

***Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne :
Identité et dynamiques push-pull***

Olivier Giacomini
Université catholique de Louvain
Louvain-la-Neuve, Belgique
giacomini@fin.ucl.ac.be

Jean-Luc Guyot
Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique
Jambes, Belgique
jl.guyot@iweeps.wallonie.be

Frank Janssen
Université catholique de Louvain
Louvain-la-Neuve, Belgique
janssen@poge.ucl.ac.be

Olivier Lohest
Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique
Jambes, Belgique
o.lohest@iweeps.wallonie.be

Résumé

L'objectif de cette recherche exploratoire est, d'une part, d'examiner si, pour un ensemble d'individus qui ont (ré)orienté leur trajectoire vers l'entrepreneuriat, il est possible de traduire celle-ci en termes de dynamiques push ou pull et, le cas échéant, de caractériser celles-ci et, d'autre part, d'éclairer les articulations entre ces dynamiques et les caractéristiques personnelles des entrepreneurs. La dichotomie push-pull est identifiée à l'aide d'une analyse en composantes principales appliquées aux résultats d'une enquête socio-économique. Les résultats montrent que les individus qui s'engagent dans un processus entrepreneurial ont rencontré une situation disruptive et/ou des opportunités et se positionnent, dès lors, avec plus ou moins d'intensité dans une dynamique que nous avons qualifiée de push ou pull. Ils démontrent également que les situations disruptives et les opportunités à l'origine du passage à la création peuvent être de nature très diverse et, par conséquent, que les dynamiques push et pull peuvent revêtir des formes différentes. Enfin, les résultats issus d'une analyse régressive montrent l'influence qu'exerce la position sociale et la trajectoire biographique des créateurs sur leur positionnement en termes de dynamiques push-pull.

Introduction

Plusieurs recherches aboutissent à la constatation qu'il existe, entre les individus, des disparités en termes de réussite entrepreneuriale. Vivarelli (2004), Vivarelli et Audretsch (1998) ou Evans et Leighon (1990), entre autres, ont démontré ce fait de façon rigoureuse. Un argument plausible permettant d'expliquer ce constat résiderait dans le fait que, en amont de la création, les individus diffèrent quant à leurs motivations entrepreneuriales et leurs caractéristiques sociales. L'ampleur des travaux relatifs à l'identification des motivations individuelles influençant le passage à la création d'entreprise démontre toute l'importance de cette problématique (citons à titre d'exemple Hughes, 2003 ; Ritsilä et Tervo, 2002 ; Burke, 1997 ; Moyes et Westhead, 1990 ; Evans et Leighon, 1989).

La théorie push-pull constitue un modèle comportemental pouvant expliquer l'offre entrepreneuriale (Gilad et Levine, 1986). Dans cette perspective et sur la base des travaux d'Oxenfeldt (1943), Johnson et Darnel (1976) ont développé et testé un cadre d'analyse des facteurs push-pull (Harrison et Hart, 1983). Une démarche entrepreneuriale enracinée dans une dynamique push correspondrait à une réaction défensive face à l'état du marché du travail et/ou aux difficultés personnelles de l'entrepreneur. Par contre, la dynamique pull renverrait à une démarche proactive. La démarche entrepreneuriale résulterait alors plutôt d'aspirations professionnelles fortes articulées avec une attitude offensive, pouvant avoir comme origine l'identification d'une opportunité de marché (Harrison et Hart, 1983). Peu de travaux ont, à ce jour, identifié les mécanismes contribuant à expliquer le positionnement des créateurs d'entreprise face au binôme push-pull. De même, peu de recherches empiriques ont tenté de mettre en évidence les caractéristiques de ce positionnement. Ces questions nous paraissent néanmoins importantes. En effet, si la réussite entrepreneuriale peut être source de création de valeur et d'épanouissement, l'échec, a contrario, induit un coût humain et social majeur. Il est donc important de pouvoir identifier les différents profils d'entrepreneurs potentiels, non pas afin d'empêcher certains individus de tenter l'aventure entrepreneuriale, mais bien dans le but d'adapter les différentes mesures d'aides à la création au(x) profil(s) des créateurs.

L'objectif de cette recherche exploratoire est, d'une part, d'examiner si, pour un ensemble d'individus qui ont (ré)orienté leur trajectoire professionnelle vers l'entrepreneuriat, il est possible de traduire celle-ci en termes de dynamiques push ou pull et, le cas échéant, de caractériser celles-ci et, d'autre part, d'éclairer les articulations entre ces dynamiques et les caractéristiques personnelles des entrepreneurs. Pour répondre à ces questions nous utilisons un échantillon de 538 individus primo-créateurs, c'est-à-dire des personnes qui, avant cette (ré)orientation, n'avaient aucune expérience antérieure de création d'entreprise.

Cette communication est organisée comme suit. La section 2 présente un bref résumé de la littérature relative aux déterminants individuels et environnementaux de la création d'entreprise et apporte, grâce au concept de logique d'action, un éclairage sociologique original au modèle push-pull. Dans les sections 3 et 4 les données, la méthodologie et les résultats sont exposés. La section 5 tire les conclusions de notre étude, rappelle l'enjeu politique et scientifique de celle-ci et envisage des pistes de recherches futures.

1. Cadre théorique

1.1. Création d'entreprise et dynamiques push-pull

Depuis un quart de siècle, nombre de politiques ont été mises sur pied afin de favoriser l'esprit d'entreprise et l'aide à la création de celles-ci. Cet engouement pour le monde de la P.M.E. trouve ses origines dans la prise de conscience que celles-ci jouent un rôle majeur dans la croissance économique des régions, sont génératrices d'emplois (Audretsch, 2003 ; Staber et Bögenhold, 1993) et constituent un outil efficace dans la lutte contre le chômage. Parallèlement à la prise de conscience politique de l'importance de la création d'entreprise des chercheurs se sont intéressés aux facteurs déterministes macroéconomiques (Noorderhaven et al., 2004 ; Ritsilä et Tervo, 2002 ; Georgellis et Wall, 2000 ; Robson, 1996 ; Audretsch et Vivarelli, 1995 ; Fotti et Vivarelli, 1994 ; Hart et Gudgin, 1994 ; Davidsson et al., 1994 ; Garofoli, 1994 ; Fritsch, 1992 ; Moyes et Westhead, 1990 ; Hamilton, 1989 ; Mason, 1989 ; Harrison et Hart, 1983) et/ou individuels (Vivarelli, 2004 ; Hughes, 2003 ; Moore et Mueller, 2002 ; Ritsilä et Tervo, 2002 ; Orhan et Scott, 2001 ; Burke, 1997 ; Buttner et Moore, 1997 ; Solymossy, 1997 ; Evans et Leighon, 1989 ; Mason, 1989 ; Brockhaus, 1980) de la création de P.M.E.

Pour le profane, pour qui l'innovation technologique, la croissance de la demande de biens et services ou encore l'arrivée de nouveaux produits sont les principaux moteurs de la création d'entreprise, identifier les facteurs initiateurs de celle-ci peut paraître, de prime abord, chose aisée. Cependant, cette tâche est, semble-t-il, loin d'être triviale. En effet, comme nous le verrons ci-dessous, il n'existe, pour l'heure, aucun résultat empirique qui soit à la fois accepté par tous et susceptible d'identifier clairement l'ensemble des déterminants de la création d'entreprise.

Néanmoins, les études précitées ont permis de mettre en avant deux dynamiques explicatives de la création d'entreprise : d'un côté, la théorie "recession-push" et, de l'autre, la théorie "demand-pull" plus communément connues sous les vocables facteurs « push » et facteurs « pull » (Harrison et Hart, 1983). Vivarelli (2004), parle de « motivations défensives » et de « motivations économiques ».

Sur la base des travaux d'Oxenfeldt (1943), Johnson et Darnel (1976) ont développé et testé un cadre d'analyse des facteurs push-pull (Harrison et Hart, 1983). Johnson et Darnell (1976), partent du principe que la formation de nouvelles entreprises sous-tend un déplacement d'individus salariés ou sans emploi vers un statut de travailleur indépendant. Une telle décision est prise lorsque les bénéfices nets monétaires et non monétaires, que nous interprétons comme l'utilité perçue par ces individus et résultant du statut d'indépendant, excède celle obtenue en gardant un statut de salarié ou de sans emploi. L'élément déclencheur de cette décision peut, selon ces auteurs, être alors interprété comme étant fonction de deux types de forces : push ou pull. Initialement, le modèle push-pull montre que la décision d'un individu à créer son entreprise est soit une réaction défensive face à la menace du chômage ou d'une situation de chômage, soit une réaction agressive face à une opportunité d'exploiter un produit ou une niche du marché (Harrison et Hart, 1983).

Principaux résultats empiriques

L'analyse des déterminants de la création d'entreprise s'inscrit dans deux cadres d'analyses : un cadre macroéconomique (régional ou national) et un cadre microéconomique (individuel). La majorité des études identifiant les facteurs de création d'entreprises au niveau régional ou

les variables régionales favorisant l'esprit d'entreprise révèlent qu'une région à chômage élevé et/ou ayant un secteur P.M.E. peu développé enregistre un faible niveau de création d'entreprises comparativement à une région connaissant un chômage faible et un secteur P.M.E. très développé (Noorderhaven et al., 2004 ; Ritsilä et Tervo, 2002; Georgellis et Wall, 2000; Audretsch et Vivarelli, 1995 ; Davidsson et al., 1994 ; Garofoli, 1994 ; Hart et Gudgin, 1994 ; Fotti et Vivarelli, 1993 ; Fritsch, 1992 ; Moyes et Westhead, 1990). Robson (1996), dans son analyse de l'impact de différentes variables macroéconomiques sur la création de P.M.E., montre que le taux de croissance réel du PIB influence positivement celle-ci et le taux de chômage, négativement. A l'inverse, Fotti et Vivarelli (1993) soulignent que l'importance des pertes d'emplois d'une région est un élément stimulant l'auto emploi¹. Noorderhaven et al. (2004), observent qu'un niveau élevé de PIB par habitant est associé à un faible niveau d'auto-emploi. Si l'on se réfère à des travaux ayant un cadre d'analyse microéconomique, tels que ceux de Ritsilä et Tervo (2002), Mason (1989) ou Evans et Leighton (1989), on constate que le chômage peut également être un facteur de création d'entreprises. Mason (1989) illustre cela en réalisant une étude sur les motivations de deux groupes d'entrepreneurs. Le premier groupe comprend des individus ayant créé leur entreprise entre 1976-1979 (période de pré-récession), le second rassemble des individus ayant fondé leur propre activité au cours de la période post-1979 (période de récession). Si pour la période de pré-récession, les motivations des individus sont majoritairement des facteurs pull tels que des opportunités de marché, une ambition financière, un nouveau produit, les entrepreneurs de la période de récession, eux, présentent plutôt des motivations push telles que le chômage, un licenciement et l'insécurité d'emploi. Ritsilä et Tervo (2002) dans leur étude sur l'impact du chômage sur la création d'entreprises, observent que les individus étant au chômage depuis une courte période (1 à 8 mois) ont une plus grande propension à créer leur entreprise que les chômeurs de longue durée (9 à 12 mois). Le chômage individuel de courte durée (15 à 26 semaines) est également identifié chez Gilad et Levine (1986) comme ayant un effet positif sur la création d'entreprise chez ces individus. En plus du facteur chômage, Evans et Leighton (1989) constatent que les individus ayant changé fréquemment d'emploi, ayant des emplois précaires, des salaires faibles ont une plus forte probabilité de devenir indépendants. L'absence de perspective professionnelle apparaît chez Burke (1997) comme la principale motivation des nouveaux artistes musicaux à créer leur propre label et secteur de distribution. Pour Brockhaus (1980), l'absence de satisfaction dans l'emploi actuel est identifiée comme une des motivations push entraînant les individus à se lancer dans une activité entrepreneuriale. Noorderhaven et al. (2004) identifient différents types d'insatisfaction (de vie, du fonctionnement démocratique) influençant positivement l'auto emploi. Finalement, Pfeiffer et Reize (2000) ont établi, sur la base d'une étude empirique, que les P.M.E créées par des sans-emplois ont une plus forte probabilité de faillite que les P.M.E mises sur pied par des travailleurs.

Ces études ont été réalisées en mettant en œuvre différentes méthodologies (questionnaires, analyses en séries temporelles et analyses en coupes transversales) et leur auteur met en évidence que des désaccords existent quant à l'impact de certains facteurs (chômage, croissance) sur la création de P.M.E. Comme le soulignent Audretsch (2003), Robson (1996) ou Hamilton (1989) les preuves empiriques en faveur de l'hypothèse push ont été majoritairement obtenues sur la base des deux premières méthodologies. Tandis que l'hypothèse *pull* est soutenue à travers les analyses en coupes transversales. Pour Audretsch (2003), les analyses des motivations de la création ne prennent pas toujours en compte l'ensemble des facteurs pouvant influencer le choix d'un individu à créer son entreprise. Il

¹ Ce résultat contradictoire en ce qui concerne l'impact du chômage sur la création d'entreprise est connu sous le vocable de « refugee effect » et de « Schumpeter effect » (Noorderhaven et al., 2004 ; Audretsch, 2001).

explique que cette différence de résultat peut être due non pas à la méthodologie utilisée mais à la spécification du modèle étudié. L'analyse du modèle push-pull se limite souvent au seul rôle du chômage, à la crainte de perte d'emploi ou à l'instabilité de l'emploi occupé. Or, l'analyse des motivations ne peut se limiter à l'influence du seul facteur chômage (Mason, 1989), comme nous le verrons par la suite².

Si les motivations d'un individu à créer une entreprise peuvent à ce jour partiellement être déterminées (supra), notre connaissance des caractéristiques sociales et humaines de l'individu en fonction de ses motivations se limite à fort peu de choses. Doit-on pour autant, abstraction faite des types de motivations push ou pull, considérer les créateurs d'entreprises comme une population homogène ? Comme le souligne Reynolds (1996), il y a une forte présomption que les individus se lançant dans une aventure entrepreneuriale sont tous uniques et dans des situations distinctes. Selon Vivarelli (2004), les responsables politiques pensent que tous les entrepreneurs potentiels doivent être aidés pour créer leur entreprise. En s'appuyant sur une étude du GEM, ce même auteur, souligne que les entrepreneurs « d'opportunité » (pull) sont majoritaires mais que les entrepreneurs « de nécessité » (push) représentent une part considérable des créateurs potentiels et actuels. Que ce soit d'un point de vue politique et/ou purement scientifique, il nous paraît donc opportun d'être en mesure de déterminer quels sont les individus se trouvant derrière les motivations push/pull identifiées dans la littérature. En effet, en raison des motivations de la création, il nous semble réaliste de penser que les politiques efficaces pour les entrepreneurs de type push ne sont pas les mêmes que pour les entrepreneurs de type pull.

1.2. Les dynamiques push-pull à la lumière des logiques d'action

La majorité des travaux portant sur les dynamiques push-pull s'intéressent aux ressorts du passage à l'entrepreneuriat sans s'interroger, en fait, sur les éléments susceptibles de permettre de comprendre le positionnement des entrepreneurs du point de vue de ces dynamiques. La question « Pourquoi certains semblent-ils s'inscrire dans une dynamique pull alors que d'autres se caractérisent plutôt par une dynamique push ? » demeure posée.

Pour pouvoir répondre à une telle interrogation, il convient sans doute de sortir des cadres classiques de la littérature évoquée au point précédent et d'activer d'autres référentiels théoriques. Le concept de logique d'action, tel que développé par Bernoux seul (1995) et ensuite avec Amblard, Herreros et Livian (1996), offre à cet égard un cadre d'analyse tout à fait approprié. Pour ces auteurs, la logique d'action se réfère à l'articulation entre l'acteur, à la fois stratégique et historiquement et culturellement constitué, d'une part, et la situation d'action, d'autre part³.

En ce qui concerne l'acteur, il s'agit de « [le] lester (...) de dimensions historiques, culturelles, qui sont trop rapidement exogénéisées par le raisonnement stratégique » (Amblard et al., 1996 : 188). Il se caractérise par une dimension stratégique et est doté d'une identité qui est le produit de sa trajectoire personnelle et de son enracinement social, culturel et historique. La situation d'action, quant à elle, est à la fois moment historique, ainsi qu'espace culturel et symbolique. C'est une entité circonstanciée et singulière qui correspond à un dispositif d'objets et de sujets plus ou moins finalisé et marqué par le contexte socio-historique. C'est à

² Voir point 4 de notre étude.

³ Pour plus de détails sur ce cadre théorique tel qu'il peut être transposé à la thématique de l'entrepreneuriat, consultez Guyot (2004).

partir de la rencontre de l'acteur avec la situation d'action que se développent les interactions qui permettront aux logiques d'action de se matérialiser.

A notre sens, du point de vue du passage à la création d'entreprise et de l'entrée en entrepreneuriat, le concept de logique d'action permet d'approcher les rapports complexes entre (1°) les caractéristiques sociologiques du créateur, envisagées en termes de position sociale et de sédimentation biographique résultant de la trajectoire personnelle et des expériences vécues et constitutive de l'identité sociale, (2°) les particularités de son environnement, (3°) le processus stratégique vis-à-vis de la création d'entreprise et (4°) le déroulement et l'issue de celle-ci.

La compréhension de ces articulations est importante, notamment dans la mesure où les caractéristiques sociologiques du créateur ne sont pas étrangères aux mécanismes de traduction et aux systèmes de représentation qui sont constitutives du rapport au réel. L'analyse de la composante culturelle et identitaire, ainsi que de la composante stratégique assure l'intelligibilité de la diversité des rapports à l'entrepreneuriat par des acteurs différents inscrits dans une situation d'action similaire. Elle permet de comprendre pourquoi, par exemple, tous les sans emploi ne s'orientent pas vers l'auto-emploi et la création d'entreprise.

Ceci n'est pas sans évoquer d'autres modèles. Ainsi, selon Hisrich et Peters (1998), le passage à l'entrepreneuriat doit se concevoir comme un processus décisionnel portant sur un changement de mode de vie. Ce passage est influencé par des facteurs qui rendent ce changement désirable, à savoir les modèles culturels, et d'autres qui le rendent possible (notamment sur le plan des compétences et des ressources disponibles). La décision de changement peut s'enraciner dans deux éléments : la rupture dans le mode de vie (échec scolaire, faillite, mise à la retraite, perte d'emploi, déménagement, divorce...) ou les opportunités offertes par l'environnement de travail. En ce qui concerne la désirabilité de la transition, la valorisation sociale de l'entrepreneuriat et les attitudes par rapport à celui-ci jouent un rôle primordial⁴. La décision de changer de carrière ou de mode de vie sera encouragée par une perception positive. Cette perception est socialement élaborée, suivant les valeurs et les référents culturels en vigueur dans le milieu social. Ce milieu n'est pas nécessairement homogène et fait intervenir différentes composantes interdépendantes, de micro à macro-sociales. Le milieu socioculturel immédiat renvoie aux interactions avec la famille et à celles avec les pairs. A un niveau « supérieur », c'est le milieu éducatif, en tant que véhicule de valeurs et de modèles culturels, qui intervient. Ces influences s'articulent avec les cadres normatifs, symboliques et idéologiques produits par l'ensemble du système culturel au niveau national, voire supranational. L'examen des modèles culturels et des référents normatifs véhiculés et produits dans l'entourage proche de l'acteur fait, bien évidemment, écho à la composante identitaire de celui-ci, telle que décrite par la théorie des logiques d'action.

En ce qui concerne la composante stratégique de la logique d'action, celle-ci ne doit pas être envisagée uniquement dans l'optique classique, comme, par exemple le fait Crozier (1963) (importance accordée aux rapports de force, au calcul et à une rationalité de type économique...) mais plutôt comme : « le produit du sens pratique comme sens du jeu, d'un jeu social particulier, historiquement défini (...) ni un programme inconscient (...), ni un calcul conscient et rationnel » (Bourdieu, 1987 : 79, cité par Amblard et al., 1996 : 207).

⁴ Le rôle du système symbolique et normatif relatif à l'échec est également important.

L'individu, en tant qu'acteur stratégique, prendra, en contexte, telle ou telle décision, comme celle de mettre en œuvre (ou de ne pas mettre en œuvre) une série d'actions destinées au passage à la création, suivant les intérêts perçus, la réalité appréhendée, les chances qu'il estime être siennes, les ressources objectivement disponibles et subjectivement mobilisables et les contraintes effectives imposées par la situation d'action. Ses choix seront déterminés par sa rationalité, ses motivations, plus ou moins précises, et son interprétation des règles avec lesquelles il joue. Sa stratégie sera développée en fonction de ce qu'il perçoit de la situation (le passé, le présent et le futur de celle-ci) et s'articulera avec l'ensemble des référents symboliques et normatifs, ainsi qu'avec les expériences et apprentissages antérieurs.

De ces éléments théoriques, il apparaît donc que la composante identitaire de l'acteur créateur n'est pas sans implication sur son inscription dans une dynamique pull ou dans une dynamique push.

D'une part, comme nous l'avons vu, les caractéristiques socioculturelles influencent les modes de perception et de traduction de la réalité. Certaines opportunités de création seront, dès lors, perçues par certains individus et pas par d'autres. De même, l'interprétation des situations ou événements potentiellement disruptifs, au sens entendu par Hisrich et Peters, variera selon ces caractéristiques, ce qui impliquera une différenciation des positionnements et des stratégies en matière d'entrepreneuriat.

D'autre part, les caractéristiques en termes de capital économique, social et humain induisent certaines des conditions objectives de l'action et de la stratégie. L'importance du capital social du (candidat) créateur, par exemple, ne sera pas sans impact sur l'émergence d'opportunités de partenariats utiles pour le processus de création. De même, la disponibilité d'un capital économique propre important pourra faciliter le passage à la création.

Du point de vue de la thématique push-pull, il ressort de ceci que plusieurs articulations peuvent être mises en évidence :

- le passage à la création d'entreprise est le fruit d'une décision qui s'enracine dans une rupture et/ou dans une opportunité ;
- la nature des facteurs disruptifs et des opportunités présents dans la situation d'action du créateur (potentiel) n'est pas étrangère avec la situation de celui-ci ; il en est de même en ce qui concerne la fréquence et l'intensité d'occurrence de ceux-ci ;
- plus que la présence objective de facteurs disruptifs ou d'opportunités dans la situation d'action, c'est la construction subjective de ces éléments qui peut déclencher ce passage ;
- les modalités de traduction et de construction du réel sont des productions socioculturelles et sont donc liées à l'encastrement social de l'individu et à sa trajectoire biographique ;
- le rapport aux éléments disruptifs et aux opportunités est donc sociologiquement contingent : un(e) même élément/opportunité peut être investi(e) de significations différentes suivant les caractéristiques sociologiques et la trajectoire de l'individu ;
- de même, les stratégies qui découlent de la présence et de la perception d'éléments disruptifs et/ou d'opportunités devront s'interpréter à la lumière de ces caractéristiques et de cette trajectoire.

En des termes plus opérationnels, on pourrait s'attendre à ce que :

- les individus qui s'engagent dans un processus entrepreneurial aient rencontré, perçu et investi une (des) situation(s) disruptive(s) et/ou des opportunités et se positionnent, dès lors, avec plus ou moins d'intensité dans une dynamique push et/ou pull ;
- les situations disruptives et les opportunités à l'origine du passage à la création peuvent être de nature très diverse et être investies de significations multiples, ce qui, autrement dit, signifie que les dynamiques push et pull peuvent revêtir des formes différentes ;
- la position sociale et la trajectoire biographique des créateurs influencent leur positionnement en termes de dynamiques push-pull, tant en intensité qu'en modalité.

Notre objectif sera d'examiner le bien fondé de ces hypothèses en ce qui concerne les primo-créateurs d'entreprise en Wallonie.

2. Données et méthodologie

En Région wallonne, cadre géographique de notre analyse, les systèmes administratifs et statistiques actuels prennent le plus souvent comme unités d'observation les entreprises en tant qu'entités juridiques ou les employeurs. Il n'existe pas de répertoire des créateurs d'entreprise, et encore moins des « nouveaux » entrepreneurs ou créateurs. L'identification de ceux-ci n'est donc pas sans poser problème et, pour pouvoir cerner cette population, force est d'user de voies détournées.

Nous avons procédé en trois temps. Nous nous sommes d'abord basés sur les données relatives aux entreprises pour isoler celles qui ont été créées durant la période du 1er juin 1998 au 31 mai 2000. Dans un deuxième temps, nous avons contacté ces 12.748 entreprises⁵, de manière exhaustive, afin d'identifier leur(s) créateur(s) et de déterminer s'il(s)/elle(s) avai(en)t une expérience antérieure de création. Cette enquête a été réalisée en octobre et novembre 2001. Dans un troisième temps, sur la base des résultats fournis par celle-ci, une enquête socio-économique exhaustive a été menée durant les mois de septembre et d'octobre 2004 auprès des 3520 primo-créateurs identifiés. Parmi ceux-ci, 538 nous ont retourné un questionnaire valide. Celui-ci permet, de manière rétrospective, de retracer le parcours « entrepreneurial » des répondants.

L'absence d'information exhaustive sur la population visée interdit l'estimation de biais de participation à l'enquête. Or des éléments laissent à penser que de tels biais sont présents. Par exemple, entre le moment de la passation de l'enquête et celui de la création, entre 4 et 6 ans se sont écoulés, selon les cas. Durant cette période, certains créateurs ont fermé les portes de leur entreprise. On peut présumer que ceux-ci ont été moins enclins à participer à l'enquête, ce qui n'est pas sans conséquences méthodologiques : ces créateurs présentent probablement des caractéristiques différentes de celles de leurs homologues dont l'entreprise était encore en activité au moment de l'enquête.

⁵ Il s'agit de personnes morales uniquement. Les entreprises correspondant à des personnes physiques ne sont pas considérées.

En ce qui concerne l'examen des dynamiques push-pull⁶, l'enquête incorpore une série de questions visant à cerner les *motivations* qui sous-tendent le passage à la création⁷. Notons que le questionnaire ne permet pas d'appréhender toutes les composantes identitaires évoquées précédemment. Dès lors, comme nous le verrons, leur examen se limitera aux indicateurs traditionnellement utilisés pour mesurer la position socio-économique des individus.

Sur le plan du traitement des données, nous procéderons en trois étapes. Dans un premier temps, nous aborderons les motivations du passage à la création dans une optique exclusivement descriptive. Dans une deuxième étape, nous tenterons d'identifier les dynamiques push-pull qui sous-tendent ces motivations. Pour ce faire, nous mènerons une analyse factorielle en composante principale des données relatives aux motivations. Ce faisant, il nous sera possible d'identifier les positionnements individuels des primo-créateurs face à ces dynamiques. Enfin, la troisième phase visera l'estimation conjointe, par le recours à un modèle SUR⁸ à n équations, des effets des caractéristiques identitaires sur ces positionnements.

Au vu des éventuels biais de sélection et des limites opérationnelles de l'outil, notamment en ce qui concerne l'analyse des dynamiques push-pull, les résultats présentés devront s'interpréter comme s'inscrivant dans une démarche exploratoire.

3. Analyse empirique et discussion

3.1. Dynamiques push-pull et motivations du passage à la création d'entreprise

A notre connaissance, il n'existe pas de cadre théorique ou empirique identifiant clairement tous les facteurs push-pull. En effet, les désaccords sont nombreux au sujet de cette théorie comme nous l'avons souligné précédemment. Dès lors, nous nous sommes limités à des variables dont la catégorisation push-pull pouvait soit bénéficier du support de recherches antérieures, soit se justifier sans la nécessité d'émettre des hypothèses trop restrictives. Bien que nous ayons classé d'un côté les variables push et de l'autre les variables pull, notre volonté n'est pas de postuler que ces éléments push-pull sont mutuellement exclusifs. Sur cette base, nous avons classé les variables présentes dans le questionnaire en variables push et pull. Cette classification n'a qu'une fonction heuristique et demeure à être validée.

⁶ Bien que l'examen de ces dynamiques, en tant que telles, n'était pas le but premier poursuivi par l'enquête.

⁷ En fait, nous n'utiliserons ici que les questions renvoyant aux motivations identifiées par la littérature comme relevant des dynamiques push-pull. Il s'agit des motivations déclarées sur la base d'une liste de propositions pré-établies. Les motivations latentes et implicites ne sont pas appréhendées.

⁸ Ce type de modèle est souvent repris sous le vocable anglais : » Zellner's seemingly unrelated regressions (SUR) model ».

Tableau 1. Indicateurs des dynamiques Push et Pull retenus

| Push | Pull |
|---|--|
| Sortir du chômage Répondre aux attentes familiales Perpétuer la tradition familiale | Gagner un maximum d'argent Être reconnu socialement Développer de nouveaux produits/services |
| Ne plus avoir de patron | Développer de nouveaux procédés de fabrication |
| Être Autonome Créer votre propre emploi | Augmenter les revenus Acquérir du prestige |

La catégorisation push des motivations *être autonome* et *sortir du chômage* se justifie par les travaux antérieurs de Ritsilä et Tervo (2002), Evans et Leighton (1989), Mason (1989) et Harrison et Hart (1983). Les motivations *ne plus avoir de patron* et *créer votre propre emploi* ne sont pas identifiées telles quelles dans la littérature. Néanmoins, elles correspondent à un souci d'autonomie. Sur la base de la littérature et du fait que la grande majorité des individus constituant notre échantillon était en emploi avant de créer leur entreprise, bien que le désir d'autonomie soit parfois considéré comme facteur pull⁹, nous avons choisi de voir cette motivation comme renvoyant à une dynamique push. Nous pouvons, dès lors, supposer que la création de l'entreprise a été considérée par ces individus comme un moyen d'échapper aux contraintes du travail salarié.

Les motivations *répondre aux attentes familiales* et *perpétuer la tradition familiale* correspondent à des situations dans lesquelles les individus ont été poussés par leur entourage à créer une activité entrepreneuriale. C'est pourquoi nous les avons catégorisées comme push.

La catégorisation pull, des motivations *développer de nouveaux procédés de fabrication*, *développer de nouveaux produits*, *être reconnu socialement*, se justifie quant à elle par les recherches antérieures de Oxenfeldt (1943), Harrison et Hart (1983), Mason (1989) et Kolvereid (1990)¹⁰. Mason (1989) a identifié la recherche du profit, illustrée ici, par les variables *gagner un maximum d'argent* et *augmenter vos revenus*, comme une dynamique pull. Le tableau 2 ci-dessous nous renseigne sur l'importance au sein de notre échantillon de ces différentes motivations de créer une entreprise.

⁹ Voir Janssen (2002).

¹⁰ Comme le souligne Janssen (2002), la motivation « statut social » ici représentée par les variables « acquérir du prestige » et « être reconnu socialement », est un facteur pull.

Tableau 2. Répartition des répondants suivant le degré d'importance de chacune des motivations retenues (en %)

| Motivations/importance (%) ¹¹ | Pas du tout important | Peu important | Important | Très important |
|--|-----------------------|---------------|-----------|----------------|
| Acquérir du prestige | 61,4 | 24,9 | 12,2 | 1,5 |
| Augmenter vos revenus | 15,6 | 21,2 | 42,0 | 21,2 |
| Créer votre propre emploi | 19,7 | 8,8 | 31,2 | 40,2 |
| Développer de nouveaux produits | 49,1 | 13,1 | 25,5 | 12,3 |
| Développer de nouveaux procédés | 72,0 | 14,4 | 10,1 | 3,5 |
| Etre autonome | 20,4 | 6,2 | 29,0 | 44,4 |
| Etre reconnu socialement | 47,8 | 23,6 | 20,5 | 8,1 |
| Gagner un maximum d'argent | 32,6 | 33,6 | 24,4 | 9,4 |
| Ne plus avoir de patron | 31,5 | 15,0 | 24,8 | 28,8 |
| Perpétuer la tradition familiale | 75,8 | 12,5 | 6,0 | 5,8 |
| Répondre aux attentes familiales | 75,3 | 12,1 | 7,5 | 5,0 |
| Sortir du chômage | 82,4 | 3,4 | 5,9 | 8,9 |

La lecture du tableau 2 nous apprend que, hormis ce qu'on observe pour les motivations *développer de nouveaux procédés*, *perpétuer la tradition familiale*, *répondre aux attentes familiales* et *sortir du chômage*, les effectifs se distribuent avec une variabilité certaine et que les motivations du passage à la création sont diversifiées. Cependant, on constate que *l'augmentation des revenus*, *la création de son propre emploi*, *l'autonomie dans le travail* et *l'absence de hiérarchie* sont les motivations ayant le plus influencé la décision de créer une entreprise.

3.2. Motivations et dynamiques push-pull : vers une lecture multidimensionnelle

Un des objectifs de notre communication est d'identifier, d'une part, si, pour un ensemble d'individus qui ont (ré)orienté leur trajectoire dans le sens d'un passage à l'entrepreneuriat, il est possible de traduire cette (ré)orientation en des termes de dynamiques push ou pull et, le cas échéant, de caractériser celles-ci. Pour ce faire, nous aurons recours, à l'instar d'études telles que celles de Birley et Westhead (1994), Alänge et Scheinberg (1988) et Scheinberg et MacMillan (1988) s'intéressant aux facteurs décisionnels de création, à une analyse factorielle en composantes principales (ACP). Elle sera menée sur l'ensemble des motivations considérées, la finalité étant de vérifier si les indicateurs présentés au tableau 1 se combinent entre eux suivant l'axe présumé push-pull.

Dans ce cadre, nous avons considéré l'extraction des 6 premières composantes principales¹² (6 axes). Il est de coutume dans ce type d'analyse de ne considérer que les axes ayant une valeur propre égale ou supérieure à 1¹³. Comme l'indique le tableau 3 ci-dessous, nos quatre premiers axes ont chacun une valeur propre supérieure à l'unité. Notre décision de prendre en considération les facteurs 5 et 6 est dépendante de trois constatations. Premièrement, les valeurs propres des facteurs 5 et 6 ne sont que très légèrement inférieures à l'unité. Ensuite, prendre en considération ces deux axes nous est apparu utile en raison de l'information qu'ils apportent en termes de dynamique push-pull. Finalement, la règle de Jolliffe (2002) supporte notre choix. Cette règle fixe à 0,7 la valeur propre minimale que doit avoir un axe pour pouvoir être considéré comme relevant.

¹¹ Ces pourcentages sont obtenus en éliminant les non-réponses.

¹² ACP réalisée à l'aide du logiciel SPSS 12.0

¹³ Cette règle est connue sous le nom de critère de Guttman-Kaiser (Jackson, 1991).

Tableau 3. ACP, Valeurs propres et Pourcentage de variance expliqué par chaque composante avant rotation.

| Composante | Valeurs propres initiales | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|
| | Total | % de la Variance | % Cumulé |
| 1 | 3,714 | 30,950 | 30,950 |
| 2 | 1,586 | 13,213 | 44,163 |
| 3 | 1,498 | 12,482 | 56,645 |
| 4 | 1,045 | 8,709 | 65,354 |
| 5 | ,941 | 7,844 | 73,198 |
| 6 | ,806 | 6,716 | 79,915 |
| 7 | ,515 | 4,289 | 84,203 |
| 8 | ,432 | 3,598 | 87,801 |
| 9 | ,403 | 3,355 | 91,156 |
| 10 | ,387 | 3,223 | 94,380 |
| 11 | ,367 | 3,055 | 97,434 |
| 12 | ,308 | 2,566 | 100,000 |

A la lecture du tableau 3, on constate que les 6 premiers facteurs expliquent à eux seuls 79,91% de la variance totale expliquée par l'ACP. Le premier facteur explique à lui seul près de 31% de la variance totale expliquée par l'ACP. Au-delà du sixième facteur explicatif, la valeur propre des facteurs tombe en dessous de 0,6. Le tableau 4 ci-dessous nous fournit quant à lui les valeurs propres et le pourcentage de la variance totale expliquée par l'ACP après rotation.

Tableau 4. ACP : Valeurs propres et pourcentage de variance expliqué par chaque composante après rotation

| Composante | Valeurs propres et variances après rotation | | |
|------------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la Variance | % Cumulé |
| 1 | 2,303 | 19,195 | 19,195 |
| 2 | 1,638 | 13,651 | 32,846 |
| 3 | 1,611 | 13,429 | 46,275 |
| 4 | 1,541 | 12,843 | 59,117 |
| 5 | 1,478 | 12,315 | 71,433 |
| 6 | 1,018 | 8,482 | 79,915 |

On peut remarquer qu'après rotation, les valeurs propres des 6 composantes sont toutes supérieures à l'unité. Ceci s'explique par le fait que la commande VARIMAX utilisée permet de redistribuer de façon plus équitable la variance entre les différents facteurs et de faciliter l'interprétation de ceux-ci. Afin de pouvoir interpréter les résultats finaux de l'ACP, nous nous basons sur la matrice des « composantes après rotation ».

Tableau 5. ACP: Matrice des composantes après rotation

| Variables | Les 6 composantes | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Acquérir du prestige | ,075 | ,150 | ,103 | ,197 | ,844 | -,012 |
| Augmenter vos revenus | ,122 | ,045 | ,009 | ,909 | ,075 | ,003 |
| Créer votre propre emploi | ,809 | -,032 | ,101 | ,189 | ,061 | ,143 |
| Développer de nouveaux procédés de fabrication | ,110 | ,110 | ,857 | -,015 | ,137 | ,076 |
| Développer de nouveaux produits/services | ,107 | ,011 | ,888 | ,024 | ,065 | -,058 |
| Etre autonome | ,843 | ,035 | ,206 | ,121 | ,142 | -,001 |
| Etre reconnu socialement | ,322 | ,068 | ,134 | ,087 | ,767 | ,169 |
| Gagner un maximum d'argent | ,293 | ,121 | -,001 | ,766 | ,237 | ,069 |
| Ne plus avoir de patron | ,829 | ,108 | -,014 | ,120 | ,186 | ,030 |
| Perpétuer la tradition familiale | ,051 | ,885 | ,057 | ,114 | ,049 | ,072 |
| Répondre aux attentes familiales | ,033 | ,881 | ,059 | ,025 | ,145 | ,028 |
| Sortir du chômage | ,117 | ,090 | ,009 | ,048 | ,102 | ,974 |

L'analyse du tableau 5 nous permet de tirer les conclusions suivantes. Avant tout, il faut souligner que les résultats indiquent une situation plus complexe que celle anticipée au tableau 1. De fait, les motivations ne sont pas sous-tendues par un seul axe qui opposerait dynamiques push et dynamiques pull. L'examen des différents axes indique que ce clivage bipolaire ne se retrouve pas en tant que tel mais que les oppositions et les dimensions qui les portent sont plus nuancées.

Pour l'axe 1, les motivations *être autonome*, *ne plus avoir de patron* et *créer votre propre emploi* sont les plus représentatives. La nature de ces 3 motivations suggère que l'axe 1 représente le **désir d'indépendance** comme dynamique motivationnelle de la création. L'analyse de l'axe 2 nous apprend que les motivations *perpétuer la tradition familiale* et *répondre aux attentes familiales* sont les plus corrélées à cet axe. Ce dernier peut être interprété comme renvoyant à **l'influence familiale** comme facteur motivant la création. Les motivations *développer de nouveaux procédés de fabrication* et *développer de nouveaux produits* sont quant à elles les plus corrélées à l'axe 3. Celui-ci renvoie à **l'opportunité de marché** comme dynamique de motivation. Les motivations *augmenter vos revenus* et *gagner un maximum d'argent* sont les plus corrélées à l'axe 4. Ce dernier est interprété comme la **recherche du profit** comme motif de création. **La valorisation sociale** comme motivation de création est identifiée à l'axe 5. Les motivations *acquérir du prestige* et *être reconnu socialement* sont les plus associées à cet axe. Finalement, le facteur **absence d'emploi** comme motivation de création est clairement identifié par l'analyse de l'axe 6 et la motivation *sortir du chômage*.

En termes de dynamique push-pull de la création d'entreprise, notre ACP a permis d'identifier 3 composantes push et 3 composantes pull. Les composantes push sont le désir d'indépendance, la contrainte familiale et l'absence d'emploi. Les composantes pull sont, quant à elles, l'opportunité de marché, la valorisation sociale et la recherche de profit. Nous devons souligner que la dynamique push-pull identifiée par notre ACP est en parfaite adéquation avec la littérature relative au modèle push-pull et posée en hypothèse au tableau 1.

Les axes ressortant de notre ACP, à l'exception de **l'influence familiale**, se retrouvent dans les études de Birley et Westhead (1994), Alänge et Scheinberg (1988) ou de Scheinberg et MacMillan (1988).

3.3. Dynamiques push-pull et position sociale : quelles articulations ?

Nous venons de montrer que les dynamiques push et pull peuvent revêtir des formes différentes. Il nous faut maintenant explorer l'hypothèse selon laquelle la position sociale et la trajectoire biographique des créateurs influencent leur positionnement en termes de dynamiques push-pull, tant en intensité qu'en modalité.

Comme nous l'avons déjà signalé, notre questionnaire ne permet pas de saisir la position sociale et la trajectoire des répondants dans toute leur complexité. Aussi nous limiterons nous à considérer les indicateurs de situation socio-économiques classiques et certaines variables relatives au capital humain, économique et social des répondants¹⁴. Ce faisant, nous ne pourrions apporter une réponse définitive sur les liens entre identité du créateur (au sens entendu par la théorie des logiques d'action) et les dynamiques push-pull. Notre travail devra donc être considéré comme exploratoire et limité.

3.3.1. Le modèle

En s'appuyant sur les composantes push-pull identifiées par notre ACP, nous avons pris le parti de formaliser par l'intermédiaire d'un modèle *SUR* les effets des caractéristiques identitaires sur ces composantes. Le principal intérêt du modèle *SURE*¹⁵ est qu'il permet de tenir compte des corrélations éventuelles entre les perturbations des différentes équations qui composent le système d'équations. Ainsi, à partir de plusieurs déterminants liés au(x) créateur(s), et en tenant compte du positionnement des primo-créateurs autour de nos 6 axes push-pull, on teste le modèle *SUR* à n équations de la forme suivante:

$$y_j = X_j \beta_j + \varepsilon_j, j = 1, \dots, n, \text{ où } n = 6 \quad (1.1)$$

où y_j est un vecteur de T observations de la variable dépendante, X_j est la matrice des variables explicatives de plein rang colonne et de dimension $T \times k_j$, β_j comprend k_j coefficients inconnus et $\varepsilon_j = (\varepsilon_{1j}, \varepsilon_{2j}, \dots, \varepsilon_{Tj})$ est le vecteur colonne $T \times 1$ d'erreurs aléatoires.

3.3.2. La mesure des variables explicatives

Le vecteur des variables explicatives relatif aux positionnement des créateurs sur l'axe push-pull est constitué de différents déterminants liés aux caractéristiques individuelles des primo-créateurs. Ces différentes caractéristiques sont :

- *l'âge du créateur* qui est mesuré sur la base du nombre d'années depuis la naissance du créateur ;

¹⁴ La liste de ces variables est fournie en annexe, de même que les résultats complets de leur traitement.

¹⁵ Pour une présentation détaillée, le lecteur peut consulter Srivastava et Giles (1987).

- *le sexe du créateur.* Nous introduisons dans le modèle une variable dichotomique qui prend la valeur 1 si le créateur est un homme ;
- *afin d'évaluer l'effet du niveau d'éducation du créateur,* trois variables dichotomiques sont *inclues dans notre modèle.* Elles mesurent le plus haut diplôme obtenu par le créateur au moment de la création. Par l'intermédiaire de ces variables dichotomiques, 3 niveaux d'éducation sont distingués: 1) sans diplôme ou maximum disposant d'un diplôme d'études secondaires inférieures, 2) diplôme d'études secondaires supérieures, 3) diplôme universitaire, post-universitaire ou doctorat ;
- *l'influence du parcours professionnel antérieur du créateur.* Plusieurs variables dichotomiques ont été élaborées pour tenir compte du statut socioprofessionnel antérieur du créateur: une variable dichotomique égale à un si le créateur exerçait avant la création une activité en tant qu'indépendant complémentaire, une variable dichotomique égale à un si le créateur était chômeur avant la création, une variable dichotomique égale à un si le créateur occupait une activité d'ouvrier avant la création, une variable dichotomique égale à un si le créateur occupait une activité de cadre dans le secteur privé, une variable dichotomique égale à un si le créateur était employé du secteur privé une variable dichotomique égale à un si le créateur était employé du secteur public ;
- *le niveau de richesse des primo-créateurs.* Cette dimension est appréhendée par une variable qui mesure le niveau du revenu mensuel net moyen du ménage du créateur au moment de la création. Parallèlement, notre modèle tient également compte du nombre de personnes qui vivaient de ce revenu ;
- *Famille entrepreneuriale.* Nous avons créé une variable dummy prenant la valeur 1 si le créateur connaissait personnellement (parents, oncles, amis) un chef d'entreprise.
- *Même secteur que les parents.* Nous avons créé une variable dummy prenant la valeur 1 si les parents du créateur avaient une activité dans le même secteur que celui ou le créateur souhaite créer son activité.

3.3.3. Résultats

Le tableau I de l'annexe fournit une synthèse des résultats du modèle *SUR*. Ce dernier est constitué de 6 équations. La première équation analyse les déterminants de la composante « désir d'indépendance ». La deuxième équation concerne la formalisation des déterminants de la composante « l'influence familiale ». La troisième équation se focalise sur l'analyse des variables explicatives de l'axe « opportunité de marché ». La quatrième équation aborde la question des caractéristiques individuelles qui influencent « la recherche du profit » comme facteur de motivation à la création. L'avant-dernière équation du modèle *SUR* est représentative des facteurs qui influencent la recherche « d'une valorisation sociale » comme facteur de motivation de la création. La dernière équation vise à mettre en évidence ce qui détermine au niveau individuel qu'un individu décide de créer une entreprise dans le but de sortir du chômage. Toutes les équations du modèle contrôlent pour l'âge, le genre, le niveau d'éducation et le statut professionnel antérieur. Nous contrôlons également pour la richesse financière du créateur et son appartenance à un réseau entrepreneurial.

La seule caractéristique individuelle ayant un impact significatif sur la motivation de création « **désir d'indépendance** » est la variable « âge ». L'impact négatif de la variable âge sur ce facteur peut s'expliquer par le fait qu'un individu âgé a, vraisemblablement, déjà acquis une

certaine indépendance financière et sociale et que, s'il décide de créer une entreprise, cette motivation ne sera pas prépondérante.

Concernant la création d'entreprise motivée par l'**influence familiale**, il apparaît que cinq variables ont une influence significative : le sexe (masculin), le fait d'avoir des entrepreneurs dans son entourage, le fait que les parents soient actifs dans le même secteur que le créateur, le fait d'être chômeur et le fait d'être indépendant à titre complémentaire.

Le sexe, en l'occurrence masculin, a une influence positive sur ce facteur de création. Les hommes créent donc plus souvent leur entreprise sur la base de l'influence familiale. Cela peut signifier que les hommes sont, soit plus réceptifs à cette influence, soit plus sujets à cette dernière. On peut également poser l'hypothèse que les mécanismes de reproduction des modèles culturels et de transmission des positions sociales privilégient les hommes.

Un individu souhaitant créer une entreprise dans le même secteur d'activité que ses parents sera positivement influencé par ceux-ci dans sa décision de création. De même, le fait pour un individu d'avoir dans son entourage des entrepreneurs influencera positivement sa décision de création. Ces résultats découlent, probablement, du fait que cet individu pourra profiter des conseils (post et pré création) et des réseaux familiaux (parents et/ou proches). On pourrait, à ce niveau, poser l'hypothèse de la présence de mécanismes de reproduction et d'activation d'un capital social particuliers.

Le fait d'être chômeur a un impact négatif sur la création au départ d'une influence familiale. Cela pourrait signifier que le fait qu'être chômeur au sein d'une famille d'entrepreneurs signifie pour celle-ci que cette personne n'est, soit pas apte à poursuivre l'activité familiale, soit à créer sa propre activité entrepreneuriale.

Enfin, un individu indépendant à titre complémentaire sera favorablement poussé par son entourage à transformer cette activité complémentaire en emploi à temps plein via la création d'une entreprise. Au travers de son activité d'indépendant, il aura déjà eu l'opportunité de tester ses qualités entrepreneuriales, tout en limitant les risques encourus en conservant un emploi salarié, ce qui pourra constituer un signal positif vis-à-vis de son entourage.

La création au départ d'une **opportunité de marché** est positivement influencée par les variables « cadre du secteur privé » et « employé du secteur public ». L'impact positif de la première variable n'est guère étonnant. Un cadre d'entreprise, de par sa fonction, est à même de détecter des opportunités de marché. Il est, probablement, inséré dans des réseaux informatifs qui facilitent cette détection. Van Gelderen et al. (2005), dans leur étude sur les facteurs de risques et de succès dans la phase de pré-crédation, soulignent, par exemple, que l'expérience en industrie peut être utile dans la perception et l'évaluation de nouvelles idées d'affaires. Il est plus surprenant, mais intéressant, de constater qu'être employé du secteur public influence également positivement la création au départ d'une opportunité. Ceci semble signifier que, contrairement aux idées reçues, le secteur public est également susceptible de permettre la découverte et l'exploitation de niches de marché.

Deux variables influencent significativement la création motivée par un **objectif de profit** : l'âge et le statut socioprofessionnel (le fait d'être cadre ou employé du secteur privé/public). L'influence de l'âge est négative. Ce résultat est en adéquation avec nos conclusions au sujet de l'impact de l'âge sur la création motivée par le désir d'indépendance. Cela pourrait signifier qu'un créateur plus âgé est généralement suffisamment aisé pour ne pas être motivé

par le profit. Il en va de même pour les cadres et les employés du secteur privé/public. Nous pouvons donc poser l'hypothèse soit d'une absence de contrainte financière, soit d'une fonction d'utilité au sein de laquelle le profit ne prime pas, chez ces individus. La première hypothèse est plus plausible pour les deux premières catégories socioprofessionnelles, tandis que la seconde l'est plus pour la troisième catégorie.

En ce qui concerne la création en vue d'une **valorisation sociale**, celle-ci est influencée par l'âge, le fait de détenir un diplôme universitaire, le fait que les parents du créateur soient actifs dans le même secteur et par le fait d'avoir précédemment été employé dans le secteur public.

Pour l'âge, tout comme pour la création au départ d'une recherche de profit, ce résultat est cohérent avec notre interprétation de l'influence de cette variable sur le désir d'indépendance. Un individu plus âgé qui crée une entreprise ne le fera pas au départ d'une volonté de valorisation sociale¹⁶.

Etre universitaire semble impliquer que la création ne sera pas induite par la recherche d'une valorisation sociale. Ce résultat peut probablement s'expliquer par le différentiel de coût d'opportunité entre le fait de créer son entreprise en vue d'une reconnaissance sociale et le fait d'accepter un emploi de salarié, ce dernier étant pour un universitaire une source de promotion et de reconnaissance sociale apparemment plus importante. D'autre part, le statut d'universitaire, à lui seul, peut être synonyme d'une forme de reconnaissance sociale suffisante.

Le fait que les parents soient actifs dans le même secteur ne conduit pas à une création pour des raisons de valorisation. Une explication plausible de ce résultat serait que ces individus sont plus conscients de la faible reconnaissance sociale du statut d'entrepreneur propre au secteur d'activité des parents.

A contrario, les fonctionnaires semblent rechercher, dans la création, une certaine reconnaissance sociale. La faible reconnaissance sociale des fonctionnaires n'est sans doute pas étrangère à ce résultat.

Concernant la création d'entreprise motivée par **l'absence d'emploi**, il apparaît que cinq variables ont une influence significative : le sexe (masculin), l'âge, le fait d'avoir des entrepreneurs dans son entourage familial, l'importance des revenus et le fait d'être chômeur.

Les chômeurs de sexe masculin apparaissent, à l'inverse des femmes, comme plus enclins à créer une entreprise dans un but de remédiation à leur statut d'allocataire social. Une explication potentielle pourrait résider dans un certain conservatisme social qui attribue aux hommes le rôle de chef de famille sensé subvenir aux besoins de celle-ci.

L'âge a une influence positive sur ce dernier facteur de création. La difficulté des chômeurs âgés à retrouver un emploi explique sans doute, en partie, le fait que ces individus créent une entreprise en vue de quitter une situation de chômage.

¹⁶ Voir interprétation de l'incidence de la variable âge dans la motivation « désir d'indépendance ».

Un chômeur issu d'une famille entrepreneuriale sera moins motivé à créer son entreprise pour sortir du chômage. La peur du regard, en cas d'échec, de l'entourage familial qui a réussi à créer son entreprise, constitue vraisemblablement un élément explicatif de ce résultat.

L'impact négatif du revenu sur l'absence d'emploi en tant que motif de création est à la fois surprenant et intéressant. Nous voyons deux façons d'interpréter ce signe négatif : l'incidence du travail au noir et/ou l'importance des revenus du conjoint.

Finalement, et sans surprise, un chômeur sera positivement influencé dans sa décision de création par la motivation de quitter son statut de sans emploi.

Conclusion

Nous avons tenté d'éclairer, au niveau individuel les articulations entre position sociale, motivation du passage à la création d'entreprise et dynamiques push-pull. Comme nous l'avons souligné, que ce soit d'un point de vue politique et/ou purement scientifique, cette approche nous paraît opportune. En effet, en raison des motivations de la création, il nous semble réaliste de penser que les politiques efficaces pour les entrepreneurs de type push ne sont pas les mêmes que pour les entrepreneurs de type pull. Trois hypothèses sous-tendaient notre démarche : une première portant sur la diversité de l'intensité des positionnements des primo-créateurs d'entreprise wallons en termes de dynamiques push-pull, une seconde portant sur la diversité des modalités de ces positionnements et, enfin, une troisième relative à l'influence de la position sociale et de la trajectoire biographique de ces primo-créateurs sur l'intensité et la nature de ce positionnement.

Nous ne pouvons, à ce stade, déterminer de façon robuste et complète les articulations entre la dynamique push-pull et la position sociale des individus. Celles-ci sont sans doute trop complexes pour être comprises dans leur globalité au départ des sources actuellement disponibles et à l'aide des outils utilisés.

Néanmoins, nos résultats montrent que les individus qui s'engagent dans un processus entrepreneurial ont rencontré, perçu et investi une (des) situation(s) disruptive(s) et/ou des opportunités et se positionnent, dès lors, avec plus ou moins d'intensité dans une dynamique que nous avons qualifiée de push ou pull. Ils démontrent également que les situations disruptives et les opportunités à l'origine du passage à la création peuvent être de nature très diverse et être investies de significations multiples, ce qui, autrement dit, signifie que les dynamiques push et pull peuvent revêtir des formes différentes. Enfin, ces résultats montrent bien l'influence qu'exercent la position sociale et la trajectoire biographique des créateurs sur leur positionnement en termes de dynamiques push-pull, tant en intensité qu'en modalité. De notre analyse exploratoire nous pouvons, sous réserve de validation future de nos résultats, déduire divers enseignements. Premièrement, les facteurs de motivations issus de notre ACP semblent renforcer les résultats d'études antérieures. Deuxièmement la dichotomie push-pull semble sensible à l'âge et/ou au statut de l'individu. Chez les jeunes, il ressort que ceux-ci sont guidés dans leur désir de création tant par des facteurs push (désir d'indépendance) que pull (objectif de profit et valorisation sociale). En ce qui concerne les créateurs plus âgés, deux types émergent. Les chômeurs âgés apparaissent influencés par la seule motivation « absence d'emploi » et donc par un entrepreneuriat de nécessité. Les résultats concernant les créateurs âgés non demandeurs d'emploi tels que les pré-pensionnés et retraités sont également intéressants. En effet, ces individus ne sont concernés ni par les motivations défensives ni par les motivations économiques identifiées. Ceci nous laisse croire qu'un troisième type

*Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne :
Identité et dynamiques push-pull*

d'entrepreneuriat peut exister, celui de loisir. Ce dernier résultat ouvre la porte de l'hypothèse d'un *trinôme* entrepreneurial « push-pull-leisure »

Ces résultats demandent sans doute à être approfondis. Il serait intéressant de traiter l'éventualité du biais de sélection et il serait utile de compléter les analyses en améliorant l'opérationnalisation du cadre théorique.

Une limite de notre analyse réside peut-être dans l'échantillon utilisé. En effet, nos données concernent des entrepreneurs exerçant leur activité sous un statut juridique, en d'autre terme sous couverture d'une société (SA, SPRL, SCRL,...). Serait-il donc possible qu'une majorité des individus ayant participé à l'étude ne se trouvaient plus à ce moment dans une logique d'entrepreneuriat de nécessité ? Dans l'affirmative cela pourrait entraîner un biais temporel dans les réponses obtenues.

Il serait également pertinent de recourir à des méthodes qualitatives, mieux adaptées pour la compréhension des logiques d'action des acteurs. Ces méthodes permettraient de mieux comprendre, à la lumière de la composante identitaire de ces logiques, les mécanismes de construction sociale des ruptures et des opportunités qui peuvent initier le passage à la création. Elles permettraient également une meilleure caractérisation de la gestion stratégique de ces ruptures et de ces opportunités. Ceci assurerait une plus grande intelligibilité de la genèse des projets de primo-création. C'est dans cette perspective que nous développons actuellement nos recherches.

Par ailleurs, à ce jour, aucune étude relative au modèle push-pull n'a analysé si ces motivations influencent la stratégie déployée par le primo-créateur, le type d'entreprise créée et les ressources mises en œuvre dans la phase de création. Nous poursuivons donc également nos recherches en aval dans l'objectif d'examiner l'articulation entre, d'une part, les motivations de la création et, d'autre part, la stratégie de création et le type d'entreprise créée.

Bibliographie

- Alange S. et Scheinberg S. (1988), Swedish entrepreneurship in a cross-cultural perspective, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, p. 1-15, Editions Babson College.
- Amblard H., Bernoux Ph., Herreros G., et Livian Y.-F. (1996), *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*, Paris, Seuil.
- Audretsch D. et Vivarelli M. (1995), New-firm formation in Italy : a first report, *Economics Letters*, n°48, p. 77-81.
- Audretsch D. (2003), Entrepreneurship A Survey of the Literature, Enterprise Papers n°14, Enterprise Directorate-General European Commission.
- Bernoux Ph. (1995) *La sociologie des entreprises*, Paris, Seuil.
- Birley S. et Westhead P. (1994), A Taxonomy of Business Start-up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size, *Journal of Business Venturing*, Vol. 9, p. 7-31.
- Blanchflower D.G. et Oswald A.J. (1998), What makes an entrepreneur, *Journal of Labor Economics*, vol.16, n°1, p.26-60.
- Bourdieu P. (1987), *Choses dites*, Paris, Editions de Minuit.
- Brockhaus R.H. (1980), The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business, *Journal of small business management*, Vol. 18(1), p.37-43.
- Burke A. (1997), Small Firm Start-up by Composers in the Recording Industry, *Small Business Economics*, n° 9, p. 463-471.
- Buttner H.E. et Moore D.P. (1997), Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates with Success, *Journal of small Business Management*, Vol. 35 (1), p. 34-46.
- Crozier M. (1963), *Le phénomène bureaucratique*, Paris, Seuil.
- Davidsson P., Lindmark L. et Olofsson C. (1994), New Firm Formation and Regional Development in Sweden, *Regional Studies*, Vol. 28, p. 395-410.
- Evans D., Leighton L. (1989), Some Empirical Aspects of Entrepreneurship, *American Economic Review*, Vol. 79, p. 519-535.
- Evans D., Leighton L. (1990), Small business formation by unemployed and employed workers, *Small Business Economics*, n° 2, p. 319-330.
- Fotti A. et Vivarelli M. (1994), An Econometric Test of the Self-employment Model : The Case of Italy, *Small Business Economics*, n° 6, p. 81-93.
- Fritsch M. (1992), Regional Differences in New Firm Formation: Evidence from West Germany, *Regional Studies*, 26(3), p. 233-241.
- Garofoli G. (1994), New Firm Formation and Regional Development: The Italian Case, *Regional Studies*, Vol. 28(4), p. 381-393.
- Georgellis Y. et Wall H.J. (2000), What makes a region entrepreneurial? Evidence from Britain, *The annals Regional Science*, n°34, p. 385-403.
- Gilad B. et Levine P. (1986), A behavioral model of entrepreneurial supply, *Journal of small business management*, Vol. 24, p.45-51.

*Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne :
Identité et dynamiques push-pull*

- Guyot J.L., en collaboration avec Vandewattyne J. (2004), *Ebauche d'une sociologie des logiques d'action des créateurs d'entreprises : apports théoriques*, communication présentée au VII^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Universités Montpellier I et III, Montpellier, 26-29 Octobre 2004.
- Hamilton R.T. (1989), Unemployment and business formation rates: reconciling time series and cross-section evidence, *Environment and Planning*, vol. 21, p. 249-255.
- Harrison R.T. et Hart M. (1983), Factors influencing new business formation : a case study of Northern Ireland, *Environment and Planning*, vol.15, p. 1395-1412.
- Hart M. et Gudgin G. (1994), Spatial Variations in New Firm Formation in the Republic of Ireland, 1980-1990, *Regional Studies*, Vol. 28(4), p. 367-380.
- Hisrich R., Peters M. (1998), *Entrepreneurship*, Chicago, Irwin.
- Hughes K.D. (2003), Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership, *Gender, Work and Organization*, Vol. 10 (4), p. 433-454.
- Janssen F. (2002), *Les déterminants de la croissance des P.M.E. : Analyse théorique et étude empirique auprès d'un échantillon d'entreprises belges*, Thèse de doctorat, Université Jean Moulin, Lyon 3.
- Johnson P., Darnell A. (1976), New firm formation in Great Britain, WP-5, Department of Economics, University of Durham, Durham, England.
- Kolvereid L. (1990), Growth aspirations among Norwegian entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, p. 209-222.
- Mason C. (1989) Explaining Recent Trends in New Firm Formation in the UK: Some Evidence from South Hampshire, *Regional-Studies*, Vol. 23(4), p. 331-46.
- Moore C.S. et Mueller R.E. (2002), The transition from paid to self-employment in Canada: the importance of push factors, *Applied Economics*, n° 34, p. 791-801.
- Moyes A., Westhead P. (1990), Environments for New Firm Formation in Great Britain, *Regional Studies*, Vol. 24(2), p. 123-136.
- Noorderhaven N., Thurik R., Wennekers S. et Van Stel A. (2004), the Role of Dissatisfaction and per Capita Income in Explaining Self-Employment across 15 European countries, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 28 (5), p. 447-466.
- Orhan M. et Scott D. (2001), Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model, *Women in Management Review*, Vol. 16 (5), p. 232-243.
- Oxenfeldt A.R. (1943), *New Firms and Free Enterprise* (American Council on Public affairs, Washington, Dc) (cite par Harrison et Hart, 1983).
- Pfeiffer P. et Reize F.(2000), Business starts-up by the unemployed-an econometric analysis based on firm data, *Labour Economics*, n°7, p. 629-663.
- Reynolds P.D. (1997), Who starts New Firms? Preliminary Explorations of Firms-in-Gestaion, *Small Business Economics*, n° 9, p. 449-462.
- Ritsilä J., Tervo H. (2002), Effects of Unemployment on New Firm Formation: Micro-level Panel Data Evidence from Finland, *Small Business Economics*, n° 19, p. 31-40.
- Robson M. (1996), Macroeconomic Factors in the Birthe and Death of UK Firms: Evidence form Quarterly VAT Registrations, *Manchester School of Economic and Social Studies*, 64/2, p. 170-188.

*Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne :
Identité et dynamiques push-pull*

- Scheinberg S. et MacMillan I.C. (1988), An 11 county study of motivations to start a business, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, p. 669-687, Editions Babson College.
- Solymossy E. (1997), Push/Pull motivations: does it matter in venture performance?, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Editions Babson College.
- Staber U. et Bögenhold D. (1993), Self-employment: a study of seventeen OECD countries, *Industrial Relations Journal*, n° 24, p. 126-137.
- Van Gelderen M., Thurik R. et Bosma N. (2005), Success and Risk Factors in the Pre-Startup Phase, *Small business Economics*, n° 24, p. 365-380.
- Vivarelli M. et Audretsch D. (1998), The Link between the Entry Decision and Post-entry Performance: Evidence from Italy, *Industrial and Corporate Change*, Vol. 7 (3), p. 485-500.
- Vivarelli M. (2004), Are all the Potential Entrepreneurs So Good?, *Small Business Economics*, n° 23, p. 41-49.

*Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne :
Identité et dynamiques push-pull*

Annexe : Tableau I. Estimation du modèle SURE – variable dépendante = Composante push-pull

| | Composante : « désir d'indépendance» | | | Composante : « influence familiale» | | | Composante : « opportunité de marché» | | |
|---|--------------------------------------|-------|---------|-------------------------------------|-------|---------|---------------------------------------|-------|---------|
| | Coefficients | Std. | P-value | Coefficients | Std. | P-value | Coefficients | Std. | P-value |
| <i>Le genre</i> | 0.0519 | 0.090 | 0.564 | 0.2216*** | 0.082 | 0.007 | -0.1038 | 0.093 | 0.264 |
| <i>L'âge</i> | -0.0231*** | 0.006 | 0 | -0.0021 | 0.005 | 0.687 | -0.0077 | 0.006 | 0.188 |
| <i>Le carré de l'âge</i> | 0.0000*** | 0.000 | 0 | 0.0000 | 0.000 | 0.660 | 0.0000 | 0.000 | 0.213 |
| <i>Diplôme secondaire supérieur</i> | 0.0053 | 0.189 | 0.978 | 0.1515 | 0.172 | 0.379 | -0.0562 | 0.195 | 0.773 |
| <i>Diplôme Universitaire</i> | -0.0003 | 0.179 | 0.998 | -0.2476 | 0.162 | 0.128 | -0.2155 | 0.184 | 0.242 |
| <i>Famille entrepreneuriale</i> | -0.0625 | 0.101 | 0.534 | 0.4783*** | 0.091 | 0 | 0.0939 | 0.104 | 0.365 |
| <i>Même secteur que les parents</i> | -0.1276 | 0.117 | 0.277 | 0.4659*** | 0.107 | 0 | -0.0720 | 0.121 | 0.552 |
| <i>Revenu mensuel net</i> | 0.0852 | 0.076 | 0.265 | -0.0902 | 0.069 | 0.196 | 0.0688 | 0.079 | 0.383 |
| <i>Nbre de personnes vivant du revenu mensuel</i> | -0.0204 | 0.037 | 0.585 | 0.0140 | 0.034 | 0.681 | -0.0286 | 0.039 | 0.459 |
| <i>Chômeur</i> | 0.2938 | 0.220 | 0.183 | -0.3374* | 0.201 | 0.094 | 0.1428 | 0.228 | 0.531 |
| <i>Cadre du secteur privé</i> | 0.2419 | 0.162 | 0.136 | -0.0431 | 0.148 | 0.817 | 0.4104*** | 0.168 | 0.014 |
| <i>Employé du secteur public</i> | -0.0328 | 0.183 | 0.857 | 0.1147 | 0.166 | 0.491 | 0.3394* | 0.188 | 0.072 |
| <i>Employé du secteur privé</i> | 0.2080 | 0.138 | 0.131 | -0.1184 | 0.125 | 0.925 | 0.1811 | 0.142 | 0.203 |
| <i>Ouvrier</i> | 0.2978 | 0.222 | 0.179 | -0.2585 | 0.202 | 0.201 | -0.0235 | 0.229 | 0.918 |
| <i>Indépendant Complémentaire</i> | 0.1218 | 0.135 | 0.366 | 0.21184* | 0.122 | 0.085 | 0.1072 | 0.139 | 0.440 |
| <i>Constante</i> | 0.7330* | 0.362 | 0.043 | -0.2687 | 0.330 | 0.0.416 | 0.3744 | 0.373 | 0.316 |
| <i>R2</i> | 0.082 | | | 0.211 | | | 0.044 | | |
| <i>Nbre obs.</i> | 378 | | | 378 | | | 378 | | |

*Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne :
Identité et dynamiques push-pull*

| | Composante : « recherche du profit » | | | Composante : « valorisation sociale » | | | Composante : « absence d'emploi » | | |
|---|--------------------------------------|-------|---------|---------------------------------------|-------|---------|-----------------------------------|-------|---------|
| | Coefficients | Std. | P-value | Coefficients | Std. | P-value | Coefficients | Std. | P-value |
| <i>Le genre</i> | -0.0521 | 0.092 | 0.572 | 0.0712 | 0.089 | 0.426 | 0.2475** | 0.080 | 0.002 |
| <i>L'âge</i> | -0.0100* | 0.006 | 0.088 | -0.0292*** | 0.006 | 0 | 0.0097* | 0.005 | 0.056 |
| <i>Le carré de l'âge</i> | 0.0000* | 0.000 | 0.088 | 0.0000*** | 0.000 | 0 | 0.0000* | 0.000 | 0.061 |
| <i>Diplôme secondaire supérieur</i> | 0.0555 | 0.194 | 0.774 | -0.2511 | 0.188 | 0.181 | 0.0342 | 0.167 | 0.838 |
| <i>Diplôme Universitaire</i> | 0.0782 | 0.183 | 0.669 | -0.2934* | 0.177 | 0.098 | -0.0293 | 0.158 | 0.853 |
| <i>Famille entrepreneuriale</i> | 0.0375 | 0.103 | 0.716 | -0.0962 | 0.100 | 0.335 | -0.1492* | 0.089 | 0.095 |
| <i>Même secteur que les parents</i> | 0.1528 | 0.120 | 0.204 | -0.2535** | 0.117 | 0.030 | 0.0769 | 0.104 | 0.461 |
| <i>Revenu mensuel net</i> | -0.0888 | 0.078 | 0.257 | -0.0628 | 0.076 | 0.408 | -0.1198* | 0.067 | 0.078 |
| <i>Nbre de personnes vivant du revenu mensuel</i> | 0.0517 | 0.038 | 0.178 | -0.0135 | 0.037 | 0.716 | -0.0455 | 0.033 | 0.172 |
| <i>Chômeur</i> | -0.0480 | 0.226 | 0.832 | -0.1234 | 0.219 | 0.573 | 2.0053*** | 0.196 | 0 |
| <i>Cadre du secteur privé</i> | -0.2996* | 0.166 | 0.072 | 0.1707 | 0.161 | 0.290 | 0.1908 | 0.144 | 0.186 |
| <i>Employé du secteur public</i> | -0.4519** | 0.187 | 0.016 | 0.4657** | 0.181 | 0.010 | -0.705 | 0.162 | 0.664 |
| <i>Employé du secteur privé</i> | -0.3296** | 0.141 | 0.020 | -0.1308 | 0.137 | 0.339 | 0.0547 | 0.122 | 0.655 |
| <i>Ouvrier</i> | -0.3113 | 0.227 | 0.170 | -0.0736 | 0.220 | 0.738 | 0.1181 | 0.197 | 0.549 |
| <i>Indépendant Complémentaire</i> | 0.1334 | 0.138 | 0.333 | -0.0896 | 0.134 | 0.503 | -0.0274 | 0.119 | 0.819 |
| <i>Constante</i> | 0.5538 | 0.371 | 0.135 | 1.7056*** | 0.359 | 0 | -0.3946 | 0.321 | 0.220 |
| <i>R2</i> | 0.064 | | | 0.108 | | | 0.280 | | |
| <i>Nbre. Obs.</i> | 378 | | | 378 | | | 378 | | |

*p<0.10 ; **p<0.05 ; ***p<0.01