



**AIREPME**

Association Internationale de REcherche en PME

**CIFPME 2000**

**5° Congrès International Francophone sur  
la PME**

**25, 26 et 27 octobre 2000 à Lille**

Site web de l'Institut d'Administration des Entreprises de Lille :

<http://www.iae.univ-lille1.fr>

Site web du CLAREE (Centre Lillois d'Analyse et de Recherche sur l'Evolution des  
Entreprises) :

<http://www.univ-lille1.fr/claree>

Site web de l'ADREG (Association de Diffusion et de Recherche en Entrepreneuriat et  
en Gestion) :

<http://www.adreg.net>

Site web de l'AIREPME :

<http://www.airepme.univ-metz.fr/>

## **Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat : les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine**

Alain Fayolle  
Professeur  
E.M.LYON  
UPR Hommes et Stratégies  
23 Avenue Guy de Collongue  
BP 174  
69132 Ecully cedex

Tel : 04 78 33 77 03  
Fax : 04 78 33 79 27  
Email : [fayollea@em-lyon.com](mailto:fayollea@em-lyon.com)

### **Résumé**

Le champ de l'entrepreneuriat est éclaté et ses multiples composantes sont observées et analysées par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, des spécialistes des sciences du comportements ou des sciences de gestion.

Les approches disciplinaires indépendantes ne suffisent plus aujourd'hui pour progresser dans la connaissance du phénomène entrepreneurial qui apparaît de plus en plus complexe.

Le but de cette contribution est de proposer de nouvelles perspectives de recherche en entrepreneuriat à partir des connaissances existantes et en utilisant les résultats d'une recherche effectuée sur un échantillon composé de groupes d'experts et de professionnels du domaine. Les conclusions de cette étude et de notre contribution soulignent la nécessité de reconsidérer l'objet de recherche. Pour produire de nouvelles connaissances dans le champ de l'entrepreneuriat, il nous semble essentiel de se focaliser sur le processus entrepreneurial et sur le système entrepreneur-projet entrepreneurial.

## Introduction

Il apparaît que si l'on parle beaucoup d'entrepreneuriat et d'entrepreneur, en France et dans le monde, peu de chercheurs sont capables de définir précisément ce que ces notions recouvrent et ce qu'en sont leurs principales implications en termes de situations, de spécificités de ces situations, de caractéristiques et de comportements sociaux. Marchesnay résume simplement ce constat : « La notion d'entrepreneur est l'une des plus controversées, et des plus chargées de sens, de l'analyse stratégique » (Marchesnay, 1995, p. 153) et positionne, de facto, l'entrepreneuriat dans le champ de la stratégie.

Le champ de l'entrepreneuriat est éclaté et ses multiples composantes sont observées et analysées par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, des spécialistes des sciences du comportement ou des sciences de gestion (Filion, 1997).

Même si quelques contributions significatives ont été apportées, dans le domaine de l'entrepreneuriat, par de prolifiques chercheurs, l'étude scientifique de ce dernier en est encore à ses premiers pas (Brazeal, Herbert, 1999). De nombreuses recherches se sont focalisées sur les caractéristiques individuelles et les traits de personnalité des entrepreneurs (Mc Clelland, 1961 ; Mc Clelland, Winter, 1969 ; Brockhaus, 1980 ; Hisrich, O'Brien, 1981)<sup>1</sup>. Les recherches des dix dernières années ont contribué à étendre le champ et en accroître l'hétérogénéité à travers l'émergence de nouveaux thèmes. C'est ainsi que Filion (1997, p. 10) recense 25 thèmes principaux de recherche en entrepreneuriat.

Les approches disciplinaires indépendantes ne suffisent plus aujourd'hui pour progresser dans la connaissance du phénomène entrepreneurial qui apparaît de plus en plus complexe, de par sa nature même (Gartner, 1989 ; Wortman, 1987 ; Bruyat, Julien, 2000). La complexité de l'objet et du champ de recherche accroît, d'une façon considérable, la difficulté du travail des chercheurs et explique probablement l'insuffisance de continuité dans les recherches (Wortman, 1987 ; Gartner, 1989). A tel point que des interrogations apparaissent, notamment, à propos des extensions récentes du champ : « Are these truly expansions of a central entrepreneurial phenomenon or are they, for the most part, unrelated applications of entrepreneurial concepts to other fields such as organization theory, international management, or human resources ? » (Brazeal, Herbert, 1999, p. 30). Il semble donc plus que nécessaire d'offrir rapidement une perspective unifiée (ou pour le moins très largement partagée) dans le domaine de l'entrepreneuriat. Nous pensons, en effet, que le développement scientifique du champ ne peut se poursuivre qu'à partir d'une vision commune et d'un large accord sur un corpus de connaissances, sur des théories produites et des méthodes de recherches utilisées. De nombreux chercheurs se rejoignent sur ce sentiment et revendiquent, plus ou moins, l'émergence de nouveaux paradigmes (Gartner, 1985 et 1988 ; Wortman, 1992 ; Cunningham, Lischeron, 1991 ; Dhery, Toulouse, 1995 ; Bull, Willard, 1993 ; Bouchikhi, 1993 ; Bruyat, 1994 ; Filion, 1997 ; Brazeal, Herbert, 1999 ; Fayolle, 2000 ; Bruyat, Julien, 2000).

Le but de la présente contribution est d'esquisser de nouvelles perspectives de recherche en entrepreneuriat à partir des connaissances actuelles et en utilisant les résultats d'une recherche effectuée sur un échantillon composé de groupes d'experts et de professionnels du domaine.

---

<sup>1</sup> Pour une revue de la littérature plus complète voir Gartner (1988).

Dans une première partie, nous allons donner une synthèse de la littérature scientifique consacrée à l'entrepreneuriat avec un double regard, historique et disciplinaire. L'objectif de notre revue est de repérer, dans des publications fondatrices, des concepts ou des éléments de connaissance structurants. La deuxième partie présente le cadre théorique et les aspects méthodologiques d'une recherche que nous avons réalisée pour mesurer les perceptions d'experts de l'entrepreneuriat relatives à plusieurs écoles de pensée décrivant le champ. Les résultats de la recherche et leur discussion feront l'objet de notre troisième partie. Nous terminerons notre contribution par une réflexion de nature à favoriser la transition vers une perspective unifiée et à faciliter la production de nouvelles connaissances d'intention scientifique<sup>2</sup> dans le champ de l'entrepreneuriat.

## **1 – Le champ de l'entrepreneuriat : génèse, objets et disciplines**

Avoir pour objectif principal de proposer de nouvelles perspectives de recherche en entrepreneuriat passe obligatoirement par une connaissance approfondie de la littérature scientifique produite dans le champ. La synthèse que nous nous proposons de développer, ici, est articulée autour de deux axes. Le premier privilégie la dimension historique et explore les racines de l'entrepreneuriat (1.1). Le deuxième axe est davantage construit autour d'une perspective qui tente de relier des disciplines à des objets de recherche (1.2).

### **1.1 -Les racines historiques de l'entrepreneuriat**

Les bases historiques de l'entrepreneuriat appartiennent, aux sciences économiques. Le concept d'entrepreneuriat apparaît dans la littérature économique à travers les écrits de Richard Cantillon (Landstrom, 1998 ; Filion, 1997). Cantillon est le premier à présenter la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique. Il souligne notamment, dans son analyse du phénomène entrepreneurial, le rôle de l'incertitude et du risque. L'entrepreneur de Cantillon « prend des risques dans la mesure où il s'engage vis-à-vis d'un tiers de façon ferme, alors qu'il n'a pas de garantie certaine de ce qu'il peut en attendre » (Boutillier, Uzunidis, 1999). Jean-Baptiste Say est le deuxième économiste à s'être beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur (Filion, 1997, p. 3). Pour lui l'entrepreneur est avant tout un preneur de risques qui investit son propre argent et coordonne des ressources pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte. L'entrepreneur devient une figure centrale du développement économique avec la publication de la Théorie de l'évolution économique (Schumpeter, 1935). Pour Filion (1997) Schumpeter peut-être qualifié de père du champ de l'entrepreneuriat. L'entrepreneur schumpétérien est avant tout un innovateur et un agent de changement : « l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons<sup>3</sup> ». L'entrepreneur prend donc des risques pour innover, notamment, en réalisant de nouvelles combinaisons productives (Schumpeter, 1935). La définition schumpétérienne de l'innovation n'est pas restrictive, dans la mesure où les 5 types de recombinaison identifiés correspondent aux différentes opportunités de profit présentes dans une économie capitaliste (Boutillier, Uzunidis, 1999, p. 30).

---

<sup>2</sup> Expression empruntée, à Henri Savall qui l'a lui-même empruntée à l'économiste François Perroux.

<sup>3</sup> Schumpeter, 1928, cité par Filion (1997).

La contribution de Schumpeter est essentielle car elle a donné ses assises au champ de l'entrepreneuriat. Néanmoins, d'autres courants de la pensée économique apportent un éclairage différent ou complémentaire et constituent également des racines. Nous voudrions citer, sans être exhaustif, Knight (1971) et la relation de l'entrepreneur à l'incertitude, Kirzner (1983) et les opportunités liées à des besoins ou des imperfections de marché, Leibenstein (1979) et son modèle de mesure de l'inefficacité dans l'utilisation des ressources et enfin Casson (1982) et l'importance de la coordination des ressources et la prise de décision.

En synthèse, le point de vue des économistes est important car il donne une base historique au champ de l'entrepreneuriat. Il est également multi-composantes et tend à dégager, au moins, deux figures d'entrepreneurs et quatre rôles entrepreneuriaux principaux. Les figures sont celles de l'entrepreneur-organisateur d'activités économiques et de l'entrepreneur-innovateur (Baumol, 1993). L'entrepreneur, dans le système économique, joue quatre rôles fondamentaux (Landstrom, 1998). Il peut être assimilé à un « risk-taker/risk manager » (Cantillon, Say, Knight) ou à un « innovator » (Schumpeter). D'autres voient en lui un « alert seeker of opportunities » (Hayek, Mises, Kirzner) ou enfin, un « coordinator of limited resources » (Casson).

Nous nous proposons maintenant de mettre en relation ce premier regard avec des visions portées par des chercheurs d'autres disciplines.

## **1.2 – De la variété des disciplines et des objets d'étude**

Trois questions fondamentales peuvent résumer une grande partie de l'activité de recherche en entrepreneuriat. S'inspirant, d'une formulation de Stevenson et Jarillo (1990), ce triple questionnement peut ainsi être proposé : « What on Earth is he doing... ? » constitue la première interrogation, « Why on Earth is he doing... ? » la seconde et, « How on Earth is he doing... ? », la dernière (Tornikoski, 1999). Nous retrouvons, ici, les approches fonctionnelles (What) des économistes, l'approche centrée sur les individus (Why and Who) des spécialistes des sciences du comportement et les approches processuelles (How) des gestionnaires. Les économistes s'intéressent aux effets de l'entrepreneuriat et au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique. Nous nous sommes efforcés de résumer leurs principaux apports. Nous allons maintenant, aborder successivement, les approches centrées sur les individus (1.2.1) et sur les processus (1.2.2), avant de proposer une synthèse reliant les principales disciplines, impliquées dans le recherche en entrepreneuriat, aux objets d'études et ouvrant sur des aspects méthodologiques et / ou épistémologiques (1.2.3).

### **1.2.1 – Les approches centrées sur les individus**

Elles visent à produire des connaissances sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, leurs traits de personnalité, leurs motivations, leurs comportements, leurs origines et trajectoires sociales. Elles cherchent, peut-être, aussi un profil type d'entrepreneur qu'il serait possible d'identifier par une caractéristique principale ou un ensemble de caractéristiques. Une des premières questions relatives aux individus a porté (et porte encore ?) sur le caractère inné de l'entrepreneur. Les entrepreneurs naissent-ils

avec un sixième sens, une sorte d'instinct entrepreneurial ? Certains ne sont pas loin de le penser<sup>4</sup>. Mais, beaucoup d'autres, chercheurs et praticiens, réfutent cette hypothèse.

Les spécialistes des sciences du comportement humain ont multiplié les recherches pour tenter d'analyser et de comprendre les comportements de l'entrepreneur. Weber a mis en évidence l'importance du système de valeurs (Filion, 1997, p. 5) et a vraisemblablement été un des premiers adeptes de la discipline à s'intéresser aux entrepreneurs. McClelland (1961) propose une théorie du besoin de réalisation (need for achievement) appuyée sur une solide base empirique. Pour lui, les entrepreneurs sont des individus qui ont un besoin élevé d'accomplissement, une forte confiance en eux, une capacité à résoudre, seuls, des problèmes et qui s'orientent vers des situations caractérisées par des risques modérés et un retour rapide du résultat de leurs actions. A partir des travaux de McClelland, de nombreuses recherches ont été réalisées pour tenter d'expliquer la création d'entreprise, ou son succès, par le besoin d'accomplissement du créateur. Une conclusion provisoire est donnée par Brockhaus (1982) qui met en cause la pertinence de ce lien unique. N'ayant pas démontré l'existence d'une seule variable pour expliquer le phénomène, les psychologues, sociologues et autres spécialistes du comportement ont effectué des centaines de recherches sur les entrepreneurs et identifié toute une série de caractéristiques qui les décrivent. S'inspirant notamment des contributions de Hornaday (1982), Meredith, Nelson et al. (1982) et Timmons (1978), Louis-Jacques Filion propose un tableau qui présente les plus courantes (Filion, 1997, p. 7). Un point de vue original appartenant à l'école psychanalytique est apportée par Kets de Vries (1977). Ce dernier stipule que le comportement entrepreneurial est la résultante d'expériences vécues dans la tendre enfance et caractérisées par un environnement familial hostile et de nombreux problèmes affectifs. Ces situations ont conduit les individus à développer des formes de personnalités déviantes et peu insérables dans des environnements sociaux structurés, au sens où il ont des difficultés à accepter une autorité et à travailler en équipe avec d'autres personnes.

Les approches typologiques viennent compléter les approches par les traits. Une typologie classique est donnée par Smith (1967) qui distingue deux types d'entrepreneurs (« craftsman » et « opportunistic »). Différentes typologies d'entrepreneurs sont proposées dans la littérature entrepreneuriale mais leur prolifération ne contribue pas à distinguer un profil idéal ou scientifique d'entrepreneur<sup>5</sup>. Tout individu est le produit de son (ou de ses) milieu(x) d'appartenance. Les entrepreneurs sont influencés par leur environnement proche et reflètent, d'une certaine façon, les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent (ou ont évolué). Les recherches portant sur les facteurs qui agissent dans l'apparition d'une intention entrepreneuriale, sur les carrières entrepreneuriales, sur les influences de la famille ou des rôles-modèles traduisent l'importance de l'environnement et tendent à démontrer son rôle sur le comportement entrepreneurial (Shaver, Scott, 1991 ; Filion, 1997).

Les approches centrées sur les individus font l'objet de critiques régulières et un débat mémorable a agité la communauté des chercheurs en entrepreneuriat à la fin des années 80. Il opposait Gartner (1988) et son approche de l'entrepreneuriat centrée sur la création d'organisation (How) à Carland et al. (1988) et leur approche centrée sur les traits (Who). Une réponse est donnée par Stevenson et Jarillo (1990) qui estiment qu'il est difficile de

---

<sup>4</sup> Voir les auteurs cités par Cunningham et Lischeron (1991), dans le paragraphe consacré à « The Great Person School of Entrepreneurship » et nos propres résultats présentés dans la deuxième partie de ce texte.

<sup>5</sup> Pour des revues récentes mais partielles de la littérature sur les typologies d'entrepreneurs, voir Risker (1999) et Landstrom (1998) en langue anglaise ou Hernandez (1999, pp.77-85) en langue française.

modéliser et d'expliquer un comportement complexe (l'entrepreneuriat) en s'appuyant sur quelques traits psychologiques ou sociologiques. Ce constat, de plus en plus partagé, a conduit les chercheurs à s'intéresser à l'étude des processus entrepreneuriaux.

### 1.2.2 – Les approches centrées sur les processus

Après le What, le Who et le Why, les recherches se sont saisies du How : « How are new firms established ? », « How is the entrepreneur acting ? ». Deux questions, parmi d'autres, qui partent du principe que l'entrepreneuriat est considéré comme un phénomène complexe et multidimensionnel (Gartner, 1985 ; Bruyat et Julien, 2000). L'apparition de ce courant est justifiée par l'idée, de plus en plus admise, d'une très grande diversité dans les situations entrepreneuriales et dans les créations d'entreprises. En fait, les entrepreneurs et leurs projets entrepreneuriaux sont différents les uns des autres (Gartner, 1985). Ce point de vue est cependant assez récent dans l'histoire de ce jeune champ scientifique, même si, au cours des 15 dernières années, de nombreux auteurs ont suggéré de concentrer les recherches sur l'étude du processus entrepreneurial (Gartner, 1985 ; Gartner, 1988 ; Stevenson et Jarillo, 1990 ; Bygrave et Hofer, 1991 ; Van de Ven, 1992 ; Bruyat, 1993 ; Bouchikhi, 1993 ; Gartner, 1993 ; Bruyat, 1994 ; Fayolle, 1996 ; Landstrom, 1998 ; Hernandez, 1999 ; Bruyat et Julien, 2000).

Le processus entrepreneurial peut être défini de la façon suivante: « The entrepreneurial process involves all the functions, activities and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organisations to pursue them » (Bygrave et Hofer, 1991, p. 14). La représentation qu'en a Gartner (1985 et 1988) est assez similaire, lorsqu'il voit dans l'entrepreneuriat un phénomène qui consiste à créer et organiser de nouvelles activités et quand il parle du concept d'émergence organisationnelle. Dans cette vision, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité. L'émergence organisationnelle est donc le processus d'organisation qui mène à une nouvelle organisation. Gartner a proposé d'ailleurs le premier modèle interactionniste pour décrire le processus de création d'une nouvelle activité (Gartner, 1985). Ce modèle comporte quatre dimensions (« environnement, individual(s), process and organization ») et il est intéressant de noter que Gartner considère la dimension « process » comme une variable et non comme un concept global incluant les autres dimensions.

Différents auteurs ont élaboré des cadres conceptuels ou des modèles pour décrire le phénomène. La plupart d'entre-eux sont construits sur l'idée que le comportement entrepreneurial est la résultante d'un processus de type interactionniste entre des éléments qui appartiennent à l'environnement et d'autres éléments reliés à l'individu<sup>6</sup>.

Tous ces travaux contribuent à positionner des connaissances relatives à la notion d'organisation émergente ou à la notion de création de valeur nouvelle, au sens large du terme, c'est-à-dire à travers une innovation et/ou la création d'une organisation (Bruyat et Julien, 2000). C'est peut-être dans ce corpus de connaissances que s'élaborera, un jour, une théorie de l'entrepreneuriat.

---

<sup>6</sup> Pour une présentation plus complète de modèles décrivant le processus entrepreneurial, voir Torniskoski (1999) ou Hernandez (1999).

### 1.2.3 – Une vue synthétique du champ

Le caractère multidisciplinaire du champ de l'entrepreneuriat n'est plus à démontrer, il s'impose immédiatement à toute personne disposant de quelques connaissances le concernant. Dans ces conditions, il apparaît difficile de donner une représentation complète et détaillée de la couverture de ce champ pour toutes les différentes disciplines qui s'y sont intéressées. Ceci étant, nous avons souhaité, dans un but pédagogique, construire un tableau de synthèse présentant les principales disciplines et leur articulation dans des problématiques de recherche.

*Tableau 1 – Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat<sup>7</sup>*

<b>Question principale</b>	<b>What</b> (approche fonctionnelle)	<b>Who / Why</b> (approches sur les individus)	<b>How</b> (approches sur les processus)
<b>Echelle du temps</b>	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
<b>Domaine scientifique principal</b>	Economie	Psychologie, sociologie, psychologie cognitive, Anthropologie sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des organisations
<b>Objet d'étude</b>	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, Traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité
<b>Paradigme dominant</b>	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme
<b>Méthodologie</b>	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative
<b>Hypothèse de base</b>	L'entrepreneur joue/ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
<b>Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par...)</b>	Etat, Collectivités territoriales, Responsables économiques	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateurs	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Educateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

<sup>7</sup> Ce tableau a été élaboré à partir d'éléments proposés par Landstrom (1998), Fillion (1997) et Tornikoski (1999)



En résumé, ce qui nous semble devoir caractériser l'évolution des recherches en entrepreneuriat au cours des dernières années est, d'une part, la réorientation du centre focal qui s'est déplacé de l'individu vers le processus (Bygrave et Hofer, 1991) et, d'autre part, le passage d'une épistémologie positiviste à une épistémologie constructiviste, même si elle n'est pas toujours présentée ainsi dans les productions scientifiques. Pour ce qui nous concerne, nous ne pensons pas qu'il est possible, aujourd'hui, de décrire, expliquer, comprendre et prédire (peut-être) le phénomène entrepreneurial autrement qu'en nous focalisant et en observant des processus entrepreneuriaux.

## **2 – Une recherche sur les perceptions d'experts et de spécialistes de l'entrepreneuriat**

Gartner nous a indiqué la voie à suivre lorsque, au début des années 1990, confronté au problème récurrent de définition de l'entrepreneuriat il choisit d'interroger des experts (essentiellement des enseignants-chercheurs) du domaine, en mobilisant la méthode Delphi. L'appel à des spécialistes, ceux qui détiennent une connaissance théorique et/ou pratique sur le sujet, peut permettre de faire progresser la connaissance, en général, dans des domaines émergents et très faiblement structurés. Nous avons donc souhaité mesurer les perceptions d'experts et de spécialistes de l'entrepreneuriat relatives à l'idée qu'ils se font de ce qu'est (ou n'est pas) l'entrepreneuriat. Non pas en leur demandant de définir (donner leur définition), dans l'absolu, le concept ou en les faisant réagir par rapport à des propriétés ou éléments caractérisant le champ de l'entrepreneuriat ou l'entrepreneur. Mais en leur proposant six affirmations fortes concernant le domaine et en leur demandant d'indiquer leur degré d'approbation pour chacune d'entre-elles.

Nous allons maintenant exposer le cadre conceptuel de cette recherche (2.1), avant d'en présenter les aspects méthodologiques et de décrire l'échantillon que nous avons utilisé (2.2).

### **2.1 – Le cadre conceptuel de la recherche.**

Les affirmations que nous avons soumises au jugement des experts viennent des six écoles de pensée identifiées par Cunningham et Lischeron (1991). Après avoir explicité chacune de ces écoles, nous développerons les quelques propositions que nous avons voulu confrontées à notre terrain.

#### **2.1.1 – Les écoles de pensée et les affirmations correspondantes**

Comme nous l'avons démontré précédemment, il existe de nombreux courants de recherche qui étudient le phénomène entrepreneurial à partir de perspectives fondamentalement différentes. Cunningham et Lischeron (1991) en décrivent six qui nous semblent couvrir d'une façon assez complète le champ.

La première école voit dans l'entrepreneur un être extra-ordinaire (The « Great Person » School of entrepreneurship), au sens étymologique. Les journaux économiques évoquent régulièrement les parcours et les réussites de grands entrepreneurs. L'image présentée est chargée d'énergie, de puissance et de succès. De fréquentes biographies d'entrepreneurs soulignent la capacité instinctive de ces hommes, hors du commun, à reconnaître des opportunités inaccessibles à la majorité d'entre-nous et à prendre les bonnes décisions. Cela implique que sans cette faculté intuitive innée, ces individus ressembleraient au commun

des mortels (Cunningham et Lischeron, 1991, p. 46). Très récemment nous avons relevé ce fragment de portrait dans la presse française : « la légende voudrait que Li-Ka Shing, la propriétaire de Cheung Kong et de Hutchinson Whampoa, deux holdings qui pèsent près d'un cinquième de la capitalisation boursière de Hong-Kong, ait un sixième sens inné pour faire des bonnes affaires<sup>8</sup> ». Li-Ka Shing n'est pas très connu, mais d'autres entrepreneurs le sont davantage et les écrits littéraires et académiques (études de cas, notamment) consacrés à des Francis Bouygues, Steve Jobs, Richard Branson, Bill Gates, ont contribué à renforcer le mythe de l'entrepreneur inné. D'où notre première affirmation :

*L'entrepreneur est né avec un sixième sens, une capacité intuitive à entreprendre et à réaliser des actions spectaculaires.*

La deuxième école de pensée est celle des traits distinctifs et des caractéristiques psychologiques particulières (the Psychological Characteristics School of Entrepreneurship). Il peut s'agir de valeurs (éthique, responsabilité, ...), d'attitudes (prise de risques, d'initiatives, autonomie,...) ou de besoins (indépendance, accomplissement, ...). Nous avons présenté les contributions principales de recherche relatives à cette école dans la partie traitant des approches centrées sur les individus. Notre deuxième affirmation peut donc s'énoncer ainsi :

*L'entrepreneur a des caractéristiques psychologiques uniques (valeurs, attitudes, besoins) qui le guident.*

L'école de pensée suivante (The Classical School of Entrepreneurship) s'intéresse à l'innovation et à l'identification des opportunités. Elle stipule que la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction, dans un nouvel environnement donné, de nouvelles combinaisons des moyens de production (Schumpeter, 1935). Dans ces conditions l'innovation, la créativité et la découverte d'opportunités constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial (Cunningham et Lischeron, 1991, p. 51). S'inscrivent donc dans ce courant des économistes qui ont travaillé sur l'innovation (notamment Schumpeter et Drucker) ou sur l'opportunité (notamment, Mises, Hayek et Kirzner) et des spécialistes des sciences de gestion qui considèrent comme essentiel le processus de reconnaissance d'opportunité (Stevenson et Jarillo, 1990 ; Stevenson et Gumpert, 1985 ; Bygrave et Hofer, 1991 ; Bygrave, 1994). Ce qui nous amène à notre troisième affirmation :

*La caractéristique essentielle du comportement entrepreneurial est l'innovation. Les entrepreneurs doivent donc témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover.*

La quatrième école de pensée est centrée sur la poursuite et la concrétisation des opportunités d'affaires (The Management School of Entrepreneurship). De ce point de vue certains auteurs cités précédemment (Stevenson, Jarillo, Gumpert, Bygrave, Hofer) appartiennent également à ce courant, tous se retrouvant dans cette définition de l'entrepreneur : « An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it » (Bygrave, 1994, p. 2. Les approches centrées sur les processus s'insèrent aussi partiellement dans cette école, ainsi que les économistes qui voient dans l'entrepreneur un co-ordinateur de ressources (Casson, 1982). La formation des entrepreneurs, leur préparation et leur appropriation d'outils de management permettant,

---

<sup>8</sup> « La bonne fortune de Li-Ka Shing », Le Figaro économie n° 17258, cahier n° 2, 5 et 6 février 2000.

par exemple, de développer un plan d'affaires, d'évaluer des opportunités et d'acquérir des ressources dans un contexte de création d'activités (Bird, 1988) apparaissent comme des étapes possibles et souhaitables de la démarche entrepreneuriale. D'où la quatrième affirmation :

*Les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Ils poursuivent des opportunités et s'efforcent de les concrétiser en utilisant des techniques appropriées de gestion et de management.*

La cinquième école proposée par Cunningham et Lischeron s'intéresse au leadership (the Leadership School of Entrepreneurship). L'entrepreneur est souvent un leader qui conduit les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs assignés. Il doit aider ses collaborateurs dans leur développement personnel et ce de point de vue, l'entrepreneur est plus qu'un « manager », il est aussi un « leader of people » (Carsrud et al., 1986). Cunningham et Lischeron pensent que ce courant théorique constitue l'aspect non-technique de l'école précédente et que l'entrepreneur doit être également un « people manager » ou un « leader/mentor » qui joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Ils citent, pour appuyer leur point de vue, Kao : « Thus, the entrepreneur must be a leader, able to define a vision of what is possible, and attract people to rally around that vision and transform it into reality » (Cunningham et Lischeron, 1991, p. 52). Ceci a bien évidemment des incidences sur l'éducation et la formation des entrepreneurs (Filion, 1991 ; Harrison et Leitch, 1994). Et notre cinquième affirmation est proposée comme suit :

*L'entrepreneur est avant tout un leader qui sait animer des équipes, s'adapter à leurs besoins, et les conduire vers l'atteinte des objectifs.*

La dernière école de pensée concerne l'intrapreneuriat<sup>9</sup> (the Intrapreneurship school of entrepreneurship). Les entreprises souffrent d'un manque d'innovation et d'une insuffisante capacité de réaction dans un monde où tout s'accélère. L'intrapreneuriat est vu comme une réponse à ces difficultés. Des comportements entrepreneuriaux, individuels ou collectifs, comme l'orientation vers les opportunités, peuvent permettre à des entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines (Burgelman, 1983). Ce qui nous a conduit à notre sixième et dernière affirmation :

*Les compétences entrepreneuriales peuvent être utilisées, avec profit, dans des organisations existantes. L'intrapreneurship étant défini comme le développement d'unités indépendantes pour créer de nouveaux marchés et de nouveaux produits.*

### **2.1.2 – Les propositions de la recherche**

Peu de recherches empiriques ont été consacrées aux questions relatives à la définition de l'entrepreneuriat. Si l'on excepte Gartner (1991), la plupart des travaux ne mobilisent pas (ou peu) le terrain. C'est vraisemblablement la première raison qui nous a amené à faire appel à l'avis des experts. Nous avons voulu, par ailleurs, trouvant un certain intérêt dans la contribution de Cunningham et Lischeron, soumettre leur construction intellectuelle au verdict d'un terrain et tester, ainsi, la pertinence de leurs propositions.

---

<sup>9</sup> Pour une revue récente de la littérature scientifique consacrée à ce concept, se reporter au numéro spécial de Entrepreneurship – theory and practice (vol. 23, n° 3, printemps 1999).

En travaillant sur les affirmations déduites des différentes écoles de pensées recensées par Cunningham et Lischeron, nous avons élaboré nos propres propositions de recherche.

Alors que l'enseignement de l'entrepreneuriat est dans une phase de développement accéléré, un peu partout dans le monde (Fayolle, 2000) et que ce mouvement accrédite le fait qu'il est possible d'apprendre à entreprendre, il nous a semblé contradictoire que la première affirmation incarne la croyance de l'entrepreneur inné et du sixième sens entrepreneurial. La conviction sur laquelle nous avons appuyé notre première proposition est que proposée à des personnes spécialistes de l'entrepreneuriat, cette affirmation ne pouvait, aujourd'hui, qu'être très largement rejetée.

*Proposition 1 : Des professionnels, spécialistes et experts de l'entrepreneuriat, ne peuvent que réfuter massivement l'idée d'un entrepreneur inné.*

Les deuxième et troisième affirmations ne nous ont pas amené à formuler des propositions particulières. L'affirmation suivante stipulant que les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création de richesses économiques qui poursuivent des opportunités pour les concrétiser correspond au courant managérial de l'entrepreneuriat (Stevenson et Gumpert, 1985 ; Bygrave, 1994), solidement ancré dans l'univers des sciences de gestion et les milieux professionnels dédiés à la création d'entreprise. Ce point de vue, qui véhicule déjà la notion de processus, nous est apparu dans le droit fil des tendances actuelles et particulièrement cohérent avec les orientations de recherche les plus récentes. Cela nous a conduit à libeller de la façon suivante notre deuxième proposition :

*Proposition 2 : le degré d'approbation des professionnels experts et spécialistes de l'entrepreneuriat portant sur la quatrième affirmation ne peut qu'être élevé, voire très élevé.*

Distinguer le leadership et autres dimensions managériales et en faire une école à part entière ne nous a pas semblé particulièrement judicieux, en raison du caractère étroit de cette seule dimension. Aussi, avons-nous estimé que l'affirmation construite sur cette école de pensée était de nature à recueillir plutôt un faible degré d'approbation.

*Proposition 3 : le degré d'approbation des professionnels, experts et spécialistes de l'entrepreneuriat sur l'école du leadership ne peut qu'être faible, voire très faible.*

Sans entrer dans une problématique tentative de définition de l'intrapreneuriat, la question reste bien évidemment posée<sup>10</sup>, si l'on admet qu'il est possible de développer avec profit, des comportements entrepreneuriaux dans des organisations existantes (si donc le degré d'approbation des experts est élevé) alors on accepte implicitement l'idée qu'il existe différents contextes et situations de type entrepreneurial. Gartner (1990) et Bruyat (1993) ont montré que l'entrepreneuriat pouvait concerner indifféremment le secteur privé et le secteur public ou associatif. Accepter cette affirmation revient également à envisager l'existence d'une forme persistante d'entrepreneuriat qui s'opposerait, d'une certaine façon, au processus d'inéluctable bureaucratisation des entreprises (Bouchikhi, 1994).

---

<sup>10</sup> Voir Sharma et Chrisman (1999) pour la contribution la plus récente sur cette question de définition du concept

*Proposition 4 : un degré élevé, voire très élevé, d’approbation de l’affirmation concernant l’intraprenariat présente deux conséquences possibles – 4.1 les comportements entrepreneuriaux s’appliquent dans différents contextes et situations, que l’entreprise existe ou qu’elle n’existe pas. 4.2 l’entrepreneuriat persistant peut correspondre à des situations d’entreprises.*

Les différentes affirmations issues des écoles de pensée de Cunningham et Lischeron recourent largement les thèmes identifiés dans la recherche de Gartner (1990). Ces thèmes et affirmations accréditent la thèse d’un phénomène multi-facettes articulé autour de deux dimensions fondamentales : l’individu (l’entrepreneur) doté de différentes caractéristiques et capacités et la création de valeur (richesses économiques, concrétisation d’opportunités, innovation, croissance, ...) Bruyat (1993, 1994) rapproche les deux contributions autour de son concept de dialogique individu / création de valeur. Qui plus est tous ces travaux contiennent et même développent l’idée d’une dimension processuelle supportant et rythmant le phénomène. Il nous apparaît donc qu’un degré d’approbation élevé, voire très élevé, pour l’ensemble des affirmations soumises, est de nature à renforcer le poids et la pertinence des approches processuelles.

*Proposition 5 : un degré élevé, voire très élevé, d’approbation des professionnels, experts et spécialistes de l’entrepreneuriat, porté sur l’ensemble des affirmations ne peut que renforcer le poids et la pertinence des approches processuelles utilisées dans des activités de recherche et constitue, d’une certaine façon, un forme de confirmation empirique de la perspective réunifiée de Cunningham et Lischeron.*

Après avoir beaucoup évoqué, ici, des professionnels, experts et spécialistes de l’entrepreneuriat, et les avoir mobilisé sans les avoir présenté, il devient plus que nécessaire de combler cette lacune.

## **2.2 – Les aspects méthodologiques de la recherche**

Notre terrain, cela a déjà été souligné, est composé d’experts, de professionnels et de spécialistes de l’entrepreneuriat que nous avons interrogés, à l’aide d’un questionnaire fermé, au cours du 1<sup>er</sup> semestre 1999. Trois groupes ont été privilégiés et ont constitué la base de notre échantillon.

Le premier groupe est composé d’entrepreneurs, issus du programme d’appui à la création d’entreprises d’une école de management<sup>11</sup>. Ces individus ont créé leur entreprise dans une période comprise entre 1 et 10 ans avant d’administration du questionnaire. Ils sont localisés, principalement dans la région Rhône-Alpes. Nous avons adressé, nominativement à environ 200 entrepreneurs, un questionnaire d’une page, comprenant les six affirmations<sup>12</sup> sur l’entrepreneuriat et demandant aux répondants, pour chacune d’entre-elles, d’indiquer leur degré d’approbation sur une échelle de Likert à 7 positions (1 : pas d’accord du tout ; 7 : tout à fait d’accord). Nous avons réceptionné en retour 60 questionnaires exploitables, soit un taux de 33 %.

---

<sup>11</sup> Il s’agit de l’E.M.LYON.

<sup>12</sup> Ces affirmations, présentées dans la partie 2.1 de notre contribution reprennent, à la traduction près, les définitions des 6 écoles de pensée de Cunningham et Lischeron.

Le deuxième groupe comprend des professeurs (ou maîtres de conférences) spécialisés ou impliqués fortement dans l'enseignement et la recherche en entrepreneuriat. Nous avons adressé nominativement, environ 100 questionnaires à des personnes membres de l'Académie de l'Entrepreneuriat, association française regroupant des enseignants-chercheurs actifs dans le domaine. 51 questionnaires exploitables nous ont été retournés, soit un taux légèrement supérieur à 50 %.

Le dernier groupe réunit des experts et professionnels de la création d'entreprise (consultants, banquiers, responsables d'organismes spécialisés, chargés d'affaires dans des sociétés de capital risque et des collectivités territoriales, ...). Ces personnes travaillent, principalement dans la région Rhône-Alpes et appartiennent à des réseaux régionaux et nationaux qui interviennent fortement dans les milieux de la création et du développement d'entreprises. Nous leur avons adressé, nominativement, environ 50 questionnaires, 31 nous ont été retournés, soit un taux de 62 %. Notre échantillon comprend donc 142 individus qui combinent des connaissances pratiques et théoriques très importantes dans le domaine de l'entrepreneuriat.

Bien qu'aucune question ouverte n'ait été posée, certaines personnes ont souhaité réagir par rapport au questionnaire pour apporter des éléments complémentaires ou d'autres points de vue. Nous les évoquerons dans la présentation des résultats.

### 3 – Les résultats de la recherche et leur discussion

La démarche qui nous apparaît la plus naturelle pour présenter nos résultats et les discuter est de structurer le développement autour des différentes affirmations et propositions, en partant de la première et en suivant leur ordre de présentation.

#### 3.1 – A propos de l'entrepreneur inné

Les résultats pour la première affirmation sont mis en évidence dans le tableau 2.

Tableau 2 : les perceptions des experts sur « l'entrepreneur inné »

Groupes d'experts	1	2	3	4	5	6	7	Total
	Désaccord			Accord				
E (60)	5 8,3 %	11 18,3 %	8 13,3 %	13 21,7 %	12 20 %	8 13,3 %	3 5 %	60 100 %
PS (51)	8 15,7 %	14 27,4 %	2 3,9 %	9 17,6 %	9 17,6 %	6 11,8 %	3 6 %	51 100 %
EP (31)	3 9,7 %	7 22,6 %	5 16,1 %	4 12,9 %	6 19,4 %	4 12,9 %	2 6,4 %	31 100 %
Ensemble (142)	16 11,3 %	32 22,5 %	15 10,6 %	26 18,3 %	27 19 %	18 12,7 %	8 12,7 %	142 100 %

E : entrepreneurs - PS : professeurs spécialisés - EP : professionnels de l'entrepreneuriat

L'idée d'un entrepreneur inné n'est pas massivement écartée par les experts<sup>13</sup> : plus de 37 % d'entre-eux sont en accord avec l'affirmation alors que 44,4 % sont en désaccord. Les perceptions diffèrent en fonction des positions et rôles des experts. Les entrepreneurs et les

<sup>13</sup> Nous utiliserons le mot « experts » pour signifier l'ensemble des personnes de notre échantillon.

professionnels de l'entrepreneuriat affichent un niveau d'approbation plus élevé (respectivement 38,3 % et 38,7 %) que les professeurs spécialisés (35,4 %). Ce résultat est, d'une certaine façon, une première surprise. Il invalide, en tout cas, notre première proposition. Des professionnels, experts et spécialistes de l'entrepreneuriat ne réfutent donc pas massivement l'idée d'un entrepreneur inné.

### 3.2 – Sur les caractéristiques psychologiques uniques

L'affirmation suivante est centrée sur l'existence et l'importance de caractéristiques psychologiques uniques détenues par les entrepreneurs. Le tableau 3 présente les résultats relatifs à la deuxième affirmation.

*Tableau 3 : les perceptions des experts sur « les caractéristiques psychologiques uniques des entrepreneurs »*

Groupes d'experts	1	2	3	4	5	6	7	Total
	Désaccord			Accord				
E (60)	2 3,3 %	6 10 %	6 10 %	10 16,7 %	15 25 %	17 28,3 %	4 6,7 %	60 100 %
PS (51)	2 3,9 %	6 11,8 %	7 13,7 %	6 11,8 %	13 25,5 %	12 23,5 %	5 9,8 %	51 100 %
EP (30)	1 3,3 %	2 6,7 %	4 13,3 %	4 13,3 %	7 23,3 %	6 20 %	6 20 %	30 100 %
Ensemble (141)	5 3,6 %	14 9,9 %	17 12 %	20 14,2 %	35 24,8 %	35 24,8 %	15 10,7 %	141 100 %

E : entrepreneurs - PS : professeurs spécialisés - EP : professionnels de l'entrepreneuriat

Même si le mot « uniques » contenu dans l'affirmation est vraisemblablement exagéré, au sens où les caractéristiques attribuées généralement aux entrepreneurs ne sont pas exclusives ou discriminantes, elles sont possédées, en effet, par d'autres catégories d'acteurs économiques et sociaux, les experts se rejoignent nombreux (60,3 %) dans la zone d'accord. Seuls 25,5 % d'entre-eux sont en désaccord avec l'affirmation. Là encore, les professeurs spécialisés sont plus nuancés dans leur jugement (58,8 %) que les entrepreneurs (60 %) et surtout les professionnels de l'entrepreneuriat (63,3 %). Sur un plan qualitatif, un professeur spécialisé a regretté l'absence d'une question sur la prise de risque et un entrepreneur nous a donné une définition centrée sur l'individu et quelques unes de ses caractéristiques : « l'entrepreneur est un être passionné qui cherche la liberté et se construit une prison sans barreau ».

### 3.3 – Où l'innovation apparaît comme une caractéristique essentielle du comportement entrepreneurial

La troisième affirmation porte sur l'innovation et la capacité créative des entrepreneurs. Les perceptions des experts, sur ces points, sont présentées dans le tableau 4.

Tableau 4 : les perceptions des experts sur l'innovation et la créativité

Groupes d'experts	1	2	3	4	5	6	7	Total
	Désaccord			Accord				
E (60)	0 0 %	2 3,3 %	9 15 %	9 15 %	15 25 %	17 28,3 %	8 13,4 %	60 100 %
PS (51)	1 2 %	4 7,8 %	3 5,9 %	10 19,6 %	11 21,6 %	15 29,4 %	7 13,7 %	51 100 %
EP (30)	0 0 %	3 9,7 %	5 16,1 %	4 12,9 %	5 16,1 %	8 25,8 %	6 19,4 %	30 100 %
Ensemble (141)	1 0,7 %	9 6,3 %	17 12 %	23 16,2 %	31 21,8 %	40 28,2 %	21 14,8 %	141 100 %

E : entrepreneurs - PS : professeurs spécialisés - EP : professionnels de l'entrepreneuriat

Deux notions, qui peuvent assez souvent se rejoindre, sont contenues dans l'affirmation. La première est que l'innovation est une caractéristique du phénomène entrepreneurial, quel que soit son degré d'intensité. La seconde est que les entrepreneurs doivent témoigner d'une réelle créativité, utile pour découvrir les opportunités. Le degré d'approbation des experts (64,8 %) par rapport à l'affirmation est élevé. A l'inverse leur degré de désapprobation est assez faible (19 %). Les professionnels de l'entrepreneuriat relativisent davantage l'importance de ce critère (61,3 % en accord ; 25,8 % en désaccord) à la différence des professeurs spécialisés (64,7 % ; 15,7 %) et surtout des entrepreneurs (66,7 % et 18,3 %).

Malgré la diversité des entrepreneurs et l'hétérogénéité des situations entrepreneuriales, l'innovation apparaît bien comme une dimension importante du phénomène.

### 3.4 – A propos de l'entrepreneur organisateur de processus

La quatrième affirmation traite de l'entrepreneur en tant qu'organisateur de processus de création de richesses économiques et qu'acteur orienté vers la concrétisation d'opportunités. Le tableau 5 résume les positions des experts sur l'affirmation concernée.

Tableau 5 : Les perceptions des experts sur l'entrepreneur organisateur de processus.

Groupes d'experts	1	2	3	4	5	6	7	Total
	Désaccord			Accord				
E (60)	0 0 %	2 3,3 %	1 1,7 %	5 8,3 %	20 33,3 %	18 30 %	14 23,3 %	60 100 %
PS (51)	0 0 %	1 2 %	3 5,9 %	6 11,8 %	11 21,6 %	22 43,1 %	8 15,7 %	51 100 %
EP (31)	0 0 %	1 3,2 %	4 12,9 %	2 6,5 %	6 19,4 %	9 29 %	9 29 %	31 100 %
Ensemble (142)	0 0 %	4 2,8 %	8 5,6 %	13 9,2 %	37 26,1 %	49 34,5 %	31 21,8 %	142 100 %

E : entrepreneurs - PS : professeurs spécialisés - EP : professionnels de l'entrepreneuriat

Les experts s'accordent à considérer que cette dimension est essentielle. Leur degré d'approbation est très élevé (82,4 %). Une fois de plus ce sont les entrepreneurs qui



présentent le niveau d'accord le plus fort (86,5 %). A l'opposé, les professionnels de l'entrepreneuriat marquent une toute petite réserve par rapport aux deux autres groupes. Leur degré d'approbation est de 77,4 % et ils sont 16,1 % à être en désaccord (5 % pour les entrepreneurs ; 7,9 % pour les professeurs spécialisés). Les résultats présentés ici valident notre deuxième proposition qui stipule que le degré d'approbation portant sur la quatrième affirmation, des professionnels, experts et spécialistes de l'entrepreneuriat ne peut qu'être élevé, voire très élevé. Au niveau qualitatif, un professeur spécialisé avance l'idée que « l'entrepreneur n'est ni strictement manager, ni, surtout, pur inventeur ». A la lumière des résultats, nous ne pouvons qu'être d'accord avec lui.

### 3.5 – Sur l'entrepreneur leader

L'entrepreneur est, avant tout, un leader qui sait animer des équipes, s'adapter à leurs besoins et les conduire vers l'atteinte des objectifs. Tel est l'énoncé de la cinquième affirmation, pour laquelle nous avons émis l'hypothèse (proposition 3) d'un degré d'approbation faible, voire très faible de la part des experts. Le tableau 6, ci-après, présente leurs perceptions.

Tableau 8 : les perceptions des experts sur l'entrepreneur leader

Groupes d'experts	1	2	3	4	5	6	7	Total
	Désaccord			Accord				
E (60)	0 0 %	1 1,7 %	3 5 %	8 13,3 %	15 25 %	18 30 %	15 25 %	60 100 %
PS (51)	0 0 %	2 3,9 %	3 5,9 %	13 25,5 %	8 15,7 %	18 35,3 %	7 13,7 %	51 100 %
EP (31)	0 0 %	0 0 %	3 9,7 %	8 25,8 %	2 6,5 %	10 32,3 %	8 25,8 %	31 100 %
Ensemble (142)	0 0 %	3 2,1 %	9 6,3 %	29 20,4 %	25 17,6 %	46 32,3 %	30 21,1 %	142 100 %

E : entrepreneurs - PS : professeurs spécialisés - EP : professionnels de l'entrepreneuriat

A l'évidence la proposition 3 n'est pas validée. Le degré d'approbation des experts sur la cinquième affirmation est plutôt élevé (71 %), bien que la formulation utilisée renforce davantage le caractère étroit, presque exclusif, d'une dimension managériale isolée parmi beaucoup d'autres. Ceci étant, des écarts significatifs apparaissent entre les groupes. Les perceptions des professeurs spécialisés et des professionnels de l'entrepreneuriat sont très voisines. Leurs degrés d'approbation varient entre 64,6 % et 64,7 % et, leurs choix médians (position 4) entre 25,5 et 25,8. A noter que ces pourcentages qui reflètent vraisemblablement des difficultés à se positionner clairement sont les plus élevés de notre série de résultats. Les entrepreneurs ont un degré d'approbation élevé (80 %), beaucoup plus fort (environ 13 points) que celui des autres groupes et leurs choix médians sont deux fois plus faible. Cette dimension de leadership semble donc plus importante pour les entrepreneurs. Plusieurs interprétations sont possibles. La première est que cette caractéristique est perçue comme étant valorisante pour ceux qui pensent la détenir. Très souvent, « leader » est associé à stratège, meneur d'hommes, premier de la classe, de l'équipe ou du secteur, réussites et performances. La seconde interprétation est que cette dimension évoque dans l'esprit des entrepreneurs des notions beaucoup plus fondamentales et qui sont reliées à l'anticipation, à la vision et à la faculté d'identifier des buts et des

trajectoires possibles dans des univers incertains. Ceci explique l'intérêt qu'ont eu et qu'ont encore pour ce thème, élargi aux notions évoquées, de nombreux chercheurs du domaine<sup>14</sup>.

### 3.6 – Les perceptions relatives à l'intrapreneuriat

La sixième et dernière affirmation a trait à l'intrapreneuriat. Elle stipule que les compétences entrepreneuriales peuvent être utilisées, avec profit, dans des organisations existantes. Le tableau 7 présente les positions des experts.

Tableau 7 : Les perceptions des experts sur la dimension intrapreneuriale

Groupes d'experts	1	2	3	4	5	6	7	Total
	Désaccord			Accord				
E (60)	2 3,3 %	3 5,0 %	4 6,7 %	4 6,7 %	14 23,3 %	14 23,3 %	15 31,7 %	60 100 %
PS (50)	0 0 %	1 2 %	2 4 %	4 8 %	4 8 %	17 34 %	22 44 %	50 100 %
EP (31)	0 0 %	1 3,2 %	1 3,2 %	5 16,1 %	3 9,7 %	10 32,3 %	11 35,5 %	31 100 %
Ensemble (141)	2 1,4 %	5 3,6 %	7 5 %	13 9,2 %	21 14,9 %	41 29,1 %	52 36,9 %	141 100 %

E : entrepreneurs - PS : professeurs spécialisés - EP : professionnels de l'entrepreneuriat

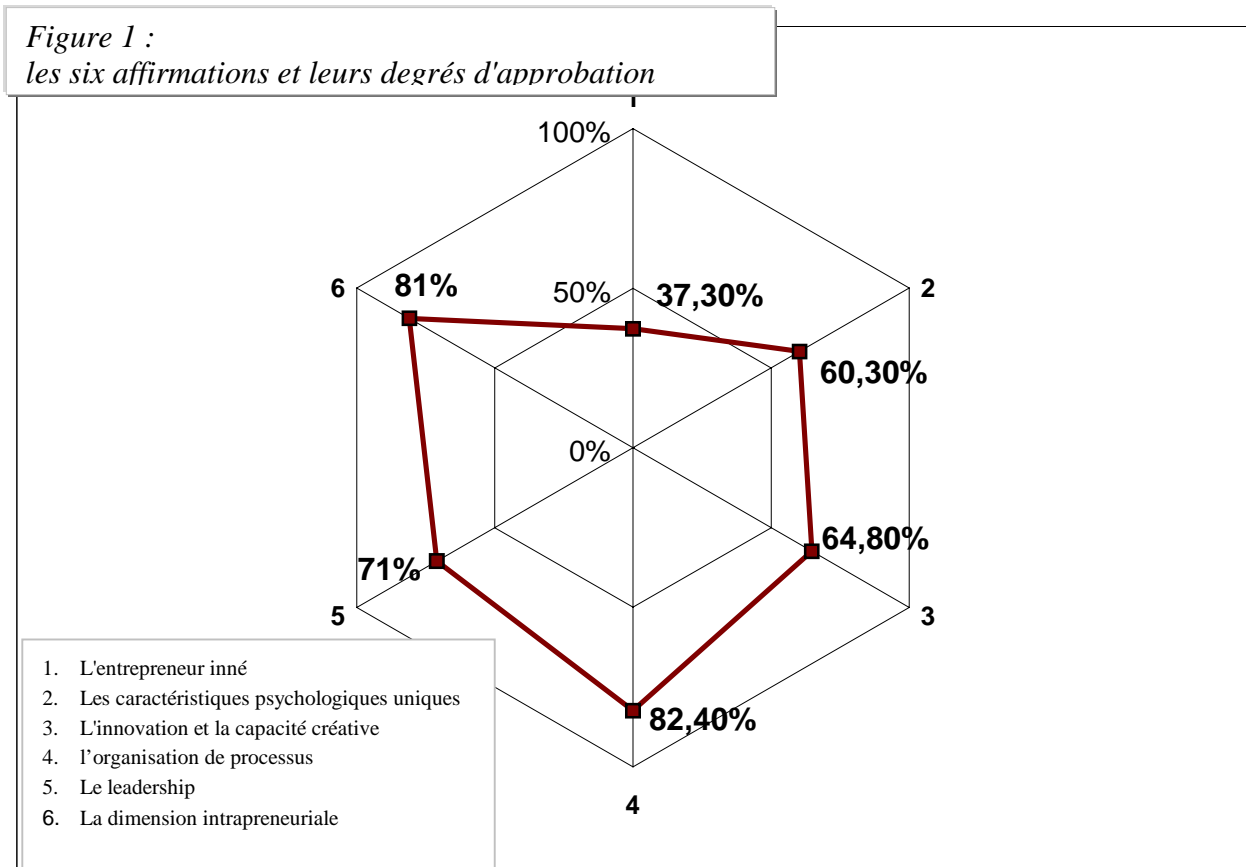
L'intrapreneuriat, tel qu'il est défini et présenté ici, semble trouver un écho et faire sens auprès des experts. Leur degré d'approbation est très élevé (81 %). Cependant, cette question est celle, et de loin, qui a le plus provoqué des envies de réaction chez les experts. Relevons, tout d'abord, qu'il n'y a pas une totale unanimité au sein des différents groupes. Les professeurs spécialisés ont le niveau d'accord le plus élevé (86 %) et de désaccord de plus faible (6 %). Les professionnels de l'entrepreneuriat sont deux fois plus nombreux (16,1 %) à avoir privilégié la position médiane que les autres groupes. Leur degré d'approbation est de 77,5 %. Il se situe, à peu près, au même niveau que celui des entrepreneurs. Ces derniers, sont d'autre part les plus nombreux (15 %) à exprimer un désaccord. Les entrepreneurs se posent et nous posent des questions à propos de l'intrapreneuriat. Certains pensent que les « limites de ce cadre sont vite frustrantes pour un entrepreneur », d'autres qu'il « existe des difficultés à le faire dans le contexte français », d'autres encore estiment que c'est possible « sous certaines conditions », que « c'est plus facile à faire dans une PME et impossible dans une grande entreprise ». D'autres, enfin, nous renvoient avec un brin d'humour leur incompréhension de la question... Un professeur spécialisé nous fait remarquer qu'il convient, à ce niveau, de distinguer création d'activités ou d'entreprises et esprit d'entreprendre.

Le degré d'approbation très élevé pour cette affirmation permet d'envisager la validation de notre proposition 4. Elle implique d'une part que les comportements entrepreneuriaux s'appliquent dans différents contextes et situations, que l'entreprise existe ou qu'elle n'existe pas. Elle sous-entend, d'autre part, que l'entrepreneuriat persistant peut correspondre à des situations d'entreprise.

<sup>14</sup> Citons, sans être exhaustif, Harrison et Leitch (1994), Filion (1997) ou Verstraete (1999).

### 3.7 – L'entrepreneuriat perçu comme un phénomène multi-facettes

Nous nous intéressons, ici à la proposition qui s'adresse à l'ensemble des affirmations. Nous montrons dans la figure 1, pour chacune d'elles, le niveau d'accord des experts consultés.



La dimension "entrepreneur inné" mise à part le degré d'approbation des experts sur l'ensemble des affirmations est élevé. Notons que les personnes consultées ont tendance à minimiser les aspects du comportement entrepreneurial liés à des déterminismes et à des traits durs de la personnalité (affirmations 1, 2, 3 et 5) et à maximiser ceux qui sont liés à des compétences et aptitudes managériales qui s'acquièrent et s'apprennent plus facilement (affirmations 4 et 6). L'image qui est renvoyée, ici, est donc celle d'un entrepreneur "construit", façonné par de multiples apprentissages, avant et pendant l'acte entrepreneurial. Filion (1997) souligne l'importance de ce processus d'apprentissage et de définition des besoins d'apprentissage.

Les perceptions consolidées des experts indiquent une tendance globale. Bien évidemment, cette tendance transcrit mal la diversité des points de vue individuels. Les divergences sont importantes entre experts de même groupe, y compris au niveau de personnes se

connaissant bien et ayant travaillé ensemble sur des projets communs (de recherche ou de rédaction d'ouvrages) dans le domaine. Ces écarts peuvent s'expliquer par des variables culturelles et contextuelles, liées à des pratiques et des croyances. Ils viennent aussi de l'hétérogénéité qui prévaut dans l'univers des entrepreneurs. De quel entrepreneur parle-t-on ? De Bill Gates, ou du propriétaire d'un salon de coiffure ? Du créateur développeur ou de l'artisan ? De quoi parle-t-on ? D'une situation entrepreneuriale, d'un champ ou d'un individu (l'entrepreneur) ? Il est parfois difficile d'opérer la distinction tant le lien qui unit objet et sujet est indissociable.

L'image renvoyée par les experts est bien celle, en tout cas, d'un phénomène multi-facettes où chaque dimension a son importance et n'a de sens que par rapport aux autres et dans un contexte déterminé.

Cunningham et Lischeron (1991) ont établi des liens entre ces différentes facettes (les 6 écoles de pensée) et ont suggéré l'importance de quatre dimensions qui les regroupent dans une logique processuelle : « evaluating self », « recognizing opportunities », « Acting and managing », « reassessing need for change ». Leur conception du processus entrepreneurial n'est pas une tentative de combiner les hypothèses et les philosophies des différentes écoles de pensée. L'entrepreneuriat est vu avant tout, ici, comme un processus itératif<sup>15</sup> d'évaluation personnelle, d'anticipation, d'action et de remise en cause dynamique des hommes et de l'organisation : « this process involves creating the idea, assessing one's personal abilities, and taking actions now and in the future. It assumes that entrepreneurs have the responsibility for the venture, or share some of the risks and rewards of it » (Cunningham et Lischeron, 1991, p.57).

Pour Cunningham et Lischeron, la compréhension des entrepreneurs et de leurs projets entrepreneuriaux exige de s'intéresser à chaque dimension du processus entrepreneurial : « entrepreneurs' personal perspective, their ways of identifying opportunities, their methods of acting and managing, and their mechanisms for adapting and reassessing » (Cunningham et Lischeron, 1991, p. 58).

Il n'est pas possible selon nous de comprendre le phénomène entrepreneurial en isolant, pour l'étudier, une facette des autres. Chacune contribue à éclairer l'objet sous un certain angle. C'est la prise en compte de toutes les facettes et de toutes les variables qui permettra, à un moment donné, d'éclairer complètement, sous tous ses angles, l'objet et donc, peut-être, de mieux le saisir pour le décrire, l'expliquer et le comprendre.

Il nous semble donc que nous apportons, à travers ces résultats, d'une certaine façon, la confirmation empirique de la pertinence de l'approche processuelle dans l'observation scientifique de l'entrepreneuriat vu comme un phénomène multi-facettes. Nos résultats tendent donc à valider notre cinquième proposition.

---

<sup>15</sup> Cela veut dire que le processus est dynamique, que le temps en est une composante essentielle et que pour se trouver dans une situation d'entrepreneuriat il est nécessaire d'entrer dans ce cercle « vertueux ». Pour rendre permanente la situation (entrepreneuriat persistant), il est nécessaire d'y rester.

## Conclusion

A l'issue de ce travail, nous souhaitons faire ressortir les apports qui nous apparaissent des plus fondamentaux. Les résultats confirment la diversité des vues sur l'entrepreneur et l'entrepreneuriat. L'entrepreneur apparaît, à certains, comme un individu peu ordinaire, doté de caractéristiques psychologiques uniques, voire même d'une capacité intuitive à entreprendre. Il apparaît à d'autres plutôt comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir (identifier les ressources, se les approprier, les mettre en œuvre) et disposant d'une capacité de leadership. L'entrepreneur peut évoluer dans des situations et des contextes très différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création. Il peut parfois, sous certaines conditions, développer des comportements persistants.

L'entrepreneuriat est perçu aujourd'hui comme un phénomène hétérogène, complexe et multidimensionnel. Nombreux sont ceux qui, au sein de la communauté scientifique, regrettent l'absence de définitions claires et partagées de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. Mais, après-tout, existe-t-il ce type de définitions pour qualifier la gestion et le gestionnaire ou le management et le manager ? Les résultats de la recherche ont donné une confirmation empirique du caractère pluridimensionnel du phénomène en renforçant l'idée que pour en avoir une compréhension globale il est nécessaire d'intégrer dans un même espace d'observation toutes les facettes qui le caractérisent. Ces résultats confirment donc la pertinence de l'orientation processus, qui est privilégiée, actuellement, par de nombreux chercheurs.

Le cheminement que nous avons suivi, à travers la littérature disponible, la recherche que nous avons effectuée pour mesurer les perceptions d'experts et spécialistes de l'entrepreneuriat par rapport à différentes écoles de pensée s'efforçant de définir le concept nous amènent à vouloir émettre quelques suggestions relatives à la recherche dans ce champ.

L'approche processuelle semble donc beaucoup plus à même d'apporter des connaissances nouvelles dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ne serait-ce que par la possibilité qu'elle donne, en intégrant la dimension temporelle et la dynamique du phénomène (changements d'état, événements, (ré)actions, évolutions, ...) de prendre en considération toutes les facettes et toutes les dimensions à la fois de l'entrepreneur et de l'action entrepreneuriale. Quelques précautions nous semblent cependant devoir être prises. Il convient, tout d'abord, d'éviter les risques d'errance et d'ambiguïté sémantiques. De quel processus parle-t-on ? S'agit-il du processus d'émergence organisationnelle (Gartner, 1993) ou de celui d'identification et d'évaluation des opportunités ou bien encore de celui de formation et d'élaboration des projets entrepreneuriaux ? Les processus peuvent concerner des individus, des projets, des couples individu/projet. Les concepts de phénomène entrepreneurial, de processus entrepreneurial et de projet entrepreneurial sont très souvent mobilisés et très rarement définis ou explicités. Ceci ouvre la porte à des interprétations erronées, à des confusions et rend difficilement possibles les comparaisons des résultats de recherches et la capitalisation des connaissances scientifiques.

L'étude des processus entrepreneuriaux doit être conduite, par ailleurs, avec une grande rigueur méthodologique au niveau de la définition de l'objet de recherche et des choix relatifs au terrain d'observation. L'outillage proposé par Bruyat (1993) permet de

hiérarchiser et de qualifier davantage les formes possibles d'entrepreneuriat, de la création d'entreprise ex-nihilo au comportement entrepreneurial dans une grande entreprise ou dans une organisation à but non lucratif, en passant par la franchise. Mieux comprendre l'action des entrepreneurs est lié au repérage et à l'explicitation des situations dans lesquelles ils sont engagés et passe certainement par une accumulation de connaissances scientifiques à propos de chacune des formes d'entrepreneuriat et des catégories d'entrepreneurs identifiés et présentant un intérêt, à la fois, pour la société et la communauté des chercheurs. Ce dernier point est en phase avec des recherches récentes conduites en France et centrées sur des formes d'entrepreneuriat (reprise d'entreprise, essaimage, création d'entreprise technologique) ou sur des catégories d'entrepreneurs (chercheurs, ingénieurs, diplômés de l'enseignement supérieur).

Etudier l'entrepreneur et l'entrepreneuriat reviendrait, dans ces conditions, à accumuler des observations et des cas sur des processus concernant des formes d'entrepreneuriat et des catégories d'entrepreneurs clairement définies, en mobilisant des méthodes de recherche qualitatives et longitudinales pour mieux traduire la temporalité et la dynamique du phénomène.

## Références bibliographiques

- BAUMOL, W.J., (1993), « Formal entrepreneurship theory in economics : existence and bounds », *Journal of Business Venturing*, vol.3, p.197-210.
- BIRD, B., (1988), « Implementing entrepreneurial ideas : the case for intention », *Academy of Management Review*, vol.13, n°3, p.442-453.
- BOUCHIKHI, H., (1993), « A constructivist framework for understanding entrepreneurship performance », *Organization Studies*, 14(4), p.549-570.
- BOUCHIKHI, H., (1994), « Entrepreneurs et gestionnaires », Paris : Les Editions d'organisation, 175 p.
- BOUTILLIER, S., UZUNIDIS, D., (1999), « La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Paris : Editions La découverte et Syros, 152 p.
- BRAZEAL, D.V., HERBERT, T.T., (1999), « The genesis of entrepreneurship » *Entrepreneurship-Theory and Practice*, Vol.23 n°3, p.29-45
- BROCKAUS, R.H., (1982), « The psychology of the entrepreneurs », in : Kent, C.A. et al. (Ed), 1982, *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood cliffs, N.J. : Prentice hall, p.39-57.
- BROCKHAUS, R.H., (1980), « Risk taking propensity of entrepreneurs », *Academy of Management Journal*, 23(3), p.509-520
- BRUYAT, C., (1993), « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble, 431 p.
- BRUYAT, C., (1994), « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », *Revue Française de Gestion*, n°101, p.113-125.
- BRUYAT, C., JULIEN, P.A., (2000), « Defining the field of research in entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, (à paraître).
- BULL, Y., WILLARD, G.E., (1993), « Towards a theory of entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, 8, p.183-195.
- BURGELMAN, R.A., (1983), « Corporate Entrepreneurship and Strategic Management : insights from a process study », *Management Science*, 29, p.1349-1364.
- BYGRAVE, W.D., (1994), « The Portable MBA in entrepreneurship », New York : John Wiley and sons, 465 p.
- BYGRAVE, W.D., HOFER, C.W., (1991), « Theorizing about entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, p.13-22.
- CARLAND, J.W., HOY, F., CARLAND, J.A.C., (1988), « Who is an entrepreneur ? Is a question worth asking », *American Journal of Small Business*, 12(4), p.33-39.
- CARSRUD, A.L., GAGLIO, C.M., OLM, K.W., (1986), « Entrepreneurs-Mentors, networks and successful new venture development : an exploration », in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, in : RONSTADT, R., HORNADAY, J.A., VESPER, K.H., (Eds), p.229-235.

- CASSON, M., (1982), « The entrepreneur : an economic theory », Oxford : Martin Kobertson.
- CUNNINGHAM, J.B., LISCHERON, J., (1991), « Defining entrepreneurship », Journal of Small Business Management, vol.29, n°1, p.45-61.
- DHERY, R., TOULOUSE, J.M., (1995), « A la recherche d'une théorie de l'entrepreneurship : l'identification des concepts », Communication du Congrès International Francophone de la PME, Paris, 27 octobre 1995, 18 p.
- FAYOLLE, A., (1996), « Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs français », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Jean-Moulin de Lyon, 575 p.
- FAYOLLE, A., (2000), « Des réflexions et des axes stratégiques pour développer l'enseignement de l'entrepreneuriat », Gestion 2000, (à paraître).
- FILION, L.J., (1991), « Vision and Relations : elements for an entrepreneurial met a model », International Small Business Journal, vol.9, n°2, janvier 1991, p.26-40.
- FILION, L.J., (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Cahier de recherche n° 97.01, HEC Montréal, 36 p.
- GARTNER, W.B., (1985), « A framework for describing the phenomenon of new venture creation », Academy of Management Review, 10, p.696-706.
- GARTNER, W.B., (1988), « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question ? », American Journal of Small Business, 12(4), Spring 1988, p.11-31
- GARTNER, W.B., (1989), « Some suggestions for research on entrepreneurial traits and entrepreneurship », Entrepreneurship Theory and Practice, 14, p.27-38.
- GARTNER, W.B., (1990), « What are we talking about when we talk about entrepreneurship ? », Journal of Business Venturing, 5, p.15-28.
- GARTNER, W.B., (1993), « Words lead to deeds : towards an organizational emergence vocabulary », Journal of Business Venturing, vol.8, n°3, p.231-239.
- HARRISON, R.T., LEITCH, C.M., (1994), « Entrepreneurship and Leadership : the implications for education and development », Entrepreneurship and Regional Development, 6, p.111-125.
- HERNANDEZ, E.M., (1999), « Le processus entrepreneurial. Vers un modele stratégique d'entrepreneuriat », Paris : L'Harmattan, 256 p.
- HISRICH, R.D., O'BRIEN, M., (1981), « The woman entrepreneur from a business and sociological perspective. Their problems and needs », Frontiers of entrepreneurship research, Wellesley. Mass. : Babson College, p.21-39
- HORNADAY, J.A., (1982), « Research about living entrepreneurs », in : Kent, C.A. et al. (Ed), 1982, Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood cliffs, N.J. : Prentice hall, p.20-34.
- KETS de VRIES, M.F.R., (1977), « The entrepreneurial personality », Journal of Management studies, 14, p.34-57.
- KIRZNER, I.M., (1983), « Perception, opportunity and profit : studies in the theory of entrepreneurship », Chicago : University of Chicago press.



- KNIGHT, F.H., (1971), « Risk, uncertainty and profit », Chicago : University of Chicago Press.
- LANDSTRÖM, H., (1998), « The roots of entrepreneurship research : the intellectual development of a research field », Communication de la Conférence RENT XII (Research in Entrepreneurship and Small Business), Lyon, 26-27 novembre 1998, 18 p.
- LEIBENSTEIN, H., (1979), « The general X- efficiency paradigm and the role of entrepreneurship », in Rizzio, M.J (Ed), Time, Uncertainty and Disequilibrium, Lexington, Mass : D.C. Heath, p.127-139.
- MARCHESNAY, M., (1995), « Management stratégique », Paris : Eyrolles Université, Collection gestion, 200 p.
- McCLELLAND, D.C., (1961), « The Achieving Society », Princeton, N.J : Van Nostrand
- McCLELLAND, D.C., WINTER, D.G., (1969), « Motivating economic achievement », New York : Free Press
- MEREDITH, G.G., NELSON, R.E., NECK, P.A., (1982), « The practice of entrepreneurship », Genève : Bureau International du Travail.
- RISKER, D.C., (1999), « Toward an innovation typology of entrepreneurs », Journal of Small Business and Entrepreneurship, p.27-41 (référence incomplète).
- SCHUMPETER, J.A., (1935), « Théorie de l'évolution économique », Paris : Dalloz.
- SHARMA, P., CHRISMAN, J.J., (1999), « Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship », Entrepreneurship Theory and Practice, vol.23, n°3, p.11-28.
- SHAVER, K.G., SCOTT, L.R., (1991), « Person, Process, Choice : the psychology of new venture creation », Entrepreneurship Theory and Practice, vol.16, n°1, p.23-45.
- SMITH, N.R., (1967), « The entrepreneur and his firm : the relationship between type of man and type of company », East Lansing : Bureau of Business and Economic Research, Michigan, State University.
- STEVENSON, H.H., GUMPERT, D.E., (1985), »The heart of entrepreneurship », Harvard Business Review, mars-avril, p.85-94.
- STEVENSON, H.H., JARILLO, J.C., (1990), « A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management », Strategic Management Journal, 11, p.17-27.
- TIMMONS, J.A., (1978), « Characteristics and role demands of entrepreneurship », American Journal of Small Business, vol.3, n°1, p.5-17.
- TORNIKOSKI, E., (1999), « Entrepreneurship through constructivist lenses : visionary entrepreneurship process – a conceptual development », Licentiate thesis in Management and Organization, University of Vaasa, 167 p.
- VAN DE VEN, A.H., (1992), « Longitudinal Methods for studying the process of entrepreneurship », in : SEXTON, D.L., KASARDA, J.D. (Eds) ; State of the Art of Entrepreneurship, Boston : PWS-Kent Publishing Company, p.214-242.
- VERSTRAETE, T., (1999), « Entrepreneuriat. Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes », Paris : L'Harmattan (Economie et Innovation), 207 p.

- WORTMAN, M. Jr, (1987), « Entrepreneurship : an integrating typology and evaluation of the empirical research in the field », *Journal of Management*, 13, p.259-279.
- WORTMAN, M. Jr, (1992), « The state of the art in entrepreneurship and opinion », Communication de la Conférence annuelle de Academy of Management, Las Vegas, 10 août 1992.