référence à l'existence d'une relation entre la nature des actifs et leurs types de financement (Williamson, 1988) et compte tenu du fait que les besoins de financement varient selon le cycle de vie de la startup avec une accentuation en phase d'amorçage, nous voulons dans cet article aborder la question de l'apport des awards de l'entrepreneuriat. Ces prix qui se composent le plus souvent d'une récompense financière et d'un ensemble de mesures d'accompagnement nécessaires au démarrage du projet n'ont pas fait l'objet d'une attention particulière de la part des chercheurs, et principalement dans le contexte africain où les contraintes de financement de l'innovation se posent avec acuité (Andrea, 2018 ; Cruz, Pereina-Lopez et Salgado, 2023 ; Bousacour et Bouzeggou, 2024).

L'objectif de cet article est d'évaluer dans quelle mesure les prix entrepreneuriaux agissent comme signaux crédibles et sources de financement d'amorçage, et d'analyser le rôle médiateur de l'accompagnement sur la survie et la traction commerciale

Pour cela, il sera question de répondre à un certain nombre de questions légitimes : les récompenses financières empochées par les lauréats peuvent-elles constituer une contribution au besoin de financement de démarrage ? Le fait de remporter un prix peut-il crédibiliser le projet et réduire la méfiance du marché et des créanciers ? Quelles sont les mesures d'accompagnement utiles selon la phase du projet ?

Dans le développement qui suit, l'étude s'articule autour de trois parties. La première partie présente la revue de la littérature sur la problématique de financement des startups. La deuxième partie est consacrée à la présentation des aspects méthodologiques de la recherche. Enfin, la dernière partie sera consacrée à la présentation et à la discussion des principaux résultats obtenus.

## 1. Revue de la littérature

Les théories financières classiques et encore moins les prolégomènes de la finance entrepreneuriale ne tiennent suffisamment compte de la spécificité des startups. Dans l'état actuel de la littérature, le financement de l'innovation ne fait pas l'objet d'une théorie unifiée et structurée (Lachmann, 1992). Les startups sont des nouvelles entreprises pionnières avec des modèles d'affaires innovants nécessitant un investissement important. Bekolo et Beyina (2009) trouvent que les multiples travaux de recherche consacrés aux problèmes de financement de l'innovation ont privilégié l'aspect managérial au détriment de la dimension financière. La spécificité des innovations technologiques a conduit certains auteurs (Chabbal, 1994 ; Andrea, 2018), à suggérer le financement de ce type d'entreprise par des modes de financement non classiques. Le mécanisme de financement par capital risque qui en est un exemple typique, permet d'atténuer le problème d'agence entre les investisseurs et les entrepreneurs et tient compte des besoins de l'entreprise en fonction de son stade de développement tout en apportant une plus-value sur le plan managérial, financier, organisationnel (Bekolo et Beyina, 2009).

Le cadre de notre réflexion consistera à attribuer ces qualités aux awards de l'innovation et de l'entrepreneuriat. Un ensemble de théories nous offrent des perspectives intéressantes pour comprendre la problématique du financement des entreprises innovantes. Notre socle théorique repose sur la Trade Off Theory (Modigliani et Miller, 1963) ; la théorie d'agence avec le problème classique de l'asymétrie de l'information (Jensen et Meckling, 1976) ; la

théorie des couts de transaction (Coase, 1937 et Williamson, 1988) ; la théorie du signal (Ross, 1977 ; Leland et Pyle, 1977) ; l'approche par les ressources de base ou Resource Based View (Wernerfelt, 1984 ; Barney, 1986).

### **1.1. Les théories financières classiques : des approches fondées sur des hypothèses ne correspondant pas toujours à la réalité des startups**

L'ambition première des théoriciens de la structure financière des entreprises était d'expliquer la performance des entreprises par le dosage optimal entre les fonds propres et l'endettement de l'entreprise.

Après avoir affirmé en 1958 que ce dosage était neutre, Modigliani et Miller (1963) en prenant en considération le paramètre fiscal concluent que la structure financière optimale est obtenue avec un niveau d'endettement maximum. Cependant, ce modèle fondé sur la perfection des marchés est limité dans un contexte sans marché financier (Wanda, 2001).

La théorie du compromis issue des travaux de Myers (1984) préconise la prise en compte du coût de faillite et des coûts d'agence<sup>1</sup>(développés par Jensen et Meckling, 1976) dans la détermination d'un taux d'endettement optimal. Dès lors, la structure financière optimale qui maximise la valeur de la firme, se situe au niveau de l'écart maximal positif entre l'effet positif des coûts d'agence des fonds propres et l'effet négatif des coûts d'agence des dettes. En effet, si l'endettement permet de discipliner les dirigeants (ils doivent créer de la valeur pour rembourser les créanciers) par la réduction des coûts d'agence des fonds propres, il engendre par la même occasion des coûts d'agence de la dette qui diminuent la valeur de l'entreprise (Holmes et Kent, 1991).

La pertinence de la théorie du compromis est cependant limitée dans le contexte des startups innovantes du fait du manque de capital initial, de l'importance du risque de faillite accentué dans ce type d'activité, de l'accès difficile à l'endettement (Pettit et Singer, 1985 ; Ang, 1991). Par ailleurs, les coûts d'agence des fonds propres s'apprécient idéalement dans les sociétés ayant une séparation nette entre le management et la propriété. Dans le cas d'un propriétaire-gérant les coûts d'agence des fonds propres sont résiduels et seuls persistent les coûts

---

<sup>1</sup> Dans une relation d'agence (Jensen, M.C. et Meckling, W.H., 1976, p.312), les coûts d'agence se déclinent en coûts d'agence des fonds et en coûts d'agence des dettes. Les coûts d'agence des fonds sont les dépenses engagées par les actionnaires pour contrôler les comportements opportunistes des dirigeants tandis que les coûts d'agence des dettes sont des dépenses engagées par les créanciers pour discipliner les dirigeants et les actionnaires.

d'agence de la dette en cas d'endettement. Du coup, toute augmentation des fonds propres contribuerait à l'atténuation du coût d'agence de la dette bancaire. Les prix entrepreneuriaux comme les subventions étatiques non dilutives contribuent à cette atténuation car ils augmentent les apports personnels des porteurs individuels de projet.

D'un autre côté, la prise en compte de la théorie de l'information et de l'asymétrie de l'information dans la relation d'agence de Jensen et Meckling (1976) ont conduit à la conception de la théorie du signal par Leland et Pyle (1977) ainsi que Ross (1977). La théorie du signal considère que certains indicateurs sont perçus par les investisseurs potentiels comme des signaux émis par l'entreprise sur ses capacités financières et ses perspectives. Dans la littérature, deux principaux signaux ont été identifiés : la signalisation par le niveau de l'endettement de l'entreprise (Ross, 1977) et la signalisation par le degré d'implication du dirigeant lui-même dans le capital de l'entreprise (Leland et Pyle, 1977). La signalisation par le niveau d'endettement établit une corrélation entre la qualité de l'entreprise et le recours à l'endettement. L'endettement est interprété par les investisseurs comme un signal sur la confiance et la capacité des dirigeants à honorer les remboursements à l'échéance (Ross, 1977). De même, les créanciers sont rassurés lorsque le dirigeant est actionnaire, c'est-à-dire susceptible de perdre de l'argent en cas de mauvaise performance, Cependant, l'asymétrie de l'information entraîne des conséquences négatives comme des faibles valorisations de l'entreprise ou l'exigence des taux d'intérêt élevés par les bailleurs de fonds.

Dans le cas des startups, l'asymétrie de l'information est accrue par le besoin de confidentialité (protection de l'innovation par l'entreprise) et par l'importance de la composante immatérielle des actifs (comme les logiciels). L'innovation étant une donnée stratégique, les inventeurs seront tentés de ne pas dévoiler toutes les informations aux créanciers par peur de vol de leur projet. Hellmann et puri (2002) ont mis en évidence la récurrence du remplacement des fondateurs des entreprises par des PDG extérieurs dans les entreprises financées par capital risque. Cette méfiance met à mal les capacités des investisseurs potentiels à identifier les stratégies de ces entreprises fermées et à évaluer les opportunités de financement (Belletante et al., 2001). Ces derniers ont remis en cause l'aptitude de la théorie du signal dans sa conception actuelle à expliquer le financement des startups en soulignant que la fiscalité et les préférences des dirigeants étaient plus aptes à expliquer les décisions de financement des jeunes entreprises innovantes que les asymétries

d'information et l'émission de signaux. Par ailleurs, l'absence de marché financier ou la non-cotation des startups rendent moins efficaces les signaux (Bousacour et Bouzeggou, 2024). Au regard de toutes ces limitations, la posture de la présente recherche est d'admettre que l'attribution des awards constitue un signal externe envoyé aux potentiels investisseurs par les organisateurs des concours sur la qualité des projets primés.

Il serait possible d'utiliser des théories alternatives pour mieux comprendre la réalité des startups dans leurs comportements financiers.

### **1.1. Les théories alternatives réalistes : une autre approche et un autre cadre de réflexion**

La théorie du financement hiérarchique et la théorie du cycle de vie ont la capacité d'expliquer le financement des startups.

#### **1.1.1. Le financement hiérarchique entant que processus obligé pour les startups**

La théorie du financement hiérarchique (ou Pecking Order Theory) est l'œuvre de Myers (1984) et de Myers et Majluf (1984). Face à l'impasse de la quête d'une structure de financement optimale du fait de la remise en question des hypothèses des théories classiques, ces auteurs concluent que, lorsqu'ils ont le choix, les dirigeants préfèrent le financement interne au financement externe et que la dette n'est qu'un résidu sollicité en période d'expansion où l'investissement nécessaire pour les projets rentables est supérieur à l'autofinancement. Par conséquent, la hiérarchie optimale des sources de financement priviliege l'autofinancement en premier lieu, ensuite l'endettement et en dernier ressort l'émission de nouvelles actions.

La priorité accordée au financement interne tient au fait que ce mode de financement minimise les coûts liés à l'asymétrie d'information et qu'il préserve leur autonomie décisionnelle (López-Gracia et Sogorb-Mira, 2008). Dans cette logique, les propriétaires utilisent d'abord leurs ressources propres issues des apports personnels, de leurs activités et du réseau personnel, avant de recourir à des investisseurs externes. Il convient cependant de relever que cette façon de faire n'est pas forcément la volonté des dirigeants, comme le mentionnent les auteurs, mais parfois une contrainte qui s'impose à certaines entreprises comme les jeunes entreprises et les startups en raison des défis liés à l'asymétrie d'information

(Bellettre, 2010). Myers (2001) reconnaît lui-même que la Pecking Order Theory fonctionne le mieux avec les grandes entreprises disposant d'un large éventail d'options de financement.

### **1.1.2. Les Coûts de Transaction comme déterminants des sources de financement des startups**

La théorie des coûts de transaction s'adapte naturellement au financement des startups. Conçue par Coase en 1937 et développée par Williamson en 1988, elle met les coûts de transaction au centre des transactions économiques et l'applique à la nature des actifs. D'après Williamson (1988), le choix d'une source de financement est fonction de la capacité de cette dernière à réduire les coûts de transaction selon la spécificité des actifs à acquérir. Dans cette configuration, les actifs matériels et facilement liquides ou redéployables sont généralement financés par l'endettement, alors que les actifs spécifiques sont financés par des fonds propres afin de contourner les coûts élevés de leurs financements par endettement.

Des études empiriques (Fama et French, 2002) ont confirmé la réalité de la théorie des coûts de transaction dans le développement des startups. La prédominance des actifs immatériels difficiles à évaluer, tels que la technologie, les brevets ou des droits de propriété intellectuelle, justifie pour beaucoup cette approbation. Le recours massif aux fonds propres permettrait de réduire les coûts de transaction liés à la spécificité de leurs actifs (Bousacour et Bouzeggou, 2024).

En dernière analyse, bien que la théorie des coûts de transaction nous fournisse un cadre d'analyse propice pour comprendre les décisions de financement des startups innovantes, le stade du cycle de vie de l'entreprise semble délaissé. Or, comme nous l'avons évoqué dans les développements précédents, les besoins financiers et les contraintes de financement varient en fonction de la phase de développement de l'entreprise. Dans cette optique, la théorie du cycle de vie contribuerait donc à combler ce déficit conceptuel.

### **1.1.3. La théorie du cycle de vie et les besoins séquentiels de financement des startups**

Proposée par Berger et Udell (1998), la théorie du cycle de vie considère que le développement de chaque entreprise passe par différentes phases, et que la structure de financement varie selon les phases. Le cycle de vie d'une jeune entreprise suit cinq phases : amorçage, démarrage, survie, croissance rapide et maturité (Paré et Demerens, 2011). La

phase d'amorçage est cruciale pour la startup et pour toute jeune entreprise. Qualifiée de la « vallée de la mort » par Cardullo (1999) et Tahiri et Elabjani (2024), cette phase est caractérisée par un écart significatif entre les besoins financiers initiaux et la disponibilité du capital d'investissement. Le capital d'amorçage ou « seed capital » est nécessaire dans cette étape car bon nombre d'entreprises ne parviennent pas à survivre à cette période. Le seed capital est défini par Lachmann (1992a) comme le financement en espèces requis pour développer une idée initiale jusqu'au point où elle peut être déclarée techniquement et commercialement faisable. À ce stade de développement de l'entreprise, les pouvoirs publics interviennent en attribuant des aides publiques sous diverses formes (subventions directes non dilutives, exonérations fiscales, prêts à taux zéro, etc).

Par ailleurs, lorsque les montants sont considérables, les prix engrangés lors des compétitions entrepreneuriales peuvent contribuer directement à la constitution du capital d'amorçage ou par le mécanisme de signalisation, favoriser d'autres financements externes. L'intervention d'un capital-risqueur ou d'un business angel est salvatrice aussi bien financièrement que stratégiquement. Ces structures spécialisées de financement apportent en plus des fonds, des connaissances et l'accompagnement indispensable pour les startups.

### **1.2. L'accompagnement entrepreneurial : fondements et impacts pour les startups**

L'accompagnement entrepreneurial est une thématique relativement récente (Chabaud et al., 2010) mais très prolifique en termes de publications scientifiques (Lasch et Yami, 2008 ; Diez-Vial et Montoro-Sánchez, 2017). Les connaissances produites dans le domaine de l'accompagnement concernent entre autres les structures et leurs diversités (Labex Entreprendre., 2014) ; la relation d'accompagnement (Sammut, 2003 ; Hackett et Dilts, 2004 ; Paul, 2009) ; l'efficacité (Messeghem et al., 2013 ; Njiwa et Gandja, 2019) et la légitimité (Schmitt, 2015).

D'après Njiwa et Gandja (2019), « *l'accompagnement entrepreneurial englobe des services qui permettent d'améliorer la performance de l'entreprise, son accès aux marchés et sa compétitivité. Il couvre toute une gamme de services aussi bien stratégiques qu'opérationnels* ». Il contribue significativement à la mobilisation et à l'accès aux ressources et joue un rôle clé non seulement dans le processus d'innovation mais aussi et surtout dans la réduction de l'échec du projet entrepreneurial (Saleh, 2020). L'accompagnement doit pouvoir aider les

porteurs de projet à gagner la confiance des apporteurs de capitaux car l'un des défis d'une entreprise nouvellement créée est d'établir sa légitimité auprès de ses parties prenantes externes (Werven, Bouwmeester et Cornelissen, 2015). Cette légitimité passe par l'intégration de trois aspects incontournables que sont : l'appréciation des ressources et compétences mobilisées, l'analyse de l'offre commerciale et l'organisation interne de l'entreprise et de ses transactions avec ses partenaires externes (Lecocq, Demil et Warnier, 2006).

L'accompagnement a pour finalité la création d'un avantage concurrentiel pour l'accompagné. L'approche par les ressources (Resource Based View (RBV) en anglais) est basée sur cette quête des ressources et compétences créatrices de l'avantage concurrentiel durable. La RBV est mobilisée lorsqu'on étudie les entreprises accompagnées

Développée par Wernerfelt (1984) et Barney (1986), cette théorie part du principe qu'en exploitant des ressources rares et difficiles à imiter, une entreprise peut obtenir un avantage concurrentiel. Ces ressources rares sont acquises ou développées par l'entreprise.

Bien que l'argent soit une ressource nécessaire pour une entreprise innovante, force est de constater que d'autres types de ressources sont également utiles. Ces ressources englobent les ressources cognitives, relationnelles en termes de capital social ou de réseau et la capacité dynamique (Teece, 2014).

En se basant sur les définitions de la startup de Blank et Dorf (2013, p. 25) « une organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable, rentable et permettant la croissance », et de Ries (2011, p. 27). « une institution humaine conçue pour créer un nouveau produit ou service dans des conditions d'incertitude extrême », Dokou (2016), consacre le caractère global de l'accompagnement qui doit s'appuyer sur trois dimensions :

- «- Les facilitateurs et les facteurs stratégiques de risque du processus entrepreneurial.
- Les ressources clés à mobiliser pour l'entreprise en démarrage.
- Les réseaux de soutien et de partage de l'entrepreneur ».

Par ailleurs, une large littérature accorde de plus en plus l'importance à la légitimité de l'entrepreneur innovant (Zimmerman et Zeitz, 2002) ; Fisher, 2020) et sur la légitimité de l'accompagnement (Suchman, 1995). La légitimité est requise pour que l'entrepreneur puisse accéder à des ressources, en particulier lorsque celui-ci se situe sur des créneaux innovants marqués (Chabaud, Ehlinger et Perret (2005).

La légitimité repose principalement sur l'acceptation sociale, résultant de normes et des attentes. Elle est définie de manière séminale par Suchman (1995, p. 574) comme « une perception générale ou une présomption que les actions d'une entité sont désirables, adéquates ou appropriées à un système de normes, valeurs, croyances et définitions socialement construites ». Suchman (1995) a défini trois formes distinctes de légitimité : pragmatique, morale et cognitive. La légitimité pragmatique est basée sur l'efficacité de l'accompagnement. C'est-à-dire sa capacité à aider l'accompagné à atteindre ses objectifs et à répondre à ses besoins. La légitimité morale repose sur les valeurs et les normes sociales. Les pratiques d'accompagnement doivent être considérées comme justes et moralement éthiques. La légitimité cognitive pour sa part repose sur la logique évidente que le processus d'accompagnement fait partie intégrante du succès entrepreneurial et que les actions menées constituent ce qu'il y a de mieux pour atteindre les objectifs.

Les structures d'accompagnement sont des outils majeurs et constituent de véritables opportunités dans l'écosystème entrepreneurial pour la création et la consolidation de jeunes entreprises (Gharbi et Torrès, 2013). Elles unissent le talent, la technologie, le capital et le savoir-faire (Al-Mubaraki, Busler, Al-Ajmei et Aruna, 2013). Elles constituent des lieux d'accueil et d'accompagnement qui fournissent des conseils et de l'appui initial aux jeunes créateurs (Sammut, 2000). L'accompagnement entrepreneurial peut s'effectuer de plusieurs manières et dans différentes structures (Aaboen, 2009).

### **1.2.1. Typologie des structures d'accompagnement**

L'accompagnement entrepreneurial peut prendre la forme d'une formation, de rencontres, du tutorat, du mentoring, du parrainage, du coaching, de la dispensation des conseils, etc. Le coaching est le mode d'accompagnement le plus répandu de ces dernières années (Persson et Bayad, 2007). D'après Audet et Couteret (2005), « le coaching entrepreneurial est donc un accompagnement individuel ponctuel qui s'adresse aux entrepreneurs dont l'entreprise est en phase de démarrage ou en début de croissance ». Les structures d'accompagnement sont soit formelles soit informelles. Elles sont publiques ou privées.

Les principaux organismes d'accompagnement sont constitués des pépinières et des incubateurs qui constituent le pont entre les entrepreneurs et l'environnement externe (Kouraiche, 2018). En dehors de ces deux principales formes, plusieurs structures existent

comme les couveuses, les accélérateurs d'entreprises, les pôles de compétitivité, les clusters auxquels on peut inclure les espaces coworking, les Hubs innovants, les FabLabs et Livinglabs ainsi que des fondations d'entrepreneuriat.

Certaines fondations et entités se donnent pour mission d'organiser des concours des meilleurs projets afin d'octroyer des prix et récompenses financières aux lauréats. Ces récompenses sont suivies la plupart du temps par des mesures de soutien et d'accompagnement multiformes. Dans le contexte africain, ces prix sont entre autres : le prix Anzisha, le programme d'entrepreneuriat de la fondation Tony Elumelu, le Challenge Startupper de l'entreprise TotalEnergies, le prix Pierre Castel du Fonds Pierre Castel, le prix de l'Entrepreneur Africain de Africangels.

Le champ d'expérimentation du présent article repose sur les organismes précédents. En effet, il en ressort que le prix de l'entrepreneur est bien plus qu'une simple récompense, mais un véritable facteur de succès pour les entrepreneurs. Compte tenu de cela, notre objectif de recherche repose sur deux hypothèses à vérifier.

### **1.2.2. Hypothèse et modèle conceptuel de recherche**

Pour rappel, notre article s'intéresse aux produits dérivés de l'attribution des prix entrepreneuriaux. Concrètement, il est question de la capacité de financement et de la portée de signalement de leurs octrois. Afin d'atteindre notre objectif, nous avons émis les trois hypothèses suivantes sur la portée signalétique (H1), l'apport en ressources (H2) et l'accompagnement (H3) des prix entrepreneuriaux.

H1 : Obtenir un award pour une startup augmente sa probabilité d'obtenir un financement externe (banque/fonds/subventions additionnelles) comparativement aux non lauréates, toutes choses égales par ailleurs.

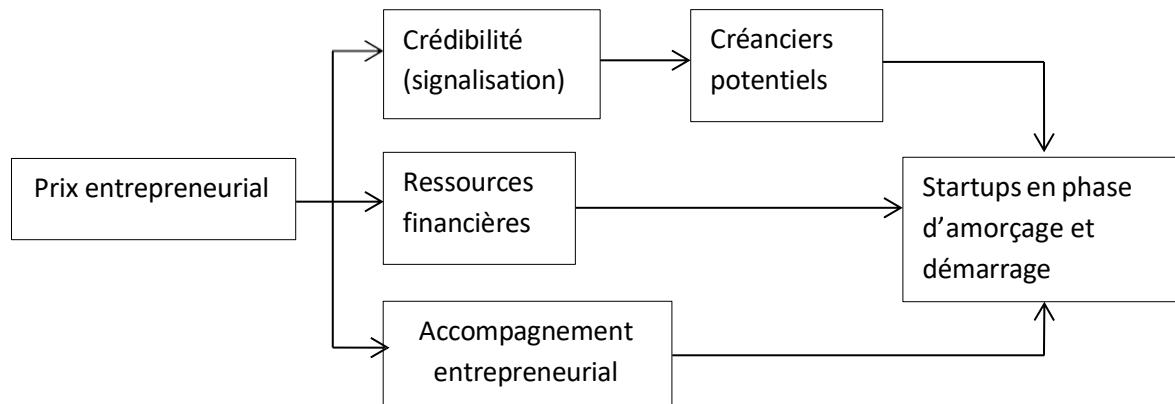
H2 : Le montant de la récompense selon son importance accroît la capacité d'investissement (CAPEX, recrutement) en phase d'amorçage

H3 : L'intensité de l'accompagnement accroît les indicateurs de traction (Chiffre d'affaires, clients, contrats) en augmentant les chances de survie de la startup dès la création

De manière schématique, le modèle représenté à la figure 1 ci-dessous constitue le cadre d'analyse proposé pour la compréhension des relations entre l'octroi du prix entrepreneurial,

l’atténuation des contraintes de financement et l’acquisition des compétences clés de succès par l’accompagnement.

**Figure N°1 : Modèle conceptuel de la recherche**



**Source :** Auteur

Conformément à nos hypothèses de recherche, notre modèle est conçu sur le postulat que les lauréats d'un prix entrepreneurial bénéficient des ressources financières, d'une crédibilité auprès d'autres créanciers potentiels par la réduction asymétrie de l'information et d'un accompagnement qui, en référence à la Resource Based View, apporte, à travers le mentorat ou le coaching, un ensemble de ressources et de capacitations permettant d'augmenter les chances de survie et la startup, les indicateurs de traction et l'acquisition d'un avantage concurrentiel (Wernerfelt, 1984 ; Dokou, 2001).

## 2. Méthodologie

Notre recherche vise à comprendre le sens que les individus donnent à leur réalité. Elle se situe donc dans le paradigme interprétatif. La démarche adoptée est qualitative au sens de Girod-Seville et Perret (1999). Le mode de raisonnement est abductif et vise à produire ou renforcer un certain nombre d'hypothèses. L'abduction est une technique de recherche consistant à relier une règle générale à une conséquence. Elle consiste à dégager des conjectures qu'il convient de discuter à la suite de l'observation (Blaug, 1982 cité par Koenig, 1993). L'Afrique constitue notre espace d'expérimentation. L'étude repose particulièrement sur les interprétations des interviews accordées par des entrepreneurs ayant remporté un prix ou une récompense entrepreneuriale.

## 2.1. La constitution de l'échantillon

L'échantillon de l'étude est constitué de dix créateurs de startups qui constituent notre unité d'analyse. Ces cas constitués de jeunes entrepreneurs innovants forment un échantillon non probabiliste choisi par convenance. Le choix des unités d'analyse que constituent ces entrepreneurs s'est fait par la technique de choix raisonné sur le seul critère de l'obtention d'un award dans le secteur de l'innovation technologique et sociale. Les dix entrepreneurs de l'étude sont issus de huit pays africains avec un âge moyen inférieur à 30 ans au moment de l'obtention du prix. Les femmes représentent 10 % de l'échantillon.

## 2.2. La technique de collecte des données

La procédure de collecte des données a débuté par l'identification des différents awards pour entrepreneurs africains et les lauréats de ces dix dernières années. Après avoir recensé plus d'une trentaine de prix, nous n'avons retenu que ceux dont les récompenses financières sont les plus élevées et les programmes d'accompagnement précis. La seconde étape a consisté à récolter la perception des lauréats sur les retombées des récompenses obtenues. Pour ce faire, la technique du web scraping a été utilisée. Le web scraping ou moissonnage en français est une méthode automatisée permettant d'extraire des données à partir de sites web, en utilisant des robots ou des scripts pour récupérer le contenu. Cette technique d'accès aux données est légale tant qu'elle ne concerne pas des données protégées (Krotov, Johnson, et Silva (2020) ou lorsqu'il s'agit des données publiques (décision de justice dans l'affaire judiciaire opposant l'entreprise LinkedIn et la société d'analyse de données HiQ). Bien que l'indication de l'année du prix puisse permettre l'identification du bénéficiaire, nous avons opté pour l'anonymat tout en précisant les sources. Pour cela, nous avons obtenu les opinions des bénéficiaires sur les sites web à la suite d'une recherche par des mots clés comme le nom du lauréat et le prix remporté ou encore « témoignage des anciens lauréats du prix... » ; « que pensent les lauréats du Prix... ». Dans un souci de triangulation, certaines données comme celles des entrepreneurs E1 et E5 proviennent des interviews en audio de 6 minutes en moyenne chacune accordées respectivement le 25 juin 2014 et le 19 janvier 2015 avec une grille de questions portant sur ce que compte faire le bénéficiaire avec la récompense qui

accompagné ce prix<sup>2</sup>, etc. Les autres données proviennent de la presse digitale où les lauréats se sont prononcés entre autres sur les avantages à avoir intégré le prix de la fondation Elumelu Tony par exemple ou la crédibilité et le financement du projet à la suite du prix. L'annexe 2 présente les caractéristiques de la population de l'étude.

### 2.3. La technique d'analyse des données

Notre démarche étant interprétativiste, l'analyse de contenu thématique convient comme méthode d'analyse (Dumez, 2016). Cette méthode d'analyse peut prendre différentes formes : descriptive, exploratoire, corrélative et explicative (Drisko et Maschi, 2015). Notre démarche est basée sur l'interprétation des verbatims (Drisko et Maschi, 2015). L'analyse de contenu s'est faite manuellement (Wanlin, 2007) et a permis de ressortir d'une part les verbatims liés au financement des startups et le signalement de crédibilité des projets et inventions par l'octroi des awards, et d'autre part la considération accordée par les entrepreneurs innovants aux mesures d'accompagnement y afférentes. Dans cette posture, nous nous focalisons davantage sur le sens du discours qu'à la fréquence d'apparition des thèmes. Cette conduite donne donc un sens à notre approche compréhensive, et donc interprétative (Leger-Jarniou et Kalousis (2015). La pratique a consisté pour nous à sélectionner dans les interviews les fragments de texte faisant référence à notre problématique (Miles et Huberman, 2003).

## 3. Présentation et discussion des résultats

Les investigations empiriques sont conduites dans une perspective de validation de nos propositions de recherche. Il s'agit donc pour nous, dans le cadre de la perception des acteurs en cause, de ressortir les opinions corroboratives. Les verbatims sont obtenus par un codage manuel. Les codes ont permis de découper les informations brutes par thèmes et d'après l'importance de ces thèmes. Les codes employés sont : montant du prix obtenu, avantages de l'obtention du prix, utilisation faite de l'argent obtenu, satisfaction de l'accompagnement, financement post-récompense, accompagnement post-récompense, etc.

Au terme de l'analyse empirique, il se dégage un ensemble de conclusions qui permettent de répondre à notre question de recherche et de confirmer nos propositions de recherche. Les

---

<sup>2</sup> <https://www.digitalbusiness.africa/arthur-zang-avec-le-cardiopad-notre-objectif-principal-n-est-pas-de-faire-de-l-argent/>

résultats sont regroupés autour de plusieurs thèses traduisant les effets des prix entrepreneuriaux. L'essentiel des verbatims obtenus sont présentés en annexe 3.

### **3.1. Les prix entrepreneuriaux constituent des signaux de qualité des projets auprès des investisseurs**

Les signaux permettent de réduire l'aversion du risque des investisseurs. Le signal est le moyen par lequel ceux qui détiennent de l'information la transfère à ceux qui en ont moins (Spence, 2002). La qualité d'expert des membres des jurys de récompense confère une certaine assurance sur leurs choix des lauréats. Leurs choix constituent une forme de certification d'originalité et de meilleures perspectives économiques, sociales, financières, etc. Pour les différents partenaires de l'entreprise, les informations relatives aux activités d'innovation ont un fort contenu informationnel (García-Meca, Parra, Larrán et Martínez, 2005). « être récompensé lors d'un concours de création d'entreprises permet d'améliorer la visibilité et la crédibilité du projet et d'augmenter les réseaux du créateur, notamment les réseaux liés à la levée de fonds » (Iselin et Bruhat, 2003). Un gagnant déclare que « *le prix décerné m'a permis d'avoir une lisibilité, de voir des personnes venir me chercher pour vouloir investir* ». Pour un autre, « *en plus de la récompense financière, l'étiquette nous permet de projeter une image positive en direction d'investisseurs potentiels* ». L'accompagnement d'un projet est également un signal de la qualité de la firme pour les investisseurs et dont la conséquence est l'atténuation du conflit potentiel d'agence et l'asymétrie de l'information (Rédis, 2006). La première hypothèse de cette recherche est confirmée en respect de la théorie du signal. Sous réserve du prestige et de la notoriété, les prix entrepreneuriaux signalent la qualité et crédibilisent les projets.

Par ailleurs nos résultats montrent que 50 % des lauréats ont pu lever des fonds dans les deux années qui suivaient l'obtention du prix (premier prix pour ceux qui en ont remporté plusieurs). Durant cette période, une personne (20 %) a reçu un emprunt bancaire. Une autre personne (20 %) s'est financée par crowdfunding. Les autres ont fait des levées de fonds auprès des investisseurs en capital. Le montant minimum est de 20.000 euros et le maximum d'environ 17 millions d'euros.

### **3.2. L'argent reçu lors des prix entrepreneuriaux constitue une ressource de financement d'amorçage**

La présente étude s'est intéressée à la phase d'amorçage. Cette phase nécessite d'énormes investissements pour la majorité des projets. La grande majorité des lauréats ayant reçu une récompense financière sont unanimes sur le fait que cette manne financière a un impact certain sur le projet en phase d'amorçage et de démarrage. Mahdia et Djaber (2022) notent que « la participation à des concours pour challenger l'idée, voire l'esquisse de business plan, peut apporter, en cas de victoire, quelques subsides complémentaires ». Plus encore, certains trouvent que les récompenses ne constituent pas de simples subsides mais de véritables ressources de financement d'amorçage. « *Avec cette récompense, je compte lancer une production d'appareils à grande échelle. Ce qui nous permettra de démarrer la commercialisation* » affirme un lauréat. Ainsi, lorsque les montants sont importants, les récompenses financières constituent de véritables moyens de financement des jeunes entreprises. La validation de notre deuxième hypothèse confirme les recommandations de la Pecking Order Theory et la théorie du cycle de vie avec les analyses de Paré et Demerens (2011). Les contraintes d'accès aux crédits en phase d'amorçage obligent les jeunes entreprises à prioriser le financement en fonds propres. Les ressources issues des prix entrepreneuriaux y contribuent énormément.

### **3.3. L'accompagnement post-récompense contribue au renforcement des capacités**

En plus d'optimiser les chances d'obtenir un financement Dubocage (2003), l'accompagnement entrepreneurial a pour objectif d'accroître la probabilité de survie des entreprises. Il est crucial en phase de création et de démarrage où se concentre le plus grand nombre d'échecs (Cardullo, 1999), et vise à offrir à l'entrepreneur accompagné les atouts, pour améliorer les chances de succès de son projet (Fayolle, 2004). L'accompagnement aide l'entrepreneur à bien définir son modèle économique (Deffains-Crapsky, 2011). A ce propos, un accompagné affirme que « *le TEF m'a offert la meilleure opportunité d'entrer dans l'espace entrepreneurial. Mon plus grand atout n'a pas seulement été les 5000 dollars, les 12 semaines de formation ont été déterminantes pour moi. Elle m'a donné une base solide en affaires. Aujourd'hui, je peux rédiger un plan d'affaires standard, un rapport d'activité, des projections financières et bien plus encore* ». Selon un autre, « *le programme est un*

*investissement dans l'entrepreneur* ». Ce dernier fait également savoir que l'accompagnement lui a permis de faire passer son entreprise de 0 à 30 salariés. Conformément à la Resource Based View et à la théorie des capacités dynamiques, notre troisième hypothèse est validée.

### **3.4. Le prix entrepreneurial accroît la visibilité et le réseau du bénéficiaire**

L'accompagnement contribue à dissiper les inquiétudes potentielles des détenteurs de ressources (Chabaud, Ehlinger et Perret, 2005) et concourt à l'intégration des entrepreneurs dans leur environnement (Germain, 2017). D'après Messeghem et Sammut (2010), les structures d'accompagnement sont pourvoyeuses de confiance, d'image de marque positive, de réputation, donc de lisibilité et de légitimité pour les nouvelles entreprises. L'accompagné bénéficie d'un réseau dont la performance est tributaire de trois critères (Paturel, 2000) : la pérennité et les résultats des entreprises accompagnées (l'efficacité), la facilité et la rapidité d'accès aux ressources apportées aux créateurs (l'efficience) et le niveau de satisfaction des acteurs impliqués (l'effectivité). Les propos des bénéficiaires sont illustratifs : « *Gagner la Global Social Venture Compétition nous a permis de gagner en visibilité. On a réussi à décrocher un partenariat avec l'école d'ingénieurs ITECH, à Lyon, avec laquelle on a travaillé quatre mois en 2014 sur l'optimisation du produit* ». L'accompagnement accroît la visibilité d'un projet à travers sa connexion aux acteurs. Il s'inscrit dans les formes extérieures de communication et participe au processus de reconnaissance des individus et des actions dans l'espace public en référence aux préceptes de la communication externe des organisations (Fauré et Arnaud, 2014), de la diffusion des innovations (Rogers, Medina, Rivera et Wiley, 2005) et de l'acceptation de la technologie (Davis, 1989).

### **Conclusion, limites et perspectives**

Les prix entrepreneuriaux, loin d'être des simples reconnaissances méritaires, constituent des facteurs clés de réussite des entreprises lauréates, et s'imposent comme objet d'étude. Le présent article s'est donné pour objectif d'appréhender les prix entrepreneuriaux sur leurs effets de signalisation de crédibilité, de financement d'amorçage, et d'accompagnement. L'article apporte une contribution à la littérature théorique en montrant que l'attribution des prix entrepreneuriaux favorise la réduction de l'asymétrie de l'information existant entre les porteurs de projet et les créanciers potentiels. Le prix apparaît comme un signal externe concourant à la réduction de la méfiance des prêteurs dans la relation de crédit ou des

investisseurs en capital. Le prestige et la notoriété du prix apportent par ailleurs une visibilité sociale et commerciale. En plus, sur le plan managérial, la récompense financière et l'accompagnement associés au prix confèrent au projet en amorçage des ressources financières et des capacitations nécessaires à la survie et au développement du projet en conformité avec la théorie des capacités dynamiques et de la Resource Based View. Notre travail souffre néanmoins de quelques limitations d'ordre empirique dont les prises en considération permettraient d'approfondir la compréhension du sujet en rendant les résultats plus complets.

### **Limites et perspectives**

La principale limite est liée au faible nombre des cas étudiés et au choix exclusif des lauréats. Or, il est possible que les nominés n'ayant pas remporté le prix puissent tout autant avoir de la crédibilité. En plus, les prix n'ont pas le même prestige, ce qui peut modérer la signalisation de qualité pour les investisseurs. Une prochaine étude avec un contre-échantillon de non-lauréats, et/ou une quasi-expérimentation appariée et différenciée selon les critères de taille, d'activité, d'âge, de taille, etc serait opportune. Dans le cadre du financement bancaire, si l'obtention du prix atténue les problèmes d'agence de la dette, elle ne résout pas forcément les contraintes de garanties et de suretés exigées par certaines banques en Afrique. En outre, les problèmes d'obtention des agréments et des autorisations nécessaires dans certains pays peuvent constituer des blocages pour la commercialisation de certains produits et services primés. C'est le cas d'un lauréat de notre échantillon : «*le ministère nous a posé certaines conditions, à savoir l'homologation nationale ou internationale* ». En élargissant l'échantillon, il est possible que certains projets primés finissent par l'échec pour cause d'un business model non rentable, de manques de financement de croissance ou d'accompagnement insuffisant. En effet, l'accompagnement des promoteurs d'awards est le plus souvent de courte durée alors que son inscription dans la durée et son adaptabilité au cycle de vie du projet conviennent le mieux (Cuzin et Fayolle, 2004 ; Pluchart, 2013).

## ANNEXES

### Annexe 1 : Thèmes du guide d'entretien

- Description du projet ou de l'invention
- Le ou les prix engrangés
- Le prestige ou la notoriété de prix et son impact sur l'obtention d'autres financements
- Le montant reçu et son effet sur l'amorçage du projet
- L'appréciation des retombées de l'accompagnement

### Annexe 2 : Caractéristiques des cas étudiés

Code entrepreneur et pays d'origine	Prix remportés et année d'obtention	Année	Montant du prix (en euro au moment de la réception)	Utilisation des fonds	URL
E1 : (Cameroun)	Prix Rolex	2014	40 000 Euros environ	Monter le premier prototype	<a href="http://www.digitalbusiness.africa/arthur-zang-avec-le-cardiopad-notre-objectif-principal-n-est-pas-de-faire-de-l-argent/">www.digitalbusiness.africa/arthur-zang-avec-le-cardiopad-notre-objectif-principal-n-est-pas-de-faire-de-l-argent/</a>
	Prix spécial de l'innovation du chef de l'Etat camerounais	2015	30 000 Euros environ	Terminé le développement des appareils et création de l'entreprise	<a href="https://www.237online.com/cameroun-prix-special-de-linnovation-paul-biya-marc-arthur-zang-premier-laureat/">https://www.237online.com/cameroun-prix-special-de-linnovation-paul-biya-marc-arthur-zang-premier-laureat/</a>
	Trophée de l'entrepreneurat dans la catégorie «Innovation» du Forum Afrique-développement	2015	9 200 Euros environ	Production des appareils	<a href="https://www.agenceafrique.com/3051-cameroun-les-laboratoire-biopharma-et-himore-medical-prime-avantdernier-forum-afrique-developpement.html">https://www.agenceafrique.com/3051-cameroun-les-laboratoire-biopharma-et-himore-medical-prime-avantdernier-forum-afrique-developpement.html</a>
	Prix africain d'innovation en ingénierie en et Une médaille	2016	25 000 Euros	Production d'appareils à grande échelle	<a href="https://www.agenceafrique.com/3051-cameroun-">https://www.agenceafrique.com/3051-cameroun-</a>
	Prix Odess de la Fondation	2018	99 000 Euros	Le Webdesign, le matériel,	<a href="https://actucameroun.com/2018/07/17/cameroun-technologie-africaine-arthur-">https://actucameroun.com/2018/07/17/cameroun-technologie-africaine-arthur-</a>

	Pierre Fabre			la communication et les études.	<a href="http://zang-remporte-le-prix-de-la-fondation-pierre-fabre/">zang-remporte-le-prix-de-la-fondation-pierre-fabre/</a>
E2 : (Cameroun)	Grand prix Anzisha	2014	22 500 Euros	Développement du projet	<a href="https://ideas4development.org/auteur/alain-nteff">https://ideas4development.org/auteur/alain-nteff</a>
	Prix de la jeune entreprise africaine du New York Forum Africa (NYFA)	2015	50 000 Euros	Etendre les services sur tout le territoire	<a href="https://www.france24.com/fr/20150829-economie-afrique-start-up-jeune-entreprise-alain-nteff-cameroun-gifted-mom">https://www.france24.com/fr/20150829-economie-afrique-start-up-jeune-entreprise-alain-nteff-cameroun-gifted-mom</a>
	Challenge Startupper de Total	2016	2 000 Euros environ	Couverture territoriale de l'application	<a href="https://www.investiraucameroun.com/entreprises/0404-7272-alain-nteff-decroche-le-premier-prix-du-challenge-startupper-2016-de-total-cameroun">https://www.investiraucameroun.com/entreprises/0404-7272-alain-nteff-decroche-le-premier-prix-du-challenge-startupper-2016-de-total-cameroun</a>
E3 : (Kenya)	Tony Elumelu Foundation	2016	4 700 Euros environ	Capital d'amorçage	<a href="https://www.tonyelumelufoundation.org/fr/histoires-danciens-eleves-dafrique-delest/2">https://www.tonyelumelufoundation.org/fr/histoires-danciens-eleves-dafrique-delest/2</a>
E4 : (Burkina Faso)	Global Social Venture Compétition	2013	37 000 Euros environ	Recherche et développement du produit	<a href="https://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/03/02/faute-de-financement-le-premier-savon-anti-malaria-s-en-remet-au-crowdfunding_4875399_3212.html">https://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/03/02/faute-de-financement-le-premier-savon-anti-malaria-s-en-remet-au-crowdfunding_4875399_3212.html</a>
	Tony Elumelu Foundation	2015	4 700 Euros environ	Capital d'amorçage	<a href="https://www.tonyelumelufoundation.org/fr/histoires-danciens-eleves-dafrique-delest/2">https://www.tonyelumelufoundation.org/fr/histoires-danciens-eleves-dafrique-delest/2</a>
E5 : (Kenya)	Zayed Future	2015	90 000 Euros environ	élargir notre réseau de	<a href="https://www.lemonde.fr/afrique/article/2015/04/02/m-">https://www.lemonde.fr/afrique/article/2015/04/02/m-</a>

	Energy Prize			distribution	<a href="http://www.nextafrique.com/30-de-moins-de-30-ans-les-meilleurs-jeunes-entrepreneurs-d-afrigue">kopa-quand-le-soleil-eclaire-les-foyers-africains_4608557_3212.htm</a>
E6 : (Afrique du Sud)	prix de l'Innovation Sociale de la Fondation SAB	2013	91 000 Euros environ	Achat des composants pour le développement des kits	<a href="http://www.nextafrique.com/30-de-moins-de-30-ans-les-meilleurs-jeunes-entrepreneurs-d-afrigue">http://www.nextafrique.com/30-de-moins-de-30-ans-les-meilleurs-jeunes-entrepreneurs-d-afrigue</a>
E7 : (Nigeria)	Tony Elumelu Foundation	2018	4 700 Euros environ	Capital d'amorçage	<a href="https://www.tonyelumelufoundation.org/fr/histoires-danciens-eleves-dafrique-delest/2">https://www.tonyelumelufoundation.org/fr/histoires-danciens-eleves-dafrique-delest/2</a>
E8 : (République du Congo)	Prix Franco-Fil Afrique - France	2024	1000 Euros	Acquisition des machines	<a href="https://ecomatin.net/forum-international-afrique-developpement-des-entrepreneurs-recompenses">https://ecomatin.net/forum-international-afrique-developpement-des-entrepreneurs-recompenses</a>
	trophées de la Fondation Al Mada	2024	23 000 Euros environ	Fonds propres d'amorçage	<a href="https://ecomatin.net/forum-international-afrique-developpement-des-entrepreneurs-recompenses">https://ecomatin.net/forum-international-afrique-developpement-des-entrepreneurs-recompenses</a>
	Grand prix Osiane	2024	15 000 Euros environ	Acquisition des machines	<a href="https://www.osiane.cg/mercy-henry-djele-gagnant-du-grand-prix-osiane-2024-10-000-000fcfa/">https://www.osiane.cg/mercy-henry-djele-gagnant-du-grand-prix-osiane-2024-10-000-000fcfa/</a>
E9 : (Madagascar)	Grand prix Anzisha	2016	21 000 Euros environ	investir dans sa propre éducation et le développement de son entreprise	<a href="https://www.lepoint.fr/economie/prix-anzisha-les-petits-genies-de-l-innovation-africaine-29-10-2016-2079479_28.php#11">https://www.lepoint.fr/economie/prix-anzisha-les-petits-genies-de-l-innovation-africaine-29-10-2016-2079479_28.php#11</a>
E10 : (Guinée Conakry)	Tony Elumelu Foundation	2020	4 700 Euros environ	Capital d'amorçage	<a href="https://www.tonyelumelufoundation.org/fr/histoires-danciens-eleves-dafrique-delest/2">https://www.tonyelumelufoundation.org/fr/histoires-danciens-eleves-dafrique-delest/2</a>

**Annexe 3 : Verbatims**

Lauréats	Citation
E1	« Ce prix m'a permis de recevoir du matériel pour développer mon système d'exploitation, puis d'obtenir un prêt bancaire. Désormais, les banques locales m'accordent des prêts de l'ordre de 50 000 euros parce que j'ai des garanties »
E2	« Au total, nous avons mobilisé plus de 220 000 dollars grâce aux prix en vue d'étendre nos services sur tout le territoire camerounais »
E3	« Grâce au financement de la Fondation, nous avons pu prouver notre modèle et récolter ensuite une somme d'argent importante. Le capital d'amorçage de la Fondation Tony Elumelu a été le premier argent que j'ai jamais reçu en tant qu'entrepreneur »
E4	« Après avoir remporté la Global Social Venture Compétition, nous avons beaucoup été démarchés par des personnes qui voulaient nous aider... Jusqu'à présent, nous avons reçu près d'une centaine d'appels pour des partenariats de commercialisation ou de distribution du produit »
E5	« Le Zayed Future Energy Prize sera utilisé pour créer un nouveau programme de formation de notre personnel, élargir notre réseau de distribution et tripler la taille de nos agents commerciaux »
E6	Outre l'argent, qui est toujours important pour toute jeune entreprise, le mentorat que j'ai reçu m'a montré la structure et le système à mettre en place pour avoir une entreprise prospère
E7	« Le mentor qui m'a été assigné pendant la formation ne s'est pas arrêté à la fin des 12 semaines, il m'a également guidé dans plusieurs décisions commerciales »
E8	« Nous en avons gagné d'autres. Le mois dernier par exemple, nous avons gagné le challenge startupper à Brazzaville et avec ce prix nous avons pu acquérir des machines donc avec celui-ci, nous allons continuer la même démarche : acquérir plus de machines pour pouvoir augmenter notre capacité de collecte de matières plastiques. Depuis le début de notre activité nous avons pu recycler 3000 tonnes. Actuellement nous voulons atteindre les 10.000 tonnes d'ici 2026. Avec ce prix, nous allons pouvoir acheter plus de machines pour pouvoir renforcer notre collecte et accroître notre capacité de production pour attaquer principalement l'Afrique centrale »
E9	« Cette récompense va me permettre d'investir dans ma propre éducation et de continuer à développer mon entreprise »
E10	« Quand j'ai postulé pour le TEF, je ne savais même ce que c'était. Mais au-delà d'avoir été financée par une subvention de 5 000 dollars, nous avons bénéficié d'assez de formations en renforcement de capacités, marketing, management. Tout ça, c'est plus qu'une subvention qui, bien sûr a été d'un très grand appui pour notre entreprise »

**BIBLIOGRAPHIE**

**Aaboen, L. (2009).** Explaining Incubators Using Firm Analogy, *Technovation*, 29(10), 657-670. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.04.007>

**Al-Mubaraki, H. M., Busler, M., Al-Ajmei, R., & Aruna, M. (2013).** Incubators Best Practices in Developed and Developing Countries: Qualitative Approaches, *Asian Journal of Empirical Research*, 3(7), 895–910. <https://www.researchgate.net/publication/278485113>

**Andrea, T. (2018).** Le capital risque en Afrique : des opportunités d’investissement de long terme, la *revue de proparco*, Secteur privé & Développement, 29, 6-10. [https://choose-africa.com/wp-content/uploads/2018/05/PROPARCO\\_Revue20N29-FR.pdf](https://choose-africa.com/wp-content/uploads/2018/05/PROPARCO_Revue20N29-FR.pdf)

**Ang, J. S. (1991).** Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management. *Journal of Small Business Finance*, 1(1), 1-13. <https://doi.org/10.57229/2373-1761.1108>

**Audet, J., & Couteret P. (2005).** Le coaching entrepreneurial : spécificités et facteurs de succès », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. 18(4), 471-489. <https://doi.org/10.1080/08276331.2005.10593354>

**Barney, J. B. (1986).** Strategic Factor Larkets: Expectations, luck, and Business Strategy, *Management science*, 32 (10), 1231-1241. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.10.1231>

**Bekolo, C., & Beyina, E. (2009).** Le financement par capital risque dans les PME innovantes : le cas spécifique des PME innovantes camerounaises, *Innovations*, 29, 169-195. <https://doi.org/10.3917/inno.029.0169>

**Belletante, B., Levratto N. et Paranque, B. (2001),** *Diversité économique et mode de*

**Bellettre, I. (2010).** Les choix de financement des très petites entreprises, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Lille 2. <https://theses.hal.science/tel-00579822v1>

**Belze, L. & Gauthier, O. (2000).** Innovation et croissance économique: rôle et enjeux du financement des PME. *Revue internationale P.M.E.*, 13(1), 65–86. <https://doi.org/10.7202/1008670ar>

**Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998).** The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle, *Journal of Banking & Finance*, 22(6-8), 613-673. [https://doi.org/10.1016/s0378-4266\(98\)00038-7](https://doi.org/10.1016/s0378-4266(98)00038-7)

**Blank, S., & Dorl, B., (2013).** *Le Manuel du créateur de start-up : Etape par étape, bâtissez une entreprise formidable*, Les Editions Diateino, Paris, <https://www.fnac.com/a5085601/Steve-Blank>

**Bousacour, M. & Bouzeggou, A. (2024).** Le financement des startups innovantes : une comparaison des approches théoriques classiques et alternatives, Dossiers de *Recherches en Économie et Management des Organisations*, 9(1), 26-40.

<https://www.researchgate.net/publication/381523357>

**Cardullo, M. (1999),** *Technological Entrepreneurism: Enterprise Formation, Financing and Growth*, John Wiley & Sons Canada, 184p.

<https://www.emerald.com/jebr/article/6/6/326/130277/>

**Chabaud, D., Ehlinger, S., & Perret, V. (2005),** Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle. Le cas d'un incubateur, IVème colloque de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris (pp. 24-25). <https://www.academia.edu/19550731/>

**Chabaud, D., Messeghem, K., & Sammut, S. (2010).** L'accompagnement entrepreneurial ou l'émergence d'un nouveau champ de recherche, *Gestion* 2000, 27(3), 15-24.

<https://www.researchgate.net/publication/260288650>

**Chabbal, R. (1994).** *Un plan d'action pour les PME innovantes*, rapport de l'OCDE, Paris. <http://www.cgm.org/chabbal/>.

**Coase, R.H. (1937).** The Nature of the Firm, *Economica*, 4 (16), 386-405.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>

**Cruz M., Pereina-Lopez M., & Salgado E. (2023).** Disruptive Technologie and Finance: an Analysis of Digital Startups in Africa, World Bank Group, Policy Research working paper, n°10633. <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents>

**Cuzin, R., & Fayolle, A. (2004).** Les dimensions structurantes de l'accompagnement en création d'entreprise, *La Revue des sciences de gestion*. 39(210), 77-88. <https://doi.org/10.1051/larsg:2004040>

**Davis, F. D. (1989).** Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS quarterly*, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>

**Deffains-crapsky C. (2011),** Le role du business angels dans le financement de l'innovation radicale, document du travail du GRANEM, n°2011-02-027. [https://granem.univ-angers.fr/\\_resource/Cahiers/2011/DT\\_GRANEM\\_02\\_027.pdf](https://granem.univ-angers.fr/_resource/Cahiers/2011/DT_GRANEM_02_027.pdf)

**Diez-Vial, I. & Montoro-Sanchez, A. (2017).** Research Evolution in Science Parks and Incubators: Foundations and New Trends, *Scientometrics*, 110(3), 1243-1273.

<https://doi.org/10.1007/s11192-016-2218-5>

**Dokou, G. (2001).** Accompagnement entrepreneurial et construction des facteurs clés de succès, Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Laval, Québec. <https://www.strategie-aims.com/conferences/>

**Dokou, G. (2016).** Identité du créateur de startup et accompagnement de l'entrepreneur technologique. ISTE *OpenScience*, 1-17.

[https://www.openscience.fr/IMG/pdf/iste\\_techinn\\_v1n1\\_4.pdf](https://www.openscience.fr/IMG/pdf/iste_techinn_v1n1_4.pdf)

**Dosi, G. (1990).** Finance, Innovation and Industrial Change, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 13, 299-319. [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(90\)90003-v](https://doi.org/10.1016/0167-2681(90)90003-v)

**Drisko, J. W., & Maschi, T. (2015).** *Content analysis*, Oxford University Press.  
<https://global.oup.com/academic/product/content-analysis-9780190215491>

**Dubocage, E. (2003).** *Le capital-risque : un mode de financement dans un contexte d'incertitude*, Thèse de doctorat ès-Sciences économiques, Paris XIII.  
<https://www.semanticscholar.org/paper/>

**Dumez, H. (2016).** *Méthodologie de la recherche qualitative : Les questions clés de la démarche compréhensive*, Vuibert. <https://doi.org/10.3917/vuib.dumez.2016.01.0221>

**Fama, E. F., & French, K. R. (2002).** Testing Trade-Off and Pecking order Predictions about Dividends and Debt, *Review of Financial Studies*, 15(1), 1–33.

<https://doi.org/10.1093/rfs/15.1.1>

**Fauré, B., & Arnaud, N. (2014).** *La communication des organisations*. La découverte, collection repères Gestion, 128p. <https://doi.org/10.3917/dec.faure.2014.01>  
*financement des PME*, Paris, L'Harmattan. 493p. <https://books.google.cm/books>

**Fisher, G. (2020).** The Complexities of New Venture Legitimacy. *Organization Theory*, 1(2), 1-25. <https://doi.org/10.1177/2631787720913881>

**Fridenson, P. (2006).** Une entreprise de sélection : Google. *Entreprises et histoire*, 2(43), 47-57. <https://doi.org/10.3917/eh.043.0047>

**García-Meca, E., Parra, I., Larrán, M., & Martínez, I. (2005).** The Explanatory Factors of Intellectual Capital Disclosure to Financial Analysts, *European accounting review*, 14(1), 63-94. <https://doi.org/10.1080/0963818042000279713>

**Germain, O. (2017).** Théories en entrepreneuriat: pour que les fruits passent la promesse des fleurs. *Les PME : d'hier à demain*, 17-65.

<https://www.researchgate.net/publication/305114434>

**Girod-Seville, M., & Perret, V. (1999).** *Fondements épistémologiques de la recherche*, In R-A. Thiétart (Coord.), Méthodes de Recherche en Management, Dunod.  
<https://shs.cairn.info/methodes-de-recherche-en-management--9782100711093>

**Hackett, S.M. & Dilts, D.M. (2004).** A Systematic Review of Business Incubation Research, *The Journal of Technology Transfer*, 29(1), 55-82.

<https://doi.org/10.1023/b:jott.0000011181.11952.0f>

**Hall B. (2002),** The Financing of Research and Development, *Oxford Review of economic policy*, 18(1), 35-51. <https://doi.org/10.1093/oxrep/18.1.35>

**Heller, D., De Chadirac, S. J., & Halaoui, L. (2019).** *L'émergence des start-up*, Londres (UK): ISTE editions, 1, 6-14. <https://www.istegroup.com/fr/produit/lemergence-des-start-up>

**Hellmann, T. & Puri, M. (2002).** Venture Capital and the Professionalization of Start-up Firms: Empirical Evidence, *Journal of Finance*, 52, 69-97. <https://doi.org/10.1111/1540-6261.00419>

**Holmes, S., & Kent, P. (1991).** An Empirical Analysis of the Financial Structure of Small and Large Australian Manufacturing Enterprises, *Journal of small business finance*, 1(2), 141-154. <https://doi.org/10.57229/2373-1761.1118>

**Iselin, F., & Bruhat, T. (2003).** *Accompagner le créateur : la nouvelle donne de l'entreprise innovante*, Paris, Ed. Chiron, 240 p. <https://www.eyrolles.com/Entreprise/Livre/>

**Jensen, M.C., & Meckling, W.H. (1976).** Theory of the Firm: Managerial Behavior, agency Costs, and Ownership Structure, *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405x\(76\)90026-x](https://doi.org/10.1016/0304-405x(76)90026-x)

**Koenig, G. (1993).** Production de la connaissance et constitution des pratiques organisationnelles, *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 91, 4-17. <https://pascal-francis.inist.fr/vibad/index.php?action=getRecordDetail&id=6326440>

**Kouraiche, N. (2018).** Le rôle de l'écosystème de l'accompagnement entrepreneurial dans la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie. *Les Cahiers du Cread*, 34(2), 75-106. <https://www.ajol.info/index.php/cread/article/view/186878>

**Krotov, V., Johnson, L., & Silva L. (2020).** Legality and Ethics of Web Scraping, Communications of the Association for Information Systems, USA.

<https://aisel.aisnet.org/cais/vol47/iss1/22/>

**Labex Entreprendre (2014)**, Livre blanc sur les structures d'accompagnement à la création d'entreprises en France. Panorama des structures d'accompagnement en termes de management et de performance, Montpellier. [https://labex-entreprendre.fr/?page\\_id=325](https://labex-entreprendre.fr/?page_id=325)

**Lachmann, J. (1992)**. Évolution du capital-risque en France. *Entreprises et histoire*, 2(2), 35-48. <https://doi.org/10.3917/eh.002.0035>

**Lachmann, J. (1992a)** *Le seed capital : une nouvelle forme de capital-risque*, Economica, 137p. <https://www.mollat.com/livres/1317592>

**Lasch, F., & Yami, S. (2008)**. The Nature and Focus of Entrepreneurship Research in France over the Last Decade: a French Touch? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(2), 339-360. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00229.x>

**Lecocq, X., Demil, B., & Warnier, V. (2006)**. Le business model, un outil d'analyse stratégique, *L'expansion management review*, 123(4), 96-109. <https://doi.org/10.3917/emr.123.0096>

**Léger-Jarniou, C., & Kalousis, G. (2015)**. *La boîte à outils de la création d'entreprise*, Edition Dunod, 192 p. <https://www.dunod.com/entreprise-et-economie/boite-outils-creation-d-entreprise-2025-67->

**Leland, H. & Pyle, D. (1977)**. Informational Asymmetric Financial Structure and Financial Intermediation, *The Journal of Finance*, 32(2), 371-387. <https://doi.org/10.2307/2326773>

**López-Gracia, J., & Sogorb-Mira, F. (2008)**. Testing Trade-Off and Pecking order Theories in Financing SMEs, *Small Business Economics*, 31, 117-136. <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9088-4>

**Mahdia, B., & Djaber, B. (2022)**. Les start-up : quels financements pour quels besoins ? *Araa Iktissadia Review*, 4(2), 265-278. <https://asjp.cerist.dz/en/article/210567>

**Messeghem, K., & Sammut, S. (2010)**. Accompagnement du créateur: de l'isolement à la recherche de légitimité, *Revue de l'entrepreneuriat*, 9(1), 82-107.

<https://doi.org/10.3917/entre.091.0005>

**Messeghem, K., Sammut, S., Chabaud D., Carrier C., & Thurik, R. (2013)**. L'accompagnement entrepreneurial, une industrie en quête de leviers de performance ? *Management international*, 17(3), 65-71. <https://doi.org/10.7202/1018267ar>

**Miles, M.-B. & Huberman, A.-M. (2003)**. *Analyse des données qualitatives : recueil de nouvelles méthodes*, 2ème édition, Paris, De Boeck. <https://www.fnac.com/a1355835/>

**Modigliani, F. & Miller, M. (1963).** Taxes and the Cost of Capital: A Correction, *American Economic Review*, 53(3), 433-443. <https://www.jstor.org/stable/1809167>

**Muriel, P.K. (2003).** Le financement d'une start-up : L'Air Liquide 1898-1913, *Finance Contrôle Stratégie*, 6(4), 25-58. <https://www.researchgate.net/profile>

**Myers, S. C. (1984).** The Capital Structure Puzzle, *The Journal of Finance*, 39(3). 575-592. <https://doi.org/10.2307/2327916>

**Myers, S. C. (2001).** Capital structure », *The Journal of Economic Perspectives*, 15(2), 81-102. <https://doi.org/10.1257/jep.15.2.81>

**Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984).** Corporate Financing and Investment Decisions when Firms have Information that Investors do not Have, *Journal of Financial Economics*, 13. 187-221. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(84\)90023-0](https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0)

**Njiwa, M. K., & Gandja, S. V. (2019).** Utilité de l'accompagnement entrepreneurial dans le cadre du microcrédit en France: une analyse du point de vue des bénéficiaires, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 18(3), 81-105. <https://doi.org/10.3917/entre.183.0081>

**OCDE, (2017).** PME et entrepreneuriat, C(2017)45/REV1, 23p.

<https://www.oecd.org/fr/topics/policy-issues/smes-and-entrepreneurship.html>

**Paré, J.-L. & Demerens, F. (2011).** Quel enseignement de la finance entrepreneuriale ? : une proposition pragmatique, *Revue internationale P.M.E*, 24(3-4), 231–254.

<https://doi.org/10.7202/1013668ar>

**Paul, M. (2009).** L'accompagnement dans le champ professionnel, *Savoirs*, (2), 11-63. <https://doi.org/10.3917/savo.020.0011>

**Persson, S., & Bayad, M. (2007).** L'accompagnement des porteurs de projet par le coaching entrepreneurial, *Revue Internationale de Psychosociologie*, 9(31), 149-168. <https://doi.org/10.3917/rips.031.0147>

**Pettit, R. R., & Singer, R. F. (1985).** Small Business Finance : A Research Agenda, *Financial Management*, 14(3), 47-60. <https://doi.org/10.2307/3665059>

**Planes, B., Bardos, M., Avouyi-Dovi, S. & Sevestre, P. (2002).** Financement des entreprises industrielles innovantes : contraintes financières et risque, bulletin de la banque de France, n° 98, <https://publications.banque-france.fr/fevrier-2002>

**Pluchart, J-J. (2013).** « Les performances des réseaux d'accompagnement entrepreneurial ». *Vie & sciences de l'entreprise*, 1(193), 93-113. <https://doi.org/10.3917/vse.193.0093>

**Rédis, J. (2006).** Contribution à la connaissance de l'accompagnement à la levée de fonds destiné aux jeunes entreprises de croissance : le cas de la France, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 5(1), 73-89. <https://doi.org/10.3917/entre.051.0073>

**Ries, E. (2011).** *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, New York Crown Publishing Group, p. 27-28. [https://books.google.cm/books/about/The\\_Lean\\_Startup.html](https://books.google.cm/books/about/The_Lean_Startup.html)

**Rogers, E. M., Medina, U. E., Rivera, M. A., & Wiley, C. J. (2005).** Complex Adaptive Systems and the Diffusion of Innovations. *The innovation journal: the public sector innovation journal*, 10(3), 1-26. [https://innovation.cc/wp-content/uploads/2005\\_10\\_3\\_3 Rogers](https://innovation.cc/wp-content/uploads/2005_10_3_3 Rogers)

**Ross, S.A. (1977).** The Determination of Financial Structure: the Incentive-signalling Approach, *Bell Journal of Economics*, 8(1), 23-40. <https://doi.org/10.2307/3003485>

**Saleh Y. (2020).** Lorsque l'accompagnement entrepreneurial « pro bono » devient un levier stratégique pour favoriser l'innovation. Une étude exploratoire au sein d'un cabinet de conseil, *Question(s) de management*, 2(28), 51-63. <https://doi.org/10.3917/qdm.202.0051>

**Sammut, S. (2000).** Vers une intermédiation effective petite entreprise jeune et environnement local, *Revue internationale PME*, 13(1), 87-104. <https://doi.org/10.7202/1008671ar>

**Sammut, S. (2003).** L'accompagnement de la jeune entreprise, *Revue française de gestion*, (3), 153-164. <https://doi.org/10.3166/rfg.144.153-164>

**Savignac, F. (2007).** Quel mode de financement pour les jeunes entreprises innovantes. Financement interne, prêt bancaire, ou capital-risque ? *Revue économique*, 58, 863-889. <https://doi.org/10.3917/reco.584.0863>

**Schmitt, C., Husson, J., Nobile D., Morua, J. Marin, A., & Majdouline, I. (2015).** Les situations entrepreneuriales : définition et intérêts pour la recherche en entrepreneuriat, 9e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Nantes, 20-22 Mai. <https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01698276v1/document>

**Schumpeter J.A. (1911).** *Théorie de l'évolution économique*, Trad. Francaise, Dalloz, <https://www.librairie-dalloz.fr/livre/9782247037650>

**Spence, M. (2002).** Signaling in Retrospect and the Informational Structure of Markets. *American Economic Review*, 92(3), 434-459. <https://doi.org/10.1257/00028280260136200>

**Suchman, M. C. (1995).** Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches, *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610. <https://doi.org/10.2307/258788>

**Tahiri, R., & Elabjani, A. (2024).** Le Choix des modes de financement des start-ups marocaines innovantes: Une étude exploratoire, *Revue de Gestion et d'Économie*, 12(2), 165-184. <https://doi.org/10.34874/PRSM.jbe.49813>

**Teece, D. J. (2014).** The Foundations of Enterprise Performance: Dynamic and Ordinary Capabilities in an (economic) Theory of Firms. *Academy of management perspectives*, 28(4), 328-352. <https://doi.org/10.5465/amp.2013.0116>

**Verzat, C., Gaujard, C., & Francois, V. (2010).** Accompagner des futurs entrepreneurs en fonction de leur besoin à chaque âge de la vie, *Gestion 2000*, 27(3), 59-74. <https://hal.science/hal-00777887>

**Wanda, R. (2001).** Structure financière et performance des entreprises dans un contexte sans marché financier, *Revue du Financier*, 1-16. <https://www.studocu.com/row/document/>

**Wanlin P. (2007).** L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens : une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels, *Recherches Qualitatives* – Hors Série, (3), 243-272. [www.recherche-qualitative.qc.ca](http://www.recherche-qualitative.qc.ca)

**Wernerfelt, B. (1984).** A Resource-Based View of the Firm, *Strategic Management Journal*, 5 (2), 171-180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>

**Werven, V., Bouwmeester, R.O., & Cornelissen, J. P. (2015).** The Power of Arguments: How Entrepreneurs Convince Stakeholders of the Legitimate Distinctiveness of their Ventures, *Journal of Business Venturing*, 30(4), 616-631.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.08.001>

**Williamson, O.E. (1988).** Corporate Finance and Corporate Governance, *Journal of Finance*, 43(3), 567-591. <https://doi.org/10.2307/2328184>

**Zimmerman M.A & Zeitz G. (2002).** Beyond Survival : Achieving new venture growth by Building Legitimacy, *Academy of Management Review*, 27(3), 414-431. <https://doi.org/10.2307/4134387>