

Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME

7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME

27, 28 et 29 Octobre 2004, Montpellier

Réalités des TPE au XXI^{ème} siècle



2004

CIFEPME

Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME

Résumés des communications
présentées au 7^{ème} CIFEPME

*Version 1.2
Septembre 2004*

Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME

7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME

27, 28 et 29 Octobre 2004, Montpellier

Réalités des TPE au XXI^{ème} siècle

Résumés des communications présentées au 7^{ème} CIFEPME

- ♦ Les différentes communications sont indiquées dans ce document sous réserve de présentation effective durant le congrès.
- ♦ Les communications seront téléchargeables avant le congrès par tous les inscrits. La mise en ligne se fera à la rentrée 2004.
- ♦ Pour toutes informations complémentaires (inscription, hébergement, transport, contacts, ...) : **www.erfi-management.net/cifepme**

Dans l'attente de vous retrouver à Montpellier.

Le comité d'organisation du 7^{ème} CIFEPME

Sommaire

Liste des auteurs	3
Liste des communications	6
Résumés des communications présentées au 7 ^{ème} CIFEPME	17

Liste des auteurs

ALLALI Brahim (n°001)	FAYOLLE Alain (n°031)
AMANS Pascale (n°002)	FAYOLLE Alain (n°086)
ARCAND Michel (n°028)	FILION Louis Jacques (n°012)
ARLOTTO Jacques (n°087)	FLORICEL Serghei (n°080)
AUDET Josée (n°003)	FONROUGE Cécile (n°032)
AUFAUVRE Yves (n°085)	FOUDA ONGODO Maurice (n°006)
AVENET Grégory (n°003)	FOURCADE Colette (n°033)
AYADI Achraf (n°087)	GAGNON Stéphanie (n°081)
BALDEGGER Rico (n°004)	GAILLARD GIORDANI Laura (n°034)
BARES Franck (n°005)	GENDRON Corinne (n°045)
BAYAD Mohamed (n°077)	GOSSELIN Jocelyne (n°047)
BEAUDOIN Robert (n°080)	GUEGUEN Gaël (n°035)
BEKOLO Claude (n°006)	GUEYE Charles (n°036)
BERGER-DOUCE Sandrine (n°007)	GUNDOLF Katharine (n°037)
BERGER-DOUCE Sandrine (n°077)	GUYOT Jean-Luc (n°038)
BERNASCONI Michel (n°008)	HADDAD Samia (n°082)
BIKAI Félix (n°009)	HEBBAR Karim (n°039)
BITEMO NDIWULU Xavier (n°024)	JANISSEK-MUNIZ Raquel (n°040)
BOISSIN Jean-Pierre (n°010)	JANSSEN Frank (n°013)
BOURCIEU Stephan (n°011)	JANSSEN Frank (n°041)
BRENNER Gabrielle (n°012)	JAOUEN Annabelle (n°042)
BRIEY (de) Valérie (n°013)	JULIEN Pierre-André (n°063)
BROUARD François (n°014)	KACHA Mathieu (n°059)
BRULHART Andreas (n°004)	KHAYAT Imane (n°043)
CADIEUX Louise (n°015)	LACOURSIERE Richard (n°028)
CARRIER Camille (n°017)	LAGARDE Vincent (n°044)
CHABAUD Didier (n°016)	LANOUX Blandine (n°051)
CHAMPAGNE Daniel (n°017)	LAPOINTE Alain (n°045)
CHELLY Amine (n°018)	LASCH Frank (n°046)
CIMPER Philippe (n°012)	LAVIGNE Benoît (n°047)
CIMPER Philippe (n°019)	LE ROY Frédéric (n°048)
COUTERET Paul (n°003)	LEPERS-VERWAERDE Pascale (n°049)
CULLIERE Olivier (n°020)	LESCA Humbert (n°040)
DELISLE Sylvain (n°060)	LEVRATTO Nadine (n°050)
DELISLE Sylvain (n°080)	LEVY-TADJINE Thierry (n°051)
DESMARTEAU Robert (n°021)	LEYRONAS Christophe (n°052)
DEVISE Olivier (n°085)	LOBET Delphine (n°053)
DINGAMYO Ndouba (n°022)	LORRAIN Jean (n°015)
DOKOU Gérard (n°023)	LOUP Stéphanie (n°002)
DZAKA Théophile (n°024)	LOUP Stéphanie (n°071)
EL AYDI Ghassan (n°025)	MARCHESNAY Michel (n°054)
EMIN Sandrine (n°026)	MATHIEU Claude (n°079)
ETRILLARD Claude (n°027)	MAZOUZ Bachir (n°023)
EZZERARI Abdellatif (n°066)	McGRAW Egbert (n°073)
FABI Bruno (n°028)	MELBOUCI Leïla (n°055)
FALQUE Alain (n°029)	MENZIEZ Teresa (n°012)
FAYOLLE Alain (n°030)	MESSEGHEM Karim (n°056)

MICHKEVITCH Mikhaïl (n°033)	REYES Grégory (n°072)
MICHUN Stéphane (n°057)	RICHOMME-HUET Katia (n°064)
MIONE Anne (n°058)	ROBICHAUD Yves (n°073)
MOGOS DESCOTES Raluca (n°059)	RYMEYKO Karine (n°074)
MOREAU Eliane (n°060)	SAIVES Anne-Laure (n°021)
MOREAU Franck (n°061)	SAMBA René (n°075)
MUAMBA MULUMBA Placide (n°062)	SAMMUT Sylvie (n°032)
NGIJOL Joseph (n°016)	SCHIEB-BIENFAIT Nathalie (n°076)
NKAKLEU Raphaël (n°051)	SCHMITT Christophe (n°077)
ONANA François Xavier (n°006)	SOULEZ Sébastien (n°078)
ONANA François-Xavier (n°009)	St PIERRE Josée (n°079)
PACITTO Jean-Claude (n°063)	St PIERRE Josée (n°080)
PACITTO Jean-Claude (n°064)	St-CYR Louise (n°081)
PANTIN François (n°065)	TEMRI Leïla (n°082)
PERREAULT Jocelyn (n°066)	THEVENARD-PUTHOD Catherine (n°069)
PEYROUX Catherine (n°067)	TURKI Ahmed (n°083)
PHILIPPART Pascal (n°068)	UWIZEYEMUNGU Sylvestre (n°084)
PICARD Christian (n°069)	VANDEWATTYN Jean (n°038)
POISSONIER Hugues (n°070)	VAUDELIN Jean-Pierre (n°085)
POLGE Marion (n°071)	VERMOT-DESROCHES Bernard (n°060)
POTAKY Aurelia (n°062)	VERSTRAETE Thierry (n°086)
RAYMOND Louis (n°028)	WALLISER Björn (n°059)
RAYMOND Louis (n°060)	YAMI Saïd (n°048)
RAYMOND Louis (n°084)	

Liste des communications

♦ **Quel rôle la vision des dirigeants joue-t-elle dans l'internationalisation de leurs PME ?**
Étude de cas multiples de PME marocaines et canadiennes du secteur agro-alimentaire

ALLALI Brahim

Communication n°001

♦ **Le rôle-clé des artisans d'art dans la conservation du patrimoine : des compétences organisationnelles au réseau clignotant**

AMANS Pascale LOUP Stéphanie

Communication n°002

♦ **Les facteurs de succès d'une intervention de coaching auprès d'entrepreneurs : une étude exploratoire**

AUDET Josée COUTERET Paul AVENET Grégory

Communication n°003

♦ **Evaluation de partenaires stratégiques dans le cadre d'un réseau virtuel**

BALDEGGER Rico BRULHART Andreas

Communication n°004

♦ **La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises : regards croisés d'une déclinaison locale de la politique nationale - L'émergence du réseau CREAlliance**

BARES Franck

Communication n°005

♦ **Femmes entrepreneurs du secteur formel au Cameroun : «l'impulsion conjugale» comme mode d'entrée en affaires**

BEKOLO Claude FOUDA ONGODO Maurice ONANA François Xavier

Communication n°006

♦ **La diffusion du management environnemental en PME - Apports et limites d'une démarche collective**

BERGER-DOUCE Sandrine

Communication n°007

♦ **Modélisation de la création d'entreprises technologiques comme un projet en évolution**

BERNASCONI Michel

Communication n°008

♦ **Stratégies de survie des artisans tailleurs dans un contexte de libéralisation**

BIKAI Félix ONANA François-Xavier

Communication n°009

♦ **Structuration de « Maisons de l'Entrepreneuriat » dans l'Enseignement Supérieur français, mesure du plan Innovation des Ministères de la Recherche et de l'Industrie**

BOISSIN Jean-Pierre

Communication n°010

♦ **Une stratégie d'action des PME sur l'environnement institutionnel : l'ascendance institutionnelle**

BOURCIEU Stephan

Communication n°011

♦ **Démarrage d'entreprises ethniques: différences interethniques en contexte canadien**

BRENNER Gabrielle CIMPER Philippe MENZIEZ Teresa FILION Louis Jacques

Communication n°012

♦ **Les structures d'appui à la création de TPE par des allocataires sociaux : projet de recherche**

BRIEY (de) Valérie JANSSEN Frank

Communication n°013

♦ **Développement d'un outil Diagnostique des pratiques de veille stratégique des PME**

BROUARD François

Communication n°014

♦ **La succession dans les pme familiales : Vers une typologie de rôles endossés par le prédécesseur durant et après la mise en place de son successeur**

CADIEUX Louise LORRAIN Jean

Communication n°015

♦ **Opportunités de marché et réseaux sociaux : proposition d'un enrichissement par la théorie de la conception**

CHABAUD Didier NGIJOL Joseph

Communication n°016

♦ **Les études sur l'intrapreneuriat : objets d'intérêt et voies de recherche**

CHAMPAGNE Daniel CARRIER Camille

Communication n°017

♦ **Le processus de création et de développement d'opportunités entrepreneuriales : une esquisse de modélisation**

CHELLY Amine

Communication n°018

♦ **La socialisation au sein des équipes entrepreneuriales : Proposition d'une approche constructiviste**

CIMPER Philippe

Communication n°019

♦ **La légitimité du conseil en management aux TPE déterminée par les structures d'accompagnement. Le cas de jeunes entreprises technologiques intégrées à une pépinière**

CULLIERE Olivier

Communication n°020

♦ **Les tpe de biotechnologie sont-elles contre-nature ?**

DESMARTEAU Robert SAIVES Anne-Laure

Communication n°021

♦ **L'entrepreneuriat comporte-t-il un rendement croissant d'adoption ? Cas de la création d'entreprises par les chercheurs issus des laboratoires de recherche publics.**

DINGAMYO Ndouba

Communication n°022

♦ **Confiance, sécurité et formation : le tiercé gagnant des patrons et des programmes gouvernementaux visant les TPE dunkerquoises**

DOKOU Gérard MAZOUZ Bachir

Communication n°023

♦ **Micro-crédit et entrepreneuriat féminin en Afrique centrale: l'expérience de la République Démocratique du Congo**

DZAKA Théophile BITEMO NDIWULU Xavier

Communication n°024

♦ **Réseau relationnel de l'entrepreneur, accès aux ressources externes et performance de l'entreprise**

EL AYDI Ghassan

Communication n°025

♦ **Les croyances des chercheurs publics : quel impact sur leur intention de créer une entreprise ?**

EMIN Sandrine

Communication n°026

♦ **L'internationalisation des PME : pour une relecture en termes de stratégies entrepreneuriales**

ETRILLARD Claude

Communication n°027

♦ **Les PME les plus performantes se distinguent-elles par leurs pratiques de GRH?**

FABI Bruno RAYMOND Louis LACOURSIERE Richard ARCAND Michel

Communication n°028

♦ **Une formation continue de l'entrepreneur est-elle possible ? Tenants et aboutissants du développement d'un dispositif de « création de connaissances » de dirigeants de TPE dans le cadre d'un processus de « recherche ingénierique »**

FALQUE Alain

Communication n°029

♦ **Entrepreneuriat et processus : faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches**

FAYOLLE Alain

Communication n°030

♦ **Evaluation de l'impact des programmes d'enseignement en entrepreneuriat : vers de nouvelles approches**

FAYOLLE Alain

Communication n°031

♦ **Logique d'intermediation, approche cognitive et reseaux : vers une tentative de compréhension des difficultés d'accompagnement des createurs d'entreprise**

FONROUGE Cécile SAMMUT Sylvie

Communication n°032

♦ **Petites entreprises et territoire dans les pays en transition : de nouveaux "petits mondes" ?**

FOURCADE Colette MICHKEVITCH Mikhaïl

Communication n°033

♦ **Engagement entrepreneurial : Les modalités relationnelles et interactionnelles de la création et du financement des nouvelles organisations**

GAILLARD GIORDANI Laura

Communication n°034

♦ **TPE et contrainte de l'environnement**

GUEGUEN Gaël

Communication n°035

♦ **Nouvelle forme organisationnelle et approche conventionnaliste du partage des connaissances : le recours à la notion de communauté épistémique**

GUEYE Charles

Communication n°036

♦ **Dynamiques d'encastrement en TPE de tourisme**

GUNDOLF Katharine

Communication n°037

♦ **Ebauche d'une sociologie des logiques d'action des créateurs d'entreprise : apports théoriques**

GUYOT Jean-Luc VANDEWATTYN Jean

Communication n°038

♦ **Approche duale du management stratégique & Performance**

HEBBAR Karim

Communication n°039

♦ **Usage innovant du site Web pour la provocation d'informations d'origine terrain pour la Veille Anticipative Stratégique - Intelligence Collective en PME-PMI proactive**

JANISSEK-MUNIZ Raquel LESCA Humbert

Communication n°040

♦ **La conceptualisation de la croissance : l'emploi et le chiffre d'affaires sont-ils des critères interchangeables ?**

JANSSEN Frank

Communication n°041

♦ **Les alliances stratégiques entre TPE : éclairages**

JAOUEN Annabelle

Communication n°042

♦ **L'internationalisation des PME : vers une approche intégrative**

KHAYAT Imane

Communication n°043

♦ **Portées et limites des typologies entrepreneuriales classiques appliquées à l'agriculture. Le cas des diversifications des petites entreprises d'origine agricole**

LAGARDE Vincent

Communication n°044

♦ **La responsabilité sociale d'entreprise dans la PME ; option marginale ou enjeu vital ?**

LAPOINTE Alain GENDRON Corinne

Communication n°045

♦ **L'impact des contextes territoriaux sur l'activité entrepreneuriale en France (1993-2001)**

LASCH Frank

Communication n°046

♦ **L'information différentielle : une solution à la surabondance des normes comptables pour les PME ?**

LAVIGNE Benoît GOSSELIN Jocelyne

Communication n°047

♦ **Spécificités, portée et limites des stratégies de rupture pour les p.m.e. : une étude de cas**

LE ROY Frédéric YAMI Saïd

Communication n°048

♦ **L'influence des changements réglementaires sur l'organisation et sur les pratiques de gestion des compagnies subventionnées de spectacle vivant**

LEPERS-VERWAERDE Pascale

Communication n°049

♦ **Propositions pour une définition opératoire de la PME : une analyse en termes de cohérence entre l'organisation interne et le marché**

LEVRATTO Nadine

Communication n°050

♦ **L'acculturation entrepreneuriale de l'entrepreneuriat africain en France**

LEVY-TADJINE Thierry NKAKLEU Raphaël LANOUX Blandine

Communication n°051

♦ **Processus de transformation d'un réseau par hypogroupement**

LEYRONAS Christophe

Communication n°052

- ♦ **La naissance des dispositions à la transmission intrafamiliale des entreprises familiales**
Une étude de cas auprès de quatre PME wallonnes. Premières réflexions

LOBET Delphine

Communication n°053

- ♦ **L'hypofirme, fondement de l'hypermodernité ?**

MARCHESNAY Michel

Communication n°054

- ♦ **L'essor des PME algériennes par la théorie des ressources**

MELBOUCI Leïla

Communication n°055

- ♦ **Les voies de la coopération entre PME et grande distribution**

MESSEGHEM Karim

Communication n°056

- ♦ **Petites entreprises et formation continue : quelle intermédiation ?**

MICHUN Stéphane

Communication n°057

- ♦ **CIGALINE, entre affectivité, effectivité et efficacité - Bilan des cinq années de vie de l'unique Club d'Investissement pour la Gestion Alternative de l'Épargne Solidaire, au féminin.**

MIONE Anne

Communication n°058

- ♦ **Le lien entre la perception des informations relatives aux marchés étrangers et la performance internationale des TPE**

MOGOS DESCOTES Raluca WALLISER Björn KACHA Mathieu

Communication n°059

- ♦ **Affaires électroniques pour le développement des PME : Initiatives prometteuses en contexte de développement local et régional**

MOREAU Eliane RAYMOND Louis DELISLE Sylvain VERMOT-DESROCHES
Bernard

Communication n°060

- ♦ **Proposition d'une typologie des modes de développement des jeunes entreprises technologiques innovantes à fort potentiel de croissance**

MOREAU Franck

Communication n°061

♦ **Obstacles au démarrage et proximités des jeunes entrepreneurs en Belgique**

MUAMBA MULUMBA Placide POTAKY Aurelia

Communication n°062

♦ **Le marketing est-il soluble dans la très petite entreprise ?**

PACITTO Jean-Claude JULIEN Pierre-André

Communication n°063

♦ **A la recherche de l'entreprise artisanale**

PACITTO Jean-Claude RICHOMME-HUET Katia

Communication n°064

♦ **Le rôle des compétences de l'équipe dirigeante Au sein du processus d'internationalisation : Etude d'une moyenne entreprise française**

PANTIN François

Communication n°065

♦ **Pour une meilleure compréhension des approches de vente des PME industrielles**

PERREAULT Jocelyn EZZERARI Abdellatif

Communication n°066

♦ **Du rôle des connaissances dans les processus d'innovation des PME polonaises**

PEYROUX Catherine

Communication n°067

♦ **Création d'entreprise et protection juridique de l'entrepreneur : proposition d'une grille de choix statutaires**

PHILIPPART Pascal

Communication n°068

♦ **Confiance et défiance dans la reprise d'entreprises artisanales**

PICARD Christian THEVENARD-PUTHOD Catherine

Communication n°069

♦ **Dynamique relationnelle client – fournisseur et opportunités d'apprentissage: une analyse de la situation des fournisseurs des distributeurs français d'habillement**

POISSONIER Hugues

Communication n°070

♦ **Le dirigeant-artisan, un développement par des stratégies individuelles et collectives : Illustration par une étude de cas**

POLGE Marion LOUP Stéphanie

Communication n°071

♦ **La moyenne entreprise est-elle spécifique ?**

REYES Grégory

Communication n°072

♦ **Les objectifs entrepreneuriaux comme facteur explicatif de la taille des entreprises**

ROBICHAUD Yves McGRAW Egbert

Communication n°073

♦ **T.P.E. et profession libérale réglementée : quelle stratégie ?**

RYMEYKO Karine

Communication n°074

♦ **L'apport des éléments de la nouvelle micro-economie dans l'analyse de la production et de la commercialisation dans les pme: cas des boulangeries de la ville de brazzaville**

SAMBA René

Communication n°075

♦ **L'analyse de filière biologique en question : étude comparative des processus de structuration des organisations en Région Pays de la Loire »**

SCHIEB-BIENFAIT Nathalie

Communication n°076

♦ **Les incubateurs universitaires et le paradoxe de la relation entre université et entrepreneuriat**

SCHMITT Christophe BERGER-DOUCE Sandrine BAYAD Mohamed

Communication n°077

♦ **Le comportement d'achat des clients professionnels : vers une conception intermédiaire entre le B to B et le B to C.**

SOULEZ Sébastien

Communication n°078

♦ **Innovation de produits et performance : une étude exploratoire de la situation des PME canadiennes**

St PIERRE Josée MATHIEU Claude

Communication n°079

♦ **Développement d'un outil stratégique pour évaluer et gérer le risque des PME afin d'améliorer leur financement externe**

St PIERRE Josée DELISLE Sylvain BEAUDOIN Robert FLORICEL Serghei

Communication n°080

♦ **Les entrepreneures québécoises : Taille des entreprises et performance**

St-CYR Louise GAGNON Stéphanie

Communication n°081

♦ **Création d'entreprises de biotechnologie : Résultats d'une étude exploratoire**

TEMRI Leïla HADDAD Samia

Communication n°082

♦ **Les technologies environnementales : raisons d'adoption et impacts environnementaux**

TURKI Ahmed

Communication n°083

♦ **Profil d'adoption des systèmes de gestion intégrés dans les PME manufacturières**

UWIZEYEMUNGU Sylvestre RAYMOND Louis

Communication n°084

♦ **Comment créer et conduire une dynamique de changement ? L'exemple de CELITE France MURAT**

VAUDELIN Jean-Pierre DEVISE Olivier AUFAUVRE Yves

Communication n°085

♦ **Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat**

VERSTRAETE Thierry FAYOLLE Alain

Communication n°086

♦ **Evaluer la portée des concours pédagogiques à la création d'entreprises : Le cas d'une TPE issue du « Challenge Projet d'Entreprendre »**

ARLOTTO Jacques AYADI Achraf

Communication n°087

Résumés des communications présentées au 7^{ème} CIFEPME

♦ **QUEL RÔLE LA VISION DES DIRIGEANTS JOUE-T-ELLE DANS L'INTERNATIONALISATION DE LEURS PME ? ÉTUDE DE CAS MULTIPLES DE PME MAROCAINES ET CANADIENNES DU SECTEUR AGRO-ALIMENTAIRE**

ALLALI Brahim
HEC Montréal

♦ **Résumé :**

Devant la relative incapacité des théories et approches développées dans le contexte de grandes entreprises à expliquer l'internationalisation des PME, la recherche s'est orientée ces dernières années vers l'étude de ladite internationalisation en relation avec le profil des dirigeants. On assiste en conséquence à l'émergence d'un nouveau champ de recherche : l'entrepreneuriat international, qui constitue le point d'intersection de l'entrepreneuriat, de la gestion des PME et de la gestion internationale. C'est dans la perspective de ce nouveau champ que s'inscrit la présente contribution qui s'assigne pour principal objectif d'étudier la relation entre la vision des dirigeants et l'internationalisation de leurs PME. Ainsi, après la présentation d'une revue de littérature reprenant les principaux travaux sur l'internationalisation des PME et la vision des dirigeants, un cadre conceptuel visant à comprendre la nature, la portée et les implications de cette relation est suggéré et des propositions de recherche en sont déduites. Les résultats obtenus à l'issue d'une étude de cas multiples d'une dizaine de PME marocaines et canadiennes du secteur agroalimentaire, suggèrent que la vision claire est associée à la proactivité de l'internationalisation, alors que la vision floue semble être globalement liée à la réactivité de ladite internationalisation. Ils ont également montré que les dirigeants ayant une vision claire et qui exercent leur activité dans un environnement plutôt stable, tendent à planifier leurs actions de mise en œuvre et de pilotage de l'internationalisation. Par contre, ceux ayant une vision floue semblent improviser leurs actions individuelles. Néanmoins, si la plupart des dirigeants, quelle que soit leur vision, réagissent à la perception positive des performances internationales en accroissant leur engagement sur les marchés étrangers, leur attitude face à des performances négatives semble différer considérablement en fonction de leur pays d'implantation.

♦ **LE RÔLE-CLÉ DES ARTISANS D'ART DANS LA CONSERVATION DU PATRIMOINE : DES
COMPÉTENCES ORGANISATIONNELLES AU RÉSEAU CLIGNOTANT**

AMANS Pascale

Laboratoire Gestion et Cognition (EA 2043) - Université Paul Sabatier Toulouse III

LOUP Stéphanie

PRATIC Université d'Avignon - ERFI université Montpellier 1

♦ **Résumé :**

Cette communication a pour objectif de proposer une illustration du rôle-clé que peuvent être amenées à jouer des petites entreprises (PE) dans le cadre de la conservation du patrimoine. Les petites entreprises dont il est question ici sont des entreprises d'artisanat d'art, c'est-à-dire des PE marchandes, qui oeuvrent dans un secteur particulier, le secteur artistique/culturel. Ces artisans d'art possèdent en effet des compétences en matière de conservation du patrimoine culturel. Par ailleurs, ils constituent les éléments charnières d'un « réseau clignotant » dont l'existence permet la conservation de ce même patrimoine.

Ces éléments sont abordés à partir du cas d'une entreprise japonaise, l'entreprise « Famille Hata » et des liens établis par cette entreprise avec le Musée des tissus et des arts décoratifs de Lyon. Il apparaît alors que cette relation ne constitue qu'un arc d'un immense réseau s'étirant dans le temps et dans l'espace, réseau dont les nœuds, qui représentent les différentes organisations, sont activés lorsque les organisations correspondantes participent à un projet précis en matière de conservation du patrimoine. D'où le nom de « réseau clignotant ».

Petite entreprise, patrimoine culturel, artisan d'art, musée, réseau, étude de cas

♦ **LES FACTEURS DE SUCCES D'UNE INTERVENTION DE COACHING AUPRES D'ENTREPRENEURS : UNE ETUDE EXPLORATOIRE**

AUDET Josée

FSA Université Laval

COUTERET Paul

IUT GEA Ile du Saulcy - Metz

AVENET Grégory

Université du Québec à Trois-Rivières

♦ **Résumé :**

Si les aides sont nombreuses pour assurer le démarrage des PME, le coaching apparaît comme une approche originale et « sur mesure » permettant au jeune dirigeant d'améliorer ses habiletés managériales ou d'en développer de nouvelles. La présente recherche a pour but d'évaluer l'efficacité de ce type d'approche en milieu de PME et plus particulièrement d'identifier les facteurs susceptibles d'avoir un impact sur le succès d'une telle intervention. L'objet de recherche est le programme de coaching mis en place à l'Incubateur virtuel d'entreprises de la Mauricie au Québec. Les résultats préliminaires suggèrent que l'ouverture du dirigeant face au coaching et au changement, son engagement dans la relation, tout comme l'existence et le respect d'un contrat moral entre les parties sont des facteurs susceptibles d'influencer l'efficacité de l'intervention.

♦ **EVALUATION DE PARTENAIRES STRATEGIQUES DANS LE CADRE D'UN RESEAU VIRTUEL**

BALDEGGER Rico

Haute école de gestion de Fribourg

BRULHART Andreas

Haute école de gestion de Fribourg

♦ **Résumé :**

Pour les nouvelles entreprises de haute technologie, le choix fondé et sûr d'un partenaire revêt une importance stratégique. Pour l'entrepreneur d'une start-up, une question fondamentale se pose : sur la base de quelles considérations une entreprise partenaire doit-elle être choisie ? Les questions financières sont souvent au centre des préoccupations et servent généralement de base de décision. Nous avons cependant la conviction que pour des entreprises start-up actives dans le domaine de la haute technologie, l'aspect culturel et les valeurs que partagent les partenaires potentiels constituent des éléments essentiels pour la prise de décision.

Dans le cas présent, l'approche de la congruence des valeurs a été appliquée. Un outil, essentiellement orienté vers l'approche culturelle de Schein (1995) et la théorie de l'analyse qualitative de contenu de Mayring (2003), a été créé de façon à identifier les valeurs au sein des entreprises.

Un certain nombre d'éléments portant sur des valeurs apparentes des partenaires potentiels ont été rassemblés au travers de questionnaires, de documents mis à disposition et d'informations diffusées sur le web. L'ensemble des informations a été préparé et utilisé selon les principes de l'analyse qualitative de contenu, le traitement ayant été effectué par le biais d'un logiciel approprié. Les résultats de l'analyse ont produit une image des valeurs de chaque partenaire potentiel selon une trame commune. La comparaison des différentes « empreintes » a ainsi été largement facilitée, voire rendue possible, et le choix d'un partenaire a pu être effectué.

Le procédé décrit a fourni à l'entreprise DrakeBoinay une sélection d'organisations à but non lucratif potentielles et lui a permis de se focaliser sur deux partenaires.

♦ **LA MUTATION DE L'ACCOMPAGNEMENT A LA CREATION D'ENTREPRISES : REGARDS CROISES D'UNE DECLINAISON LOCALE DE LA POLITIQUE NATIONALE - L'EMERGENCE DU RESEAU CREALLIANCE**

BARES Franck

GREFIGE Université de Nancy 2 - I.C.N. Ecole de Management

♦ **Résumé :**

La question du « comment engager la mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises » de manière générale, en phase de démarrage plus précisément, se pose aux différentes parties prenantes impliquées directement ou indirectement dans le projet. Notre travail exploratoire a pour objectif de contribuer à l'enrichissement des connaissances et des pratiques dans ce domaine. Il s'agit de mieux appréhender l'intelligibilité d'un dispositif local d'appui : la mise en place de réseaux d'exploitation de compétences locales. La méthodologie de nature qualitative et longitudinale s'appuie sur différentes vagues d'interviews (aidants-aidés) et permet de mettre en exergue deux dimensions (administrative et relationnelle) régissant le fonctionnement de l'appui ainsi que la nécessaire organisation « réticulaire » des différentes complémentarités/compétences, compte tenu du climat de concurrence-coopération pouvant parfois freiner l'efficacité de ces dispositifs.

Réseau de soutien, institutionnalisation, accompagnement, politiques publiques, démarrage, spin-off universitaire

♦ **FEMMES ENTREPRENEURS DU SECTEUR FORMEL AU CAMEROUN : «L'IMPULSION CONJUGALE» COMME MODE D'ENTREE EN AFFAIRES**

BEKOLO Claude
ENSET - Université de Douala
FOUDA ONGODO Maurice
GEREA LAF-202 - Université de Douala
ONANA François Xavier
ENSET - Université de Douala

♦ **Résumé :**

Ce travail a pour objectif de mettre en évidence les variables déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Cameroun, et qui plus est dans le secteur formel. Pour y parvenir, les auteurs ont choisi d'évaluer les influences du contexte et des origines sur le comportement de la femme entrepreneur exerçant dans le secteur formel. Au terme de leur étude, ils sont parvenus aux résultats ci-après :

- L'entrepreneuriat féminin dans le contexte étudié repose sur la relation symbiotique famille-organisation.
- L'existence de ce qu'on pourrait appeler «impulsion conjugale» dans les initiatives prises par les femmes dans l'optique de créer et gérer des unités de production.
- L'influence du contexte et des origines sur les dimensions cognitive, praxéologique et structurale de la relation entrepreneur-organisation.
- Les structures d'encadrement du genre ASAFE constitueraient un moyen de réduction de l'informel, d'où la nécessité qu'il y a à favoriser leur démultiplication.

Entrepreneuriat, secteur formel, femme, ASAFE, impulsion conjugale

♦ **LA DIFFUSION DU MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL EN PME - APPORTS ET LIMITES D'UNE DEMARCHE COLLECTIVE**

BERGER-DOUCE Sandrine
LARIME - IAE de Valenciennes

♦ **Résumé :**

L'objet de ce papier de recherche est de s'interroger sur le rôle joué par une démarche environnementale collective auprès des PME impliquées. Une majorité de PME françaises demeurent toujours frileuses en matière d'engagement environnemental en dépit des efforts de nombreux organismes d'accompagnement.

Dans une première partie, nous questionnons la démarche collective comme un outil au service de la diffusion du management environnemental en PME. Déjà utilisée dans le cadre de l'appropriation d'instruments de gestion, une telle démarche est-elle pertinente dans le cas du management environnemental ? Notre propos se base sur l'étude d'un exemple de démarche menée à l'initiative de la CCI du Valenciennois, réunissant 9 PME locales caractérisées par un engagement environnemental à géométrie variable. La seconde partie de l'article suggère des réflexions autour des limites du dispositif actuel et incite à creuser des pistes d'amélioration de ce type de démarche collective. Une piste pertinente consiste en l'élaboration et la mise en place d'un accompagnement différencié selon le type d'engagement environnemental des PME.

♦ **MODELISATION DE LA CREATION D'ENTREPRISES TECHNOLOGIQUES COMME UN PROJET EN EVOLUTION**

BERNASCONI Michel
CERAM Sophia Antipolis

♦ **Résumé :**

Il est aujourd'hui reconnu que le processus de création d'une entreprise technologique, n'est pas linéaire, mais qu'il est fait d'allers et retours et d'écarts entre les prévisions et les réalisations. Dès lors il est proposé de considérer le processus de création d'entreprise comme un projet en évolution. A partir de cette approche, le travail présente une modélisation qui s'appuie sur le passage du projet par trois états : le projet d'affaires, le projet d'entreprendre et le projet d'entreprise.

Ce modèle est supporté par le paradigme systémique de la création d'entreprise et une approche constructiviste. Il est principalement destiné aux acteurs de la création d'entreprise technologique avec l'ambition de leur permettre de mieux comprendre le processus, et de simuler leur développement.

Création d'entreprises de hautes technologies, projet d'entreprise, modélisation

♦ STRATEGIES DE SURVIE DES ARTISANS TAILLEURS DANS UN CONTEXTE DE LIBERALISATION

BIKAI Félix

ENSET - University of Douala

ONANA François-Xavier

ENSET - University of Douala

♦ Résumé :

La présence d'un nombre de plus en plus important d'ateliers de couture dans la ville de Douala, malgré le contexte de compétition, au delà de la confirmation de la thèse qu'elle établit sur le triomphe du secteur informel sur les entreprises modernes africaines (privées et publiques) décadentes, nous conduit forcément à nous interroger sur les causes ou les facteurs explicatifs de leur « survie ».

Cette première étude quantitative et essentiellement descriptive nous a conduit cependant à des résultats robustes. En effet, la libéralisation de l'économie camerounaise s'est traduite par le recul de l'Etat par rapport à son rôle de promoteur et même de protecteur de la petite industrie nationale. Dans la réalité ce nouveau statut de l'Etat constitue aussi un facteur de dynamisme qui place les acteurs sociaux devant la nécessité de procéder à des ajustements multiformes. Dans le secteur particulier de la petite couture, on constate finalement que la contextualisation manageriale, la prise en compte et l'exploitation valorisée de niche culturelle sur le plan vestimentaire, le renforcement et la valorisation des réseaux de financement informel, un accent de plus en plus marqué pour la formation... constituent autant de réponses formulées par les artisans tailleurs à l'adresse de la nouvelle donne économique. Finalement, au delà de la description d'un état des lieux, notre travail vient relancer le débat sur la pertinence ou non de l'inscription des activités informelles dans le champ de l'entrepreneuriat.

Artisanat - informel - friperie - entrepreneuriat - stratégie - libéralisation - artisans tailleurs

♦ **STRUCTURATION DE « MAISONS DE L'ENTREPRENEURIAT » DANS L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR FRANÇAIS, MESURE DU PLAN INNOVATION DES MINISTÈRES DE LA RECHERCHE ET DE L'INDUSTRIE**

BOISSIN Jean-Pierre

Maison de l'Entrepreneuriat – Grenoble Universités - CERAG

♦ **Résumé :**

A partir de l'expérience conduite à Grenoble pour cinq établissements d'enseignement supérieur (quatre universités et une Ecole de Commerce), Jean-Pierre Boissin formule quelques propositions de structuration des Maisons de l'Entrepreneuriat. Tout en rappelant les différentes expériences pédagogiques conduites dans plusieurs villes universitaires françaises ou québécoises, il est précisé la vocation d'une Maison de l'Entrepreneuriat.

La priorité relève de la pédagogie dans trois directions (L, M, D) en reprenant la déclinaison sensibilisation, spécialisation et expérimentation (Albert, Marion, 1998). Une Maison de l'Entrepreneuriat constitue un centre de ressources tant pour des actions de sensibilisation (organisation de conférences) que pour des prestations de formation innovante (catalogue d'unités d'enseignement faisant l'objet de crédits).

Le second axe structurant une Maison de l'Entrepreneuriat relève de la dimension recherche en s'efforçant de rapprocher les équipes de recherche en Entrepreneuriat des pratiques (étude sur l'intention entrepreneuriale, accès aux réseaux d'entrepreneurs par exemple).

Enfin, un troisième axe découle du centre d'informations que constitue une Maison de l'Entrepreneuriat pour aider l'étudiant de l'idée au projet. La fonction est alors la détection de projets pour les mettre en réseau avec les différentes structures d'accompagnement (des plateformes d'initiative locale aux incubateurs).

Des compléments sont disponibles dans l'étude réalisée pour le Ministère de la Recherche (Boissin, 2003, <http://www.grenoble-universite-recherche.org/mde>).

Maison de l'Entrepreneuriat – Création d'entreprise – Intention entrepreneuriale – Evaluation de performance

♦ **UNE STRATEGIE D'ACTION DES PME SUR L'ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL :
L'ASCENDANCE INSTITUTIONNELLE**

BOURCIEU Stephan
AUDENCIA Nantes

♦ **Résumé :**

L'objectif de cette communication est d'étudier la capacité des PME internationales à agir sur l'environnement institutionnel des pays dans lesquels elles se développent. En effet, si le développement international des PME a fait l'objet de nombreux travaux en management stratégiques, ceux-ci adoptent généralement une perspective déterministe de la relation entre les PME et leur environnement. Les approches volontaristes sont ainsi rarement abordées et centrées sur le seul environnement concurrentiel. De ce fait, la capacité d'agir sur l'environnement global ou institutionnel semble réservée aux grandes entreprises et ne semble pas avoir fait l'objet d'une étude spécifique sous l'angle des PME.

Le contexte de transition qui agite les ex-pays de l'Est constitue une opportunité de marché importante pour les PME françaises, mais également un terrain d'observation original de la relation entre les entreprises et un environnement institutionnel qui connaît des transformations rapides et profondes. Partant de ce double constat académique et professionnel, l'objet de cette recherche est de voir comment les PME peuvent agir sur l'environnement institutionnel des pays en transition afin d'y favoriser leur développement.

Après avoir identifié les différentes dimensions constituant un modèle de stratégie d'action des PME sur l'environnement institutionnel des pays en transition, nous proposerons un test empirique du modèle, à partir d'une base de données de 151 PME internationales.

Les résultats de cette étude permettront de mettre en évidence une stratégie possible d'action sur l'environnement institutionnel, la stratégie d'ascendance institutionnelle.

♦ **DEMARRAGE D'ENTREPRISES ETHNIQUES: DIFFERENCES INTERETHNIQUES EN CONTEXTE CANADIEN**

BRENNER Gabrielle

HEC Montréal

CIMPER Philippe

HEC Montréal

MENZIEZ Teresa

Faculté d'administration, Université Brock

FILION Louis Jacques

HEC Montréal

♦ **Résumé :**

Cet article traite du démarrage d'entreprises ethniques chinoises, italiennes, sikhs et juives dans les trois plus grandes villes canadiennes : Montréal, Toronto, Vancouver. Les données recueillies révèlent qu'une faible proportion des entrepreneurs ont immigré au Canada pour des raisons entrepreneuriales, qu'ils se sont lancés en affaires tout d'abord par souci d'indépendance et pour des raisons économiques. Plusieurs ont découvert leur opportunité d'affaires grâce à leur expérience et leurs contacts, mais aussi par hasard et à travers leurs observations. Souvent localisées là où le groupe ethnique de l'entrepreneur est dominant, ces entreprises opèrent principalement dans les secteurs des services, du commerce de détail et de la restauration. Ces entrepreneurs ont mis environ deux ans pour démarrer leur projet. Confrontés dans une proportion importante à des problèmes de financement, ils ont investi personnellement la majeure partie du capital de départ de leur entreprise. Ils ont aussi eu recours au support de leur famille et des institutions bancaires. Les principaux problèmes auxquels ils ont dû faire face relèvent des finances, du marketing, des ressources humaines, de l'environnement institutionnel, social, économique, de la production et de la gestion stratégique. Nous avons par ailleurs relevé des différences d'un groupe ethnique à un autre quant aux caractéristiques du démarrage des entreprises. Des implications de ces résultats pour de futures recherches et pour les politiques de support gouvernemental à l'entrepreneuriat ethnique sont suggérées en conclusion.

♦ **LES STRUCTURES D'APPUI A LA CREATION DE TPE PAR DES ALLOCATAIRES SOCIAUX :
PROJET DE RECHERCHE**

BRIEY (de) Valérie
CERISIS - Université catholique de Louvain
JANSSEN Frank
Université Catholique de Louvain

♦ **Résumé :**

L'aide à l'entrepreneuriat en tant qu'instrument de la lutte contre le chômage est devenue une préoccupation des autorités tant européennes que nationales ou régionales. De nombreuses structures d'appui destinées à favoriser la création d'entreprises, notamment par des allocataires sociaux, ont vu le jour durant les dernières années. Toutefois, ces candidats créateurs, issus de conditions socio-économiques modestes, recourent peu aux services offerts par les structures d'appui. L'objectif de notre projet de recherche est d'analyser les raisons de ce constat en vue d'une meilleure adéquation de l'offre des services fournis à la demande, ainsi que de déterminer s'il existe une segmentation de l'offre correspondant aux niveaux socio-économiques distincts des créateurs. Notre étude devrait également permettre de déterminer si les structures d'appui sont réellement à même de jouer un rôle dans le processus de création d'entreprise initié par des allocataires sociaux et de suggérer des recommandations aux pouvoirs publics pour optimiser la qualité de ces services collectifs. La première partie de cette communication explicitera le champ et la problématique de cette recherche qui sera menée au cours des deux prochaines années dans la Province du Hainaut en Belgique. Dans une deuxième partie, après avoir rappelé toute la difficulté que pose l'évaluation de la production de service dans une première section, nous explorerons, dans une deuxième section, les arguments théoriques mobilisables pour expliquer les raisons potentielles du faible succès rencontré par les structures d'appui. Dans une troisième partie, nous aborderons le volet empirique projeté de cette recherche. Dans une première section, nous présenterons notre positionnement épistémologique et ses implications méthodologiques. Dans une seconde section, nous décrirons les étapes concrètes de la mise en oeuvre de notre projet de recherche. Enfin, dans une quatrième et dernière partie, nous exposerons l'intérêt que revêt ce projet.

♦ **DEVELOPPEMENT D'UN OUTIL DIAGNOSTIQUE DES PRATIQUES DE VEILLE STRATEGIQUE DES PME**

BROUARD François

Eric Sprott School of Business - Carleton University

♦ **Résumé :**

La présente recherche s'articule autour de la veille stratégique qui peut se définir comme un processus informationnel par lequel une organisation se met à l'écoute de son environnement pour décider et agir dans la poursuite de ses objectifs. L'objectif de la recherche vise à aider les dirigeants d'une organisation à se sensibiliser aux activités de veille stratégique et ainsi contribuer à les faire progresser. Pour atteindre cet objectif, un outil diagnostique des pratiques de la veille stratégique auprès de petites et moyennes entreprises (PME) est développé. La méthodologie de recherche retenue est la recherche-action et, plus particulièrement, le prototypage d'un système expert. La structure du diagnostic s'attarde à cinq composantes principales, soit les types de veille, le contexte de la veille, l'organisation de la veille, le processus de la veille et la sécurité de l'information. Ces composantes se subdivisent pour former un grand total de 30 composantes. Dans le cadre du développement du prototype, 6 moyennes entreprises canadiennes et 33 experts sont mis à contribution lors des trois itérations menant à la dernière version du prototype. Les six PME ont fait l'objet d'autant d'études de cas. L'objectif de la communication est de présenter le développement de l'outil diagnostique des pratiques de veille stratégique auprès de PME. La communication se divise en quatre grandes parties. La première partie présente le cadre conceptuel. La deuxième partie souligne la méthodologie. Dans la troisième partie, il y a une discussion des résultats obtenus. La quatrième partie présente des retombées de la recherche.

Veille stratégique, outils de gestion, performance, système expert

♦ **LA SUCCESSION DANS LES PME FAMILIALES : VERS UNE TYPOLOGIE DE ROLES ENDOSSES PAR LE PREDECESSEUR DURANT ET APRES LA MISE EN PLACE DE SON SUCCESSEUR**

CADIEUX Louise

Département des sciences de la gestion - Université du Québec à Trois-Rivières

LORRAIN Jean

Département des sciences de la gestion - Université du Québec à Trois-Rivières

♦ **Résumé :**

En théorie, les deux dernières phases du processus de la succession, soit celles du règne-conjoint et du désengagement, se distinguent des précédentes par l'entrée officielle du successeur dans l'entreprise familiale à ce titre de même que par le retrait progressif du prédécesseur. Jusqu'alors seul maître à bord, le prédécesseur serait, alors, confronté à devenir le principal maître d'œuvre d'une des plus importante période transitoire de sa vie durant laquelle il passera d'un rôle comparable à celui d'un chef d'orchestre à d'autres plus discrets dont, nous devons l'admettre, nous n'en comprenons pas encore la réelle nature. C'est donc à la suite de ce constat que la présente communication a pour objectif de présenter une étude de cas faite auprès de cinq PME familiales ayant réussi leur premier transfert générationnel et, conséquemment, dans lesquelles les prédécesseurs étaient, au moment de notre étude, officiellement retirés de la direction depuis au moins deux ans.

Parmi la littérature consultée, seule Handler (1989) s'est intéressée aux rôles pouvant être endossés par les prédécesseurs durant le processus de la succession. Or, les résultats de notre recherche montrent que les rôles pouvant leur être attribués durant les deux dernières phases du processus peuvent être plus variés que ceux de superviseur et de consultant préalablement déterminés par l'auteure. Entre autres, les résultats obtenus par le truchement d'entrevues faites avec les cinq prédécesseurs, les 12 successeurs, la conjointe d'un prédécesseur, les deux adjointes administratives, une employée et un vice-président marketing provenant des cinq PME familiales nous concernant montrent comment, dès le début de la phase du règne-conjoint, les prédécesseurs ont su apprivoiser de nouveaux rôles auprès de leurs successeurs pour, d'une part, les préparer à assumer leurs futures fonctions et, d'autre part, les intégrer à leurs nouveaux environnements. Du reste, en ce qui concerne la phase de désengagement, les résultats montrent comment les prédécesseurs se sont, là aussi, vus attribuer de nouveaux rôles principalement à deux niveaux soit auprès de l'organisation et auprès de leurs successeurs devenus dirigeants de l'entreprise familiale.

♦ **OPPORTUNITES DE MARCHÉ ET RESEAUX SOCIAUX : PROPOSITION D'UN ENRICHISSEMENT
PAR LA THEORIE DE LA CONCEPTION**

CHABAUD Didier

THEMA-Management (U. Cergy-Pontoise) & ATOM (U. Paris I)

NGIJOL Joseph

DMSP (U. Paris-Dauphine) & ESSEC (Programme doctoral)

♦ **Résumé :**

La théorie des réseaux sociaux (TRS) fait l'objet d'applications croissantes dans les sciences de gestion, en France (Huault [2002]) comme à l'étranger (Academy of Management [2002]). De même, dans le champ de l'entrepreneuriat, la TRS est-elle de plus en plus usitée. Hoang & Antoncic [2003] font ainsi état de plus de 70 études empiriques utilisant la TRS pour saisir le phénomène entrepreneurial, tandis que les fondateurs mêmes de ce courant théorique se sont intéressés à ce champ (Burt [1992, 2000], Granovetter [1995], Swedberg [2000]). La question se pose cependant de savoir dans quelle mesure la TRS fournit un éclairage complémentaire aux travaux existants ou, plutôt, fournit les bases d'une théorie générale des phénomènes sociaux.

Entrepreneur, reconnaissance d'opportunité, réseaux sociaux, théorie C/K

♦ **LES ETUDES SUR L'INTRAPRENEURIAT : OBJETS D'INTERET ET VOIES DE RECHERCHE**

CHAMPAGNE Daniel

Université du Québec à Trois-Rivières

CARRIER Camille

Université du Québec à Trois-Rivières

♦ **Résumé :**

Le développement de comportements intrapreneuriaux, tant aux plans individuel que corporatif, est devenu important pour plusieurs entreprises qui veulent assurer leur position compétitive grâce à l'innovation. Plusieurs chercheurs se sont intéressés au phénomène de l'intrapreneuriat au cours des deux dernières décennies. La présente recherche montre l'ambiguïté qui persiste dans la définition du concept lui-même, dresse un bilan des objets d'intérêt des études réalisées depuis 1990 sur le sujet et dégage des pistes de recherche pour le futur.

♦ **LE PROCESSUS DE CREATION ET DE DEVELOPPEMENT D'OPPORTUNITES
ENTREPRENEURIALES : UNE ESQUISSE DE MODELISATION**

CHELLY Amine

ERMES - Université du Sud – Toulon Var

♦ **Résumé :**

La création et le développement d'opportunités (CDO) est un nouveau domaine de recherche extrêmement important en entrepreneuriat. En effet, les chercheurs en entrepreneuriat commencent à s'y intéresser de plus près même si beaucoup de zones d'ombre persistent encore pour la compréhension de comment des individus identifient-ils des opportunités et pas d'autres, quel(s) processus suivent-ils pour arriver à leur fins et par quel(s) moyen(s) nous pouvons les aider pour qu'ils créent et développent leur propre opportunité. L'objectif de cette communication est de proposer un début de réponse à cette question. Pour cela, nous nous sommes basé sur une revue de la littérature pour dégager les variables qui pourraient affecter le processus de création et de développement d'opportunités entrepreneuriales.

♦ **LA SOCIALISATION AU SEIN DES EQUIPES ENTREPRENEURIALES : PROPOSITION D'UNE APPROCHE CONSTRUCTIVISTE**

CIMPER Philippe
HEC Montréal

♦ **Résumé :**

Le présent travail propose de reconsidérer la socialisation organisationnelle depuis une perspective constructiviste qui fait défaut aux approches théoriques dominantes en la matière. Plus précisément, il s'agit de suggérer un regard qui convienne mieux à l'étude de la socialisation au sein des équipes entrepreneuriales, en prenant notamment en compte le processus de co-adaptation entre l'acteur et l'organisation. Nous suggérons pour ce faire de mobiliser la théorie des mondes sociaux et arènes d'action (SWAT) d'Anselm Strauss et de nous appuyer sur l'idée de l'organisation comme ordre négocié.

♦ **LA LEGITIMITE DU CONSEIL EN MANAGEMENT AUX TPE DETERMINEE PAR LES STRUCTURES D'ACCOMPAGNEMENT. LE CAS DE JEUNES ENTREPRISES TECHNOLOGIQUES INTEGREES A UNE PEPINIERE**

CULLIERE Olivier
ERFI - Université Montpellier 1

♦ **Résumé :**

Les entreprises subissent leurs plus forts taux de mortalité durant les premières années d'exercice. Aux dires de spécialistes d'accompagnement de sociétés en démarrage, les lacunes managériales des entrepreneurs apparaissent comme une cause non négligeable de ces défaillances prématurées. Si les ressources expertales internes de ces firmes – très majoritairement de petite taille – et les compétences du chef d'entreprise sont souvent en deçà des exigences du projet d'affaires, les acteurs externes de conseil en management susceptibles d'apporter un soutien existent. Pourtant, les TPE restent en général en retrait de ces structures. Des raisons à ce comportement ont été invoquées, mais l'idée avancée ici est que ces dernières ne sont pas perçues par les entrepreneurs comme des accompagnateurs justes et appropriés – légitimes – en ce qui concerne le management dans leur contexte particulier d'entreprise. Pourtant, de par les missions qu'ils assurent et les programmes de conseil qu'ils développent, les organismes d'accompagnement contextualisent une certaine proximité entre accompagnés et accompagnants. Ce rapprochement ne peut être sans incidence sur la perception que les entrepreneurs ont des services rendus et de la légitimité du conseil en management qui leur est ainsi proposé. Cette contribution vise à présenter la manière dont une institution de soutien est susceptible d'influencer cette perception à travers le cas d'une pépinière d'entreprises technologiques. En filigrane, l'intérêt est de tirer quelques enseignements utiles pour un accompagnateur concernant les attributs ou les actions qui paraissent « légitimants » vis-à-vis de ce type de firme de façon à susciter davantage le recours au conseil. L'étude se base sur une enquête menée auprès de 17 entreprises technologiques intégrées à une pépinière, ainsi que sur une typologie de la légitimité organisationnelle. Les résultats suggèrent que la légitimité pragmatique est acquise grâce à la capacité à 1) apporter des réponses pertinentes et adaptées à l'entreprise, ainsi qu'à 2) mettre l'entrepreneur en relation avec les partenaires-clés. La légitimité morale est liée à la capacité à 1) éliminer les sources d'incompréhension entre les protagonistes de la prestation de conseil, à 2) développer une relation agréable et à 3) inspirer confiance par rapport à son degré d'implication. La légitimité cognitive se rapporte à la réputation de l'organisme d'accompagnement et plus précisément à la capacité à servir de label vis-à-vis des partenaires sociaux importants de l'entreprise.

♦ LES TPE DE BIOTECHNOLOGIE SONT-ELLES CONTRE-NATURE ?

DESMARTEAU Robert

École des sciences de la gestion - Université du Québec à Montréal

SAIVES Anne-Laure

École des sciences de la gestion - Université du Québec à Montréal

♦ Résumé :

Cet article fait écho aux propositions d'O.Torres (1998, 2003), qui s'interroge sur la pertinence d'une réflexion renouvelée de la spécificité contingente de la PME comme objet d'analyse. Partant d'un constat empirique éloquent sur le terrain des firmes de biotechnologie au Québec (Canada) – à savoir que la plupart des firmes y ont moins de 10 ans d'existence, l'âge médian actuel étant de 5,5 ans, 43% des firmes ont moins de 10 employés et plus de 36% des firmes ne génèrent pas encore de chiffre d'affaires – cet article tente de répondre à la question de recherche suivante : les TPE de biotechnologie constituent-elles une espèce à part et/ou sont-elles singulières en leur genre, similaire à celui de très petites entreprises de type « organisées » évoqué par Marchesnay (2003) ?

Le papier s'articule en trois temps. Dans une première partie, un cadre théorique est proposé pour identifier les TPE par « ce qu'elles font », partant notamment d'une revue de littérature sur les critères contemporains de définition des petites entreprises et sur le concept de modèle d'affaires. Dans un deuxième temps, il fait état de la méthodologie d'analyse multi-factorielle et classificatoire adoptée pour observer dans une perspective inductive les différents comportements des très petites entreprises de la grappe bio-industrielle du Québec avant de proposer, dans un dernier temps, une grille de lecture de leur spécificité contingente. Il propose une validation empirique de la spécificité des TPE « organisées » de « classe mondiale », et des propos de Torres (1997) sur l'expression d'un phénomène de dénaturation porteur de sens en ajoutant des dimensions ignorées au continuum des critères disponibles pour définir la TPE. Pour identifier la diversité dans cette spécificité, il montre que l'utilisation des cinq dimensions d'un modèle d'affaires à l'ère de l'innovation sans frontières s'avère efficace au plan méthodologique en découvrant quatre portraits de TPE de biotechnologie : découvreurs, outilleurs, fournisseurs spécialisés et fournisseurs génériques de produits et services biotechnologiques. Cette étude empirique consacrerait donc les TPE de biotechnologie à la fois comme des formes – TPE spécifiques (relativement à l'espèce), et spéciales (singulières et particulières dans leur genre, celui de la TPE organisée).

♦ **L'ENTREPRENEURIAT COMPORTE-T-IL UN RENDEMENT CROISSANT D'ADOPTION ? CAS DE LA CREATION D'ENTREPRISES PAR LES CHERCHEURS ISSUS DES LABORATOIRES DE RECHERCHE PUBLICS.**

DINGAMYO Ndouba
IAE Lille- ESSEC

♦ **Résumé :**

Le fait que l'innovation puisse donner lieu à un avantage concurrentiel ou simplement à un produit nouveau est à présent assez largement documenté par la communauté académique. De même, de nombreuses études se sont notamment penchées sur la diffusion des produits nouveaux et des standards technologiques. Cependant, l'idée que l'entrepreneuriat, en tant qu'acte, puisse donner lieu également à un rendement croissant d'adoption et se diffuser au sein d'une communauté a fait l'objet de très peu d'investigations. Pour entamer l'étude de ce thème, nous avons choisi de focaliser notre attention sur une communauté précise : le laboratoire de recherche scientifique. Dans une démarche largement exploratoire, un certain nombre de variables ont été identifiées et permettent d'esquisser une modélisation conceptuelle de la diffusion de l'entrepreneuriat au sein de la communauté scientifique. C'est ainsi que la valeur de la création d'entreprise telle qu'interprétée par cette communauté, l'information sur les créations déjà advenues dans le milieu et le degré d'interaction entre les agents semblent être les variables clés pouvant expliquer sa diffusion au sein de la communauté de recherche scientifique. Néanmoins, la vitesse d'adoption de la création d'entreprise dans ce milieu est plus ou moins accélérée selon le degré d'ambiguïté de l'environnement du chercheur et les biais cognitifs partagés au sein de sa communauté.

♦ **CONFIANCE, SECURITE ET FORMATION : LE TIERCE GAGNANT DES PATRONS ET DES PROGRAMMES GOUVERNEMENTAUX VISANT LES TPE DUNKERQUOISES**

DOKOU Gérard

ERIME - CLAREE

MAZOUZ Bachir

École Nationale d'Administration Publique de l'Université du Québec

♦ **Résumé :**

S'il y a aujourd'hui une caractéristique qui sert à définir les entreprises à petite et moyenne taille c'est bien leur flexibilité. Elle est synonyme de souplesse et donc d'adaptation rapide. Comment et par quels mécanismes cette flexibilité est-elle acquise par les Très Petites Entreprises (TPE) ? Quels enseignements théoriques et pratiques tirer de cette souplesse pour améliorer l'état de notre connaissance sur la gestion des organisations en général ?

Les auteurs de ce papier tentent, moyennant les résultats d'une étude empirique menée auprès de 513 TPE dunkerquoises (France), de décortiquer les pratiques managériales leur permettant de survivre dans un environnement en mutation. L'étude démontre qu'en période de fluctuations importantes de flux d'activité la TPE s'adapte aux changements fréquents de l'économie, aux soubresauts des stratégies des grandes entreprises et aux aléas des politiques gouvernementales grâce à des pratiques originales de gestion des ressources humaines. En période d'activité en hausse, les TPE, aux ressources extrêmement limitées et précaires, combinent différentes possibilités de recrutement en accordant une attention particulière à la confiance, à la sécurité et la formation des employés. Les dites pratiques concernent plus particulièrement les systèmes de production et de vente.

TPE, Gestion Stratégique des Ressources Humaines, Formation Confiance, Sécurité, Flexibilité

♦ **MICRO-CREDIT ET ENTREPRENEURIAT FEMININ EN AFRIQUE CENTRALE: L'EXPERIENCE DE LA REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO**

DZAKA Théophile

CREP - Université M. Ngouabi de Brazzaville

BITEMO NDIWULU Xavier

CEPROPME/UK-Mbanza Ngungu - Université Kongo

♦ **Résumé :**

Dans la plupart des PVD, les femmes occupent généralement des emplois précaires et leurs revenus sont de loin inférieurs à ceux des hommes. Beaucoup de femmes entreprennent des activités économiques pour la majorité dans le secteur informel de l'économie marqué par une distribution asymétrique de l'information entre divers agents. Ces femmes seraient essentiellement confrontées à des contraintes financières pour la croissance et le développement de leurs micro-entreprises. Le micro-crédit se révèle alors comme un moyen pour desserrer les contraintes financières de ces femmes micro-entrepreneures.

L'objectif du présent papier consiste à mesurer l'impact du micro-crédit sur la promotion de l'entrepreneuriat féminin en RDC, un pays où l'exclusion sociale des femmes est importante et où le micro-entrepreneuriat féminin supplante celui des hommes. Pour atteindre cet objectif, nous avons au plan méthodologique recouru à la littérature disponible et mené une analyse microéconométrique à partir des données d'une enquête auprès de 177 répondantes (femmes microentrepreneures) et sur base d'un modèle de type Probit et de type MCO qui permettent d'évaluer l'incidence du micro-crédit sur les revenus des micro-entreprises.

Les résultats de l'analyse empirique montrent que l'accès des micro-entrepreneures femmes au micro-crédit permet d'améliorer les revenus générés par leurs activités. De même, la demande d'un volume important des micro-crédits permet d'accroître les revenus générés par les activités des femmes micro-entrepreneures.

Micro-crédit, entrepreneuriat féminin, micro-entreprise, asymétrie d'information, contraintes financières, République Démocratique du Congo.

♦ **RESEAU RELATIONNEL DE L'ENTREPRENEUR, ACCES AUX RESSOURCES EXTERNES ET PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE**

EL AYDI Ghassan

Ecole Supérieure de Commerce de Sfax

♦ **Résumé :**

Les PME occupent une place centrale dans l'économie de la Tunisie. Pour ces entreprises, la véritable concurrence ne se base pas seulement sur les prix et la qualité de leurs produits, les relations personnelles de leurs dirigeants jouent aussi un rôle très important dans leur réussite.

Cette recherche examine l'impact de différentes propriétés du réseau relationnel de l'entrepreneur sur la performance et l'accès aux ressources externes des PME tunisiennes oeuvrant dans le secteur des chaussures.

Les résultats montrent que : 1- les entrepreneurs ayant un plus large réseau relationnel ainsi que ceux entretenant plus de liens avec des personnes haut placées, disent être plus performants et mieux informés que leurs concurrents ; et que 2- ceux entretenant des liens plus étroits avec leurs banquiers sont plus satisfaits de leur accès aux ressources financières.

Entrepreneur, réseau relationnel, performance organisationnelle, accès à l'information, accès au financement bancaire

♦ **LES CROYANCES DES CHERCHEURS PUBLICS : QUEL IMPACT SUR LEUR INTENTION DE CREER UNE ENTREPRISE ?**

EMIN Sandrine

CERAG UMR 5820 CNRS - Université Pierre Mendès France

♦ **Résumé :**

Cette communication traite de la relation entre les croyances des chercheurs publics et leur intention de créer une entreprise. Au niveau théorique, la recherche repose sur les modèles d'intention et un modèle but/moyen selon lequel une personne aura l'intention d'adopter un certain comportement si elle croit qu'il peut conduire à un but désiré. Dans cette perspective, l'intention devrait dépendre non seulement des attitudes de l'individu envers la création d'une entreprise (déterminées par le système de valeurs de l'individu et la capacité perçue de l'entrepreneuriat pour satisfaire ses besoins) mais aussi de ses perceptions d'efficacité personnelle. Celles-ci sont fonction de l'intensité perçue du contrôle sur un certain nombre de facteurs et de la force perçue de ces facteurs à faciliter ou inhiber la réalisation du comportement.

L'étude repose sur le traitement statistique de 744 questionnaires administrés par voie électronique (courriel et Internet) entre octobre et novembre 2002 auprès de chercheurs en sciences dures dont les laboratoires se situent dans les régions Ile de France, Rhône-Alpes et Provence Alpes Côte d'Azur.

Les analyses de données sont présentées en trois phases. Premièrement, la distribution des variables est étudiée afin d'analyser les croyances des chercheurs. Deuxièmement, au niveau agrégé, des analyses factorielles sont réalisées. Elles visent à identifier les principaux facteurs d'attitude et les principales variables d'efficacité personnelle perçue. Les analyses révèlent cinq dimensions distinctes d'attitude envers la création d'entreprise : le désir de valorisation sociale des recherches, le souhait d'évolution professionnelle, l'incitation financière, la crainte des risques émotionnels et financiers associés à la création d'une entreprise et les risques professionnels liés à l'éloignement des activités traditionnelles d'enseignement et de recherche. Les analyses pour l'efficacité personnelle font émerger quatre facteurs : les compétences nécessaires à la réussite d'une création d'entreprise, les accès aux systèmes d'aides locales, universitaires et issues du laboratoire d'accueil. Troisièmement, la régression multiple est utilisée en vue de tester les corrélations entre les facteurs ainsi obtenus et la mesure d'intention entrepreneuriale. Les résultats montrent que le modèle but/moyen peut être utile à prédire les intentions de créer une entreprise en milieu académique. En effet, 35% de la variance de l'intention est expliqué par celle-ci. L'intention de créer une entreprise résulte à la fois de l'attitude des répondants à l'égard de cette activité et de leur capacité à la mener à bien. Cependant, l'attitude est un meilleur déterminant de l'intention que l'efficacité personnelle perçue. Concernant l'efficacité personnelle, seules les compétences managériales et entrepreneuriales jouent significativement sur l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics.

♦ **L'INTERNATIONALISATION DES PME : POUR UNE RELECTURE EN TERMES DE STRATEGIES ENTREPRENEURIALES**

ETRILLARD Claude
Université de Bretagne Sud

♦ **Résumé :**

Ce papier présente une proposition conceptuelle visant à intégrer les dimensions « entrepreneuriales » et « stratégiques » dans l'étude du processus d'internationalisation des PME.

Fondée sur la littérature sur les modèles d'internationalisation et le nouveau courant de « l'International Entrepreneurship », la mobilisation du concept de stratégie entrepreneuriale y est proposée : une définition conceptuelle comme configuration des cinq dimensions (Décisionnelle, Cognitive, Contextuelle, Organisationnelle et Opérationnelle) constitutives d'un continuum Entrepreneuriat – Stratégie en est alors présentée.

Il en ressort une grille de lecture contingente permettant de présenter pour chaque dimension des éléments spécifiques attendus dans l'étude de l'internationalisation des PME comme stratégie entrepreneuriale en statique comme en dynamique.

PME, internationalisation, stratégie, entrepreneuriat, stratégie entrepreneuriale

♦ **LES PME LES PLUS PERFORMANTES SE DISTINGUENT-ELLES PAR LEURS PRATIQUES DE GRH?**

FABI Bruno

Université du Québec à Trois-Rivières

RAYMOND Louis

Université du Québec à Trois-Rivières

LACOURSIERE Richard

Université du Québec à Trois-Rivières

ARCAND Michel

Université du Québec à Trois-Rivières

♦ **Résumé :**

Cette étude a pour but de vérifier si les PME les plus performantes à différents égards se distinguent des PME les moins performantes par un recours accru aux pratiques de GRH, comme le voudrait l'approche universaliste. Les résultats obtenus à partir d'un échantillon de 200 PME manufacturières apportent un support substantiel à cette hypothèse et il s'avère que plusieurs pratiques sont associées à la performance des PME, que ce soit en améliorant la capacité de rétention des employés, en favorisant la productivité et l'innovation ou en augmentant le rendement de l'actif. Dans plusieurs cas, la simple application de ces pratiques ne suffirait pas et ce serait plutôt l'intensité avec laquelle on les applique qui ferait la différence. Les pratiques de participation aux décisions, formation, diffusion d'information stratégique et descriptions de tâches s'avèrent associées positivement à la performance des PME. D'autres pratiques, telles le recrutement et la participation aux profits, font l'objet de relations tantôt positives, tantôt négatives, selon les indicateurs de performance pris en considération.

♦ **UNE FORMATION CONTINUE DE L'ENTREPRENEUR EST-ELLE POSSIBLE ? TENANTS ET ABOUTISSANTS DU DEVELOPPEMENT D'UN DISPOSITIF DE « CREATION DE CONNAISSANCES » DE DIRIGEANTS DE TPE DANS LE CADRE D'UN PROCESSUS DE « RECHERCHE INGENIERIQUE »**

FALQUE Alain
MOISA - ERFI - Agro Montpellier

♦ **Résumé :**

Nous nous proposons de décrire dans le cadre de cette communication un dispositif original de « création de connaissances » de dirigeants de TPE, valant « formation continue de l'entrepreneur », développé de 1999 à 2001, dans le cadre d'une action de développement territorial local d'un bassin de pays rural du sud de la France.

Le dispositif de « formation continue » de dirigeants de TPE mis au point dans le cadre de cette action s'appuie sur la mobilisation des concepts de connaissances « tacites » (Polanyi, 1966), « situées » (Lave et Wenger, 1991), « actionables » (Argyris, 1993), de « communauté de pratiques » (Brown et Duguid, 1991), de « praticien réflexif » (Schön, 1983) et de « création de connaissances » (Nonaka, 1991), généralement utilisés dans des contextes sensiblement différents.

Les péripéties du déroulement de cette action révèlent le faisceau de contraintes qui pèsent d'ordinaire sur tout ce qui voudrait constituer l'équivalent d'une « formation continue de l'entrepreneur ». De sorte que l'étude des circonstances qui ont présidé au relâchement de ces mêmes contraintes permet la mise en évidence, en raisonnant par « abductions » (David, 2000), des ressorts du dispositif original d'accompagnement de dirigeants de TPE qui résulte de cette action de « création d'artéfact » (Koenig, 1993) dans le cadre d'un processus de « recherche-ingénierique » (Chanal et al., 1997) ou de « recherche-intervention » (David, 2000).

L'ensemble de l'expérience peut être décrit comme le test « infirmationiste » (Koenig, 1997) d'un processus entrelacé de recherche-intervention d'une part, d'apprentissage collectif d'autre part, processus ayant commencé par échouer, puis réussi jusqu'à un certain point, mais ayant par la suite de nouveau échoué à dépasser cette première réussite, pour diverses raisons plus ou moins circonstanciées.

En l'état, le dispositif créé n'en paraît pas moins constituer une forme adaptée de réponse au problème du développement économique de territoires ruraux souffrant de l'absence d'implantations de grandes entreprises, spécialement lorsqu'ils ne disposent pas non plus de compétences territoriales spécifiques susceptibles d'être exploitées sous la forme d'un SPL.

♦ **ENTREPRENEURIAT ET PROCESSUS : FAIRE DU PROCESSUS UN OBJET DE RECHERCHE ET MIEUX PRENDRE EN COMPTE LA DIMENSION PROCESSUS DANS LES RECHERCHES**

FAYOLLE Alain
INP Grenoble - CERAG - EPI

♦ **Résumé :**

Dans ce travail, nous abordons deux thèmes principaux. Nous traitons, tout d'abord, la notion de processus en tant qu'objet de recherche. Cela nous amène à la situer dans le champ de l'entrepreneuriat d'un double point de vue historique et épistémologique. C'est ainsi que le processus a été le prétexte d'un changement d'orientation radical des projets de recherche à un moment de l'histoire du champ où un courant de recherche dominant montrait de plus en plus ses limites. Il a été également un objet de modélisation qui a nourri de très nombreuses approches. Le processus est devenu, enfin, l'épicentre des objets et des projets de recherche en entrepreneuriat, à tel point que les conceptions dominantes dans le champ le mettent, aujourd'hui, au cœur de leurs énoncés. Le second thème aborde le processus sous l'angle de la recherche et en essayant d'identifier des questions clés relatives à la prise en compte de certaines spécificités de ce concept dans les recherches qui le mobilisent. Pour faire de la recherche sur les processus en entrepreneuriat, il nous apparaît indispensable, tout d'abord, de bien définir l'objet d'étude et de préciser la conception du processus qui est retenue. Les aspects dynamiques doivent ensuite être pris en compte. Pour cela nous proposons deux voies, métaphorique et théorique, et leurs cadres conceptuels dérivés. Nous montrons enfin que le temps pose des problèmes à la recherche sur les processus et pour tenter de les circonscrire, nous analysons quelques variables temporelles, l'ordre, la durée, le rythme et le timing, dans le contexte de la recherche sur les processus de création d'entreprise.

♦ **EVALUATION DE L'IMPACT DES PROGRAMMES D'ENSEIGNEMENT EN ENTREPRENEURIAT :
VERS DE NOUVELLES APPROCHES**

FAYOLLE Alain
INP Grenoble - CERAG - EPI

♦ **Résumé :**

Les programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat se développent un peu partout dans le monde. Fiet (2001) et Fayolle (2000), respectivement pour les Etats-Unis et pour la France, décrivent clairement les évolutions en-cours. Ces développements entraînent l'émergence de problèmes qui se posent à différents niveaux. C'est ainsi que la question de l'évaluation des enseignements est probablement une des plus importantes tant au niveau social qu'à celui de la recherche. Fréquemment, les programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat sont mis en œuvre avec le concours actif d'acteurs de l'environnement économique et politique. Ces derniers attendent généralement des résultats concrets en termes de création d'entreprises et de génération d'emplois. Le problème est que l'évaluation dans ce domaine est une question complexe et que les indicateurs pertinents sont aujourd'hui peu nombreux. (...)

♦ **LOGIQUE D'INTERMEDIATION, APPROCHE COGNITIVE ET RESEAUX : VERS UNE TENTATIVE DE COMPREHENSION DES DIFFICULTES D'ACCOMPAGNEMENT DES CREATEURS D'ENTREPRISE**

FONROUGE Cécile
Centre Pierre Naville – Université d'Evry
SAMMUT Sylvie
ERFI - Université Montpellier 1

♦ **Résumé :**

Cette communication a pour objectif de présenter l'intermédiation entre le créateur et son environnement comme une pratique qui n'atteint pas toujours sa cible.

La portée de cette réflexion est, en effet, multiple ; il importe de comprendre l'importance de la nécessité de l'intermédiation créateurs d'entreprise – environnement local mais aussi d'en saisir les insuffisances éventuelles actuelles pour mieux appréhender les développements récents orientés vers des logiques d'actions tournées vers l'entreprise et ancrées dans une logique cognitive et réticulaire.

La démarche adoptée est d'abord normative en ce qu'elle exprime une inadéquation des politiques d'intermédiation, puis compréhensive avec l'idée de mettre au jour les « bonnes raisons » qu'ont les créateurs pour ne pas faire appel aux systèmes d'aide et d'accompagnement. Pour illustrer le propos, le témoignage d'un créateur servira de fil rouge. Son statut méthodologique est modeste : il cherche à rendre compte d'une réalité déjà rencontrée dont la validité se mesure au pouvoir d'évocation que sa lecture suscite.

L'intérêt de cette première étape de recherche est d'aborder l'accompagnement dans une dynamique de processus.

Son apport repose sur la double lecture des problèmes d'accompagnement. On peut le résumer comme suit : le recours à des conseils extérieurs, de quelque nature que ce soit, sont freinés par une appréciation de l'environnement qui se fait sous le seul prisme d'une « analyse de l'intérieur » (biais d'internalité) sans toujours pouvoir créditer l'externe comme facteur de succès (biais de complaisance) ; au stade des premiers échanges, le réseau est ressenti comme utile s'il permet une relation marchande, ces arguments expliquant pour partie le faible recours à l'intermédiation.

Les limites tiennent à la relative faiblesse de la prise en compte des problématiques liées aux situations de conseil et d'intervention du chercheur en gestion.

♦ **PETITES ENTREPRISES ET TERRITOIRE DANS LES PAYS EN TRANSITION : DE NOUVEAUX "PETITS MONDES" ?**

FOURCADE Colette
ERFI - Université Montpellier 1
MICHKEVITCH Mikhaïl
Université d'Etat d'Economie du Bélarus

♦ **Résumé :**

Cette contribution s'intéresse au processus d'émergence de dynamiques productives territorialisées dans les pays des économies en transition. Ces pays offrent un nouveau et vaste champ d'investigation dans l'analyse des synergies issues de la proximité entre firmes, en général, et plus particulièrement entre petites entreprises ; d'où l'intérêt pragmatique de la recherche.

Notre problématique s'inscrit dans le cadre de l'analyse des systèmes territorialisés de production. La littérature, notamment autour des questions de la proximité, est particulièrement dense en ce domaine, et propose nombre de formes organisationnelles (districts, milieux, clusters...). Il nous appartient donc, à travers la diversité conceptuelle, de justifier le choix que nous opérons du concept générique de Système Productif Localisé, SPL, que nous retenons selon une définition élargie : c'est l'objet du premier point de notre contribution.

Le second point confronte l'outil conceptuel à la réalité d'un terrain : l'aire de Vitebsk au Bélarus. Dans l'environnement institutionnel et économique spécifique au pays, on estime la capacité d'émergence d'un SPL, à partir des actions des acteurs locaux et des institutions du territoire.

♦ **ENGAGEMENT ENTREPRENEURIAL : LES MODALITES RELATIONNELLES ET INTERACTIONNELLES DE LA CREATION ET DU FINANCEMENT DES NOUVELLES ORGANISATIONS**

GAILLARD GIORDANI Laura

Université de Nice-Sophia Antipolis - Université "L. Bocconi" Milan

♦ **Résumé :**

Comment naissent les nouvelles organisations ? Cette étude fournit en premier lieu un cadre théorique pour définir les modalités des relations et des transactions préliminaires qui se déroulent entre les principaux acteurs de la création. A partir des cadres conceptuels mis en évidence, l'entrepreneuriat est considéré comme un processus, constitué de l'interaction d'individus (entrepreneurs et non) et de ressources, dans un environnement (d'opportunités et de menaces) et un contexte organisationnel. Ce processus produit un concept de création de valeur (et de valeurs). Il est ensuite proposé d'apporter au déroulement du processus l'éclairage du concept d' « engagement entrepreneurial ». L'accent est mis sur les conditions du déclenchement de l'acte entrepreneurial et sur le moment où les acteurs s'engagent de façon crédible puis irréversible.

Création d'entreprise, Engagement Entrepreneurial, Processus

♦ TPE ET CONTRAINTE DE L'ENVIRONNEMENT

GUEGUEN Gaël

ERFI - GREG - Université Montpellier 3

♦ Résumé :

L'analyse du rapport PME / Environnement est majoritairement teintée de déterminisme. En ce qui concerne les TPE, le déterminisme devrait être encore plus élevé car elles disposent de ressources fortement limitées. Mais en effectuant une distinction entre proactivité et anti-déterminisme, il est possible de se demander si les TPE sont uniquement conditionnées par leur environnement ou si elles disposent d'une liberté d'action réelle permettant de s'affranchir de la pression du contexte. Afin de répondre à ce questionnement, les raisons autorisant à penser que les perspectives volontaristes sont applicables aux TPE seront discutées. Ceci étant fait, le modèle de la recherche sera présenté. Une analyse des relations entretenues entre l'environnement, la stratégie et la performance des TPE sera menée à partir d'une enquête quantitative portant sur 129 TPE ayant un même type d'activités (Internet), notamment à travers une analyse des effets modérateurs de l'environnement. Les résultats montrent que le déterminisme est bien présent en TPE mais laissent aussi penser qu'un effet taille « paradoxal » existe : plus l'entreprise est petite, moins elle sera contrainte par son environnement. Les raisons de cet effet taille seront discutées en conclusion.

TPE, environnement, déterminisme, volontarisme, stratégie

♦ NOUVELLE FORME ORGANISATIONNELLE ET APPROCHE CONVENTIONNALISTE DU
PARTAGE DES CONNAISSANCES : LE RECOURS A LA NOTION DE COMMUNAUTE EPISTEMIQUE

GUEYE Charles
GESEM Université Montpellier 1

♦ Résumé :

Les communautés épistémiques regroupent des agents qui présentent des similarités fortes, aussi bien au niveau de leurs aptitudes sociales que de leurs compétences et capacités cognitives. L'innovation dans une communauté épistémique est perçue comme une exploitation du caractère collectif de la production de connaissances. Elle se manifeste par une multiplication des échanges fondées pour la plupart d'entre elles sur des liens informels. Ce couple connaissance/communauté implique que les échanges de connaissances prennent la forme de conventions de coopération. La communauté apparaît ainsi comme un mécanisme d'extension de formes coopératives. Les membres arrivent à se coordonner et coopérer de manière étroite par le biais de conventions. La création de jeux vidéo résulte de l'adoption de certaines formes conventionnelles qui favorisent un meilleur partage des connaissances. Elle est aussi sous-tendue par le contexte et le caractère de certaines formes organisationnelles comme la communauté épistémique.

♦ DYNAMIQUES D'ENCASTREMENT EN TPE DE TOURISME

GUNDOLF Katharine
ERFI - Université Montpellier 1

♦ Résumé :

L'encastrement dans des structures plus larges joue un rôle majeur pour tout type d'entreprise, dans le sens où il peut ouvrir des fenêtres d'opportunités aux unes, tout en érigeant des barrières à l'entrée, à la mobilité et à l'action des autres. Ceci est d'autant plus vrai, que l'entreprise est petite. En effet, en TPE, le niveau organisationnel et personnel se mélangent au travers du personnage de propriétaire-dirigeant. Ceci, lié aux caractéristiques propres de la toute petite entreprise, l'amènent à profiter ou à subir, plus que ses homologues de taille plus grande, les différentes dynamiques de son environnement.

En effet, des mécanismes culturels et cognitifs vont former des cadres de référence aux actions organisationnelles. De sorte que l'encastrement va alors offrir des opportunités, mais aussi contraindre l'action de l'entreprise.

En nous appuyant sur deux études entreprises dans des stations de sport d'hiver, nous cherchons à examiner ces différents types d'encastrement. Se dégagent alors différentes formes de liens, jouant le rôle de leviers indispensables à l'atteinte d'objectifs divers. En effet, la TPE va s'appuyer sur des liens personnels réciproques pour créer des partenariats basés sur la confiance, sur la transmission de l'information et sur la résolution commune de problèmes, tandis que son encastrement institutionnel lui permettra de profiter d'économies de temps et d'économies liées à l'effet taille. L'encastrement dans le tissu associatif du village est indispensable au propriétaire-dirigeant voulant déjouer les mécanismes de défense de la communauté et influencer sa politique.

♦ **EBAUCHE D'UNE SOCIOLOGIE DES LOGIQUES D'ACTION DES CREATEURS D'ENTREPRISE :
APPORTS THEORIQUES**

GUYOT Jean-Luc

IWEPS - Université Catholique de Louvain

VANDEWATTYN Jean

*Centre de sociologie du travail, de l'emploi et de la formation - Université libre de
Bruxelles*

♦ **Résumé :**

Cette communication ébauche un cadre théorique, centré sur le concept de logique d'action, capable de rendre compte de la complexité sociologique de la création d'entreprise. Ce cadre s'inspire, en les adaptant, de certaines grilles de lecture développées en sociologie des organisations. Il articule deux dimensions fondamentales. La première concerne l'acteur créateur, à la fois générateur de stratégies et produit social-historique. La seconde vise la situation d'action, c'est-à-dire le moment et l'espace (social, organisationnel, matériel...) particuliers dans lequel s'inscrit l'action stratégique.

Il s'agit donc d'amorcer une réflexion en vue d'appliquer le concept de logique d'action à l'analyse du créateur d'entreprise d'un point de vue sociologique et de tenter de fournir un premier éclairage sur les rapports complexes entre les caractéristiques sociologiques du créateur (notamment, en termes de profil socio-démographique, d'une part, et de situation par rapport à la sphère du travail, d'autre part), le positionnement stratégique vis-à-vis de la création d'entreprise (finalité et modalité de la création et attentes par rapport à celle-ci) et le déroulement et l'issue de celle-ci.

♦ **APPROCHE DUALE DU MANAGEMENT STRATEGIQUE & PERFORMANCE**

HEBBAR Karim
LARIME - IAE de Valenciennes

♦ **Résumé :**

Cet article est consacré à l'étude des effets du processus de mobilisation stratégique des ressources humaines sur des indicateurs de performance. L'analyse est effectuée suivant une approche structurelle dans un cadre entrepreneurial technologique émergent. Les analyses factorielles démontrent l'existence du concept de mobilisation stratégique et la pertinence d'une dichotomie théorique suivant deux modes (actifs humains et identitaire). Les indicateurs statistiques du modèle structurel soulignent la fiabilité de toutes les échelles de mesure. L'excellence des indices de cohérence traduit statistiquement la pertinence et la validité de la grille de lecture du processus en question et ainsi de sa conceptualisation. En outre, le modèle met en évidence des relations positives sur la performance du processus de mobilisation stratégique notamment dans sa composante « actifs humains ».

♦ **USAGE INNOVANT DU SITE WEB POUR LA PROVOCATION D'INFORMATIONS D'ORIGINE
TERRAIN POUR LA VEILLE ANTICIPATIVE STRATEGIQUE - INTELLIGENCE COLLECTIVE
EN PME-PMI PROACTIVE**

JANISSEK-MUNIZ Raquel

CERAG UMR 5820 CNRS - Université Pierre Mendès France

LESCA Humbert

CERAG UMR 5820 CNRS - Université Pierre Mendès France

♦ **Résumé :**

Cette communication vise à apporter quelques réponses à la question suivante : quel usage nouveau pourrait-on faire des technologies Web pour la Veille Anticipative Stratégique - Intelligence Collective, avec le souci d'ajouter un savoir-faire supplémentaire à la méthode L.E.SCAanning, notamment pour la traque d'informations à caractère anticipatif. Nous présentons un usage innovant du site Web de la PME-PMI : utiliser le site Web pour provoquer des informations de terrain. Il s'agit d'attirer vers nous des informations émergent du terrain et résultant d'interactions que nous suscitons par un procédé approprié. Au travers d'une étude empirique résultant de Recherche Intervention en PME-PMI, nous présentons un cas et nous formulons quelques enseignements pratiques et théoriques.

Veille Anticipative Stratégique - Intelligence Collective, site Web, Usage innovant, Provocation d'Information « terrain », PME-PMI proactive

♦ **LA CONCEPTUALISATION DE LA CROISSANCE : L'EMPLOI ET LE CHIFFRE D'AFFAIRES SONT-ILS DES CRITERES INTERCHANGEABLES ?**

JANSSEN Frank
Université Catholique de Louvain

♦ **Résumé :**

La croissance a été mesurée sur base d'un nombre impressionnant de variables différentes. L'emploi et le chiffre d'affaires sont les deux critères les plus largement utilisés dans le cadre de la littérature sur les déterminants de la croissance. Fréquemment, les auteurs ne justifient pas théoriquement l'utilisation de l'un ou de l'autre critère et semblent les utiliser indifféremment, comme s'ils constituaient des représentations interchangeables d'une même réalité, à savoir la taille de l'entreprise. Sur base d'un échantillon de P.M.E. belges, nous avons testé l'interchangeabilité de ces critères. Nos résultats montrent que ces deux types de croissance sont déterminés par des facteurs largement distincts. La croissance organisationnelle constitue donc un phénomène multiforme qui ne peut être réduit à une dimension unique.

♦ **LES ALLIANCES STRATEGIQUES ENTRE TPE : ECLAIRAGES**

JAOUEN Annabelle
ERFI - Université Montpellier 1

♦ **Résumé :**

Si les entreprises de moins de dix salariés constituent plus de 90% des firmes françaises, leurs comportements et leurs stratégies ont pourtant été souvent intégrées dans les recherches portant plus généralement sur les PME. Issue d'une volonté de dissocier ces deux objets, notre recherche, exploratoire, vise à mettre en lumière un certain nombre de spécificités quant aux comportements et aux stratégies adoptées par les TPE, notamment dans le champ des alliances stratégiques.

En effet, en étudiant cinq cas d'alliances, nous avons pu constater certaines régularités, notamment dans les motifs, l'organisation et les modes de coordination privilégiés par les firmes. Ainsi, après avoir proposé une définition de l'alliance stratégique, et des critères permettant de la différencier du simple accord de coopération, nous montrons dans une première partie qu'un problème de saturation de ressources est dans chaque cas un motif de recours à l'alliance, qui consiste alors à la dépasser. Puis, nous établissons une régularité quant à l'organisation et au fonctionnement proprement dit de l'alliance. Il apparaît en effet que les entreprises étudiées privilégient des stratégies de complémentarité / spécialisation. Enfin, une troisième régularité est présentée, concernant le mode de coordination privilégié par les partenaires. Il apparaît ici que la coordination est informelle et basée sur la confiance, et que dans certains cas le contrat est même refusé, car il risquerait de briser la confiance mutuelle et ainsi déstabiliser la relation.

Très petites entreprises, alliances stratégiques, spécificités

♦ **L'INTERNATIONALISATION DES PME : VERS UNE APPROCHE INTEGRATIVE**

KHAYAT Imane

LAREQUOI - Université Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines

♦ **Résumé :**

Cette communication explore l'internationalisation, sous un angle intégrant l'approche behavioriste, l'approche par les ressources et l'approche réseau en vue d'analyser le processus d'internationalisation des petites et moyennes entreprises. Elle a pour objectif d'apporter une contribution conceptuelle permettant d'enrichir l'analyse de l'internationalisation et de la nuancer en fonction des différents contextes des PME. A cette fin, dans un premier temps, nous exposerons les approches traditionnelles de l'internationalisation, puis établirons trois scénarios relatant différents comportements d'internationalisation des PME.

PME, approche behavioriste, approche réseau, approche par les ressources

♦ **PORTEES ET LIMITES DES TYPOLOGIES ENTREPRENEURIALES CLASSIQUES APPLIQUEES A L'AGRICULTURE. LE CAS DES DIVERSIFICATIONS DES PETITES ENTREPRISES D'ORIGINE AGRICOLE**

LAGARDE Vincent

CREOP - Faculté de Droit et Sciences Economiques de Limoges

♦ **Résumé :**

Les sciences de gestion peuvent apporter un éclairage sur les mouvements de diversifications en agriculture ; notamment quant à expliquer comment l'agriculteur opère ses choix parmi la multitude des stratégies possibles.

La littérature distingue généralement deux grands profils types de dirigeants. Selon qu'il est entreprenant ou suiveur, le responsable adoptera des comportements plus ou moins audacieux face à la diversification et privilégiera certaines formes plutôt que d'autres. Le proactif mettra en œuvre des activités novatrices, plus complexes, affranchies des us et conventions. Alors que le réactif préférera des diversifications de proximité, conformes aux pratiques locales.

La validation de ces propositions sur une quinzaine d'études de cas précédemment investigués en 1991, a soulevé plusieurs contradictions. Outre que la définition de la diversification dans le secteur n'est pas la même que celle qu'utilise le gestionnaire, l'opposition classique entre buts de croissance et de pérennité n'est pas vérifiée. Au contraire, des entrepreneurs peuvent justifier leurs stratégies de rupture par des objectifs familiaux, et la croissance est souvent le fait de suiveurs.

L'existence d'un modèle sectoriel conditionnant les institutions et mentalités ne parvient à expliquer que partiellement ces limites des théories de gestion en terrain agricole.

♦ **LA RESPONSABILITE SOCIALE D'ENTREPRISE DANS LA PME ; OPTION MARGINALE OU ENJEU VITAL ?**

LAPOINTE Alain
Université du Québec à Montréal
GENDRON Corinne
Université du Québec à Montréal

♦ **Résumé :**

Encore marginale en Amérique du Nord il y a quelques décennies, la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) est aujourd'hui omniprésente, tant dans les discours du milieu des affaires que dans ceux des couloirs académiques. Les firmes se munissent de chartes éthiques, de codes de conduite, de programmes volontaires de responsabilité sociale ou de citoyenneté corporative. Cet engouement envers la RSE est à la fois reflété et partagé dans les revues savantes où l'on va jusqu'à prétendre que « La responsabilité sociale d'entreprise est devenue la sagesse conventionnelle des milieux d'affaires » (Stark, 1993).

Nous devons requestionner aussi bien les motifs que le contenu de ce pseudo nouveau dogme d'affaires, mais la préoccupation principale de la présente réflexion ne porte pas tant sur la nature de la responsabilité sociale d'entreprise que sur la troublante discrétion, pour ne pas dire quasi absence, de la PME autant dans le discours que dans la pratique de la RSE. C'est un peu comme si la RSE était réservée au monde de la grande entreprise; comme si la PME n'était pas concernée et pouvait se tenir à l'écart des débats et des pressions autour de la responsabilité sociale des entreprises. Pourtant, la vague de la RSE qui emporte les grandes entreprises et particulièrement les entreprises mondialisées, a déjà commencé à déferler le long de leur chaîne de valeur et se répercutera inévitablement sur leurs fournisseurs et sous-traitants. Les PME intégrées à ces chaînes de valeur devront alors non seulement être en mesure d'intégrer les principes de la RSE, mais également d'en rendre compte de façon crédible, au risque d'être écartées au profit de partenaires moins susceptibles de mettre à risque la réputation des grandes entreprises.

Nous nous proposons donc ici de mettre à jour les principaux freins et contraintes à l'engagement des PME dans le courant de la responsabilité sociale et de faire valoir a contrario les bénéfices qu'elles seraient susceptibles d'en retirer. Pour ce faire, il nous faudra d'abord clarifier la nature passablement ambiguë du concept même de RSE et en constater non seulement les problèmes de définition, mais aussi les sévères difficultés de mise en œuvre. Alors seulement serons-nous en mesure d'apprécier les défis que pose la généralisation des principes et des pratiques de RSE dans l'univers des PME.

♦ **L'IMPACT DES CONTEXTES TERRITORIAUX SUR L'ACTIVITE ENTREPRENEURIALE EN FRANCE (1993-2001)**

LASCH Frank
CEROM - ERFI

♦ **Résumé :**

Dans un contexte économique où les grandes entreprises réduisent leur effectif, l'heure est propice pour les petites entreprises car elles sont devenues la source principale de création de nouveaux emplois. Malgré la conjoncture défavorable, les chiffres de l'INSEE pour 2003 confirment que le nombre de créations nouvelles est en forte hausse. Majoritairement des micro-entreprises, celles-ci sont, en conséquence, fragiles et davantage sensibles aux influences de l'environnement local. Or, les recherches en entrepreneuriat ont rarement eu pour objectif d'expliquer ce type de déterminant. Des analyses empiriques avec un échantillon significatif font quasiment défaut.

La question se pose alors dans quel environnement socio-économique prospèrent les jeunes entreprises et quel contexte territorial s'avère plutôt défavorable pour le développement d'activités entrepreneuriales ? Se concentrant sur cette problématique, cette recherche empirique inclut toutes les entreprises créées entre 1993 et 2001 (champ de l'industrie, du commerce et des services, ICS) et met en évidence un déterminant particulier de la création d'entreprises, jusqu'alors peu étudié par la recherche française : les contextes territoriaux.

L'apport principal porte sur la visibilité, la compréhension et la perception des contextes territoriaux et de leur impact sur le développement des activités entrepreneuriales. Les fortes disparités mesurées entre les 348 zones d'emplois révèlent clairement le lien direct entre les contextes territoriaux et l'intensité de création. Les déterminants majeurs sont le taux de chômage, la croissance démographique et un marché d'emploi hautement qualifié. Les résultats indiquent aussi que la France s'inscrit de plus en plus dans la dynamique d'une économie fondée sur le savoir, les externalités de savoirs ayant même une incidence fortement supérieure aux externalités d'agglomération.

Des pistes de recherche futures sont envisagées à l'issue de ce premier travail.

Création d'entreprise, Entrepreneuriat, PME/TPE, Environnement socio-économique

♦ **L'INFORMATION DIFFÉRENTIELLE : UNE SOLUTION A LA SURABONDANCE DES NORMES COMPTABLES POUR LES PME ?**

LAVIGNE Benoît

Département des sciences comptables, Université du Québec à Trois-Rivières

GOSSELIN Jocelyne

Département des sciences comptables, Université du Québec à Trois-Rivières

♦ **Résumé :**

La présente étude empirique questionne l'efficacité du principe de l'information différentielle adoptée au Canada. Une analyse de contenu des états financiers d'un échantillon aléatoire de 270 PME québécoises, permet notamment de constater la fréquence d'utilisation de ce principe, à la lumière de certaines caractéristiques des entreprises.

Comptabilité, états financiers, normes, PME, harmonisation

♦ **SPECIFICITES, PORTEE ET LIMITES DES STRATEGIES DE RUPTURE POUR LES P.M.E. : UNE ETUDE DE CAS**

LE ROY Frédéric
ERFI - CEROM - Université Montpellier 1
YAMI Saïd
ERFI - Université Montpellier 1

♦ **Résumé :**

Cette recherche pose la question des spécificités, de la portée et des limites des stratégies de rupture dans les PME. La méthode consiste à étudier de façon approfondie le cas d'une PME qui a réussi une stratégie de rupture. Deux enseignements sont tirés du cas. Le premier est que la PME est un type d'organisation particulièrement favorable pour le démarrage d'une stratégie de rupture. Le deuxième enseignement est que les spécificités des PME rendent difficiles la répétition d'une stratégie de rupture. La réussite initiale entraîne à la fois une croissance de l'entreprise et une imitation par de nouveaux concurrents. Ces nouveaux concurrents exercent une pression concurrentielle forte sur une entreprise qui se désorganise et qui perd en créativité du fait de sa croissance.

♦ **L'INFLUENCE DES CHANGEMENTS REGLEMENTAIRES SUR L'ORGANISATION ET SUR LES PRATIQUES DE GESTION DES COMPAGNIES SUBVENTIONNEES DE SPECTACLE VIVANT**

LEPERS-VERWAERDE Pascale
CLAREE - IAE de Lille

♦ **Résumé :**

Les compagnies subventionnées de spectacle vivant possèdent des caractéristiques généralement attribuées aux TPO (Toutes Petites Organisations), en termes de flexibilité, de centralisation des décisions et de vulnérabilité. Toutefois, par rapport à bon nombre de TPE (Très Petites Entreprises), leur particularité réside dans le fait que ces organisations se situent dans un contexte plus fortement institutionnalisé. Or, celui-ci est en cours de transformation et offre l'opportunité d'observer et d'analyser les modifications de leur comportement, de s'interroger sur leurs capacités de réactivité et de résistance, dans un environnement coercitif, lui-même en mutation.

♦ **PROPOSITIONS POUR UNE DEFINITION OPERATOIRE DE LA PME : UNE ANALYSE EN TERMES DE COHERENCE ENTRE L'ORGANISATION INTERNE ET LE MARCHE**

LEVRATTO Nadine

IDHE - UMR 8533 CNRS École Normale Supérieure de Cachan

♦ **Résumé :**

Objet de nombreuses mesures de politique économique, la firme de petite dimension ne trouve qu'une place restreinte dans la recherche en science économique. La plupart des travaux se limitent à retenir les définitions fournies par les organismes de statistiques qui s'appuient sur des seuils quantitatifs pour distinguer la grande entreprise de la PME. Ce texte cherche à poser les fondements d'une théorie de la PME en se plaçant prioritairement dans les catégories de l'économie même si certains emprunts sont effectués à d'autres disciplines au premier rang desquelles figure la gestion. Cette posture a pour but de donner à l'entreprise de petite dimension le statut d'objet d'analyse à part entière sans perdre de vue la visée opératoire qui accompagne presque obligatoirement l'analyse des petites structures productives. Sur la base de cette unicité de la définition, nous proposerons une distinction entre l'entreprise de grande et de petite dimension, sachant que notre objectif ultime ne réside pas dans la définition d'un nouveau seuillage mais dans l'identification de lignes de séparation structurelles, marchandes et organisationnelles entre les différentes composantes du monde de la production.

Définition de la PME, typologie des organisations

♦ **L'ACCULTURATION ENTREPRENEURIALE DE L'ENTREPRENEURIAT AFRICAIN EN FRANCE**

LEVY-TADJINE Thierry

ERMES – Université de Toulon et du Var et A.L.E.X.I.S. – Boutiques de Gestion de Lorraine

NKAKLEU Raphaël

BETA – Université Louis Pasteur de Strasbourg

LANOUX Blandine

CESAG – Université Robert Schuman de Strasbourg

♦ **Résumé :**

L'objet de cette contribution est d'esquisser un programme de recherche sur lequel sont engagés les auteurs. Il concerne les entrepreneurs migrants en France et plus spécifiquement dans ce travail, les publics originaires d'Afrique. L'axe d'étude discuté interpelle la spécificité de l'entrepreneuriat des migrants. Dans quelle mesure ce dernier se distingue-t-il de l'entrepreneuriat au pays et de l'entrepreneuriat autochtone ? Ces questions posent instantanément la question de l'acculturation de l'entrepreneur migrant. Comment arbitre-t-il entre deux modèles culturels qui supportent des formes d'entrepreneuriat différentes ?

La présente contribution, à vocation exploratoire, s'appuyant sur quelques études de cas et sur de l'ethno-observation réalisée au sein d'une structure d'accompagnement dont est membre l'un des auteurs, confronte la littérature et le terrain et énonce une liste de premières propositions répondant à ces questions.

Entrepreneuriat immigré; Entrepreneuriat africain; Entrepreneuriat ethnique; Accompagnement; Acculturation

♦ **PROCESSUS DE TRANSFORMATION D'UN RESEAU PAR HYPOGROUPEMENT**

LEYRONAS Christophe
CEGS – Sup de Co toulouse - ERFI

♦ **Résumé :**

Cette communication analyse un processus d'évolution d'un réseau de petites entreprises à la suite d'un regroupement d'entreprises dans le cadre d'un hypogroupe. Notre recherche s'inscrit dans une réflexion sur les évolutions-transformations des réseaux de PE et TPE. La relation hypogroupe-réseau porte en elle un certain nombre d'évolutions importantes. La stratégie développée dans le cadre de l'hypogroupe a profondément modifié à la fois les liens dyadiques dans le réseau, sa structure informelle et son fonctionnement. La stratégie de recomposition du réseau par hypogroupement présente le double avantage, dans le cas analysé, de permettre à la fois une modification des rapports dans le réseau par ajout d'une entreprise extérieure au réseau et de modifier l'équilibre par une croissance interne au réseau. On introduit dans le modèle d'analyse, outre une concurrence hors réseau voire inter-réseaux, une concurrence intra-réseau au niveau individuel et au niveau des sous-ensembles constitués. De façon plus générale, l'analyse de évolution d'un réseau après hypogroupement pose la question de la stabilité du type réseau hétérarchique, en l'absence d'effet territoire comme dans les districts ou de socio-culture forte, et face à des visions/ intentions stratégiques et des opportunités qui diffèrent selon les acteurs du réseau.

Réseau, hypogroupe, processus d'évolution, stratégie des acteurs

♦ **LA NAISSANCE DES DISPOSITIONS A LA TRANSMISSION INTRAFAMILIALE DES ENTREPRISE FAMILIALES UNE ETUDE DE CAS AUPRES DE QUATRE PME WALLONNES. PREMIERES REFLEXIONS**

LOBET Delphine

Centre de Sociologie des Organisations - Université Libre de Bruxelles

♦ **Résumé :**

Avant de chercher à comprendre comment une famille possédant et gérant une entreprise travaille à en assurer la continuité familiale, il faut d'abord s'inquiéter de savoir si une telle volonté de continuité existe. Plus en amont encore, on peut se demander comment se forme la réponse à la question qui se pose consciemment ou pas: "Faut-il, transmettre cette entreprise?".

Pourquoi le patrimoine que représente l'entreprise, qu'il soit créé ou hérité, dans lequel on a investi son temps et son énergie ne fait-il pas systématiquement l'objet d'un travail de transmission? Cette communication est une réflexion sur la naissance des dispositions à la transmission.

♦ L'HYPOFIRME, FONDEMENT DE L'HYPERMODERNITE ?

MARCHESNAY Michel
ERFI - Université Montpellier 1

♦ Résumé :

La Société de consommation , postmoderne, et la grande entreprise capitaliste managériale, l'hyperfirme, ont vu leur légitimité contestée. Elles sont en voie d'être dépassées par de nouvelles valeurs sociales –l'hypermodernité- et de nouvelles structures productives, comme en témoigne le développement de certaines formes de micro entreprises, théorisées comme hypofirmes.

Celles-ci apparaissent mieux adaptées à un individualisme plus exigeant. Elles confirment l'intérêt pratique de l'Approche des Ressources et des Compétences, lorsque celle-ci est appliquée à des micro organisations . Elle révèle en particulier le rôle de l'entrepreneur dans sa capacité à trouver les ressources, à les combiner , pour en tirer des compétences singulières.

Hypofirme, hypermodernité, ressources, compétences, singularité

♦ L'ESSOR DES PME ALGERIENNES PAR LA THEORIE DES RESSOURCES

MELBOUCI Leïla

*Faculté des Sciences Economiques et de Gestion - Université Mouloud Mammeri de
Tizi-ouzou*

♦ Résumé :

Les PME algériennes se sont développées dans des conditions difficiles qui ne leur ont pas permis de participer réellement à l'effort de développement national des années soixante-dix. Elles ont été marginalisées durant trois décennies au profit de la grande dimension publique. Par ailleurs, la nouvelle économie issue des changements multiples contraint l'Algérie à s'adapter et à s'intégrer, mais cette fois-ci par l'entremise des PME. La théorie des ressources vient confirmer le bon choix de la nouvelle politique économique basée, d'un côté, sur la souplesse de l'organisation, et de l'autre, sur la mise en place des mesures encourageant l'introduction et l'exploitation des ressources sous utilisées dans tous les domaines d'activité. Cette communication cherche à montrer que les PME algériennes formeront, grâce aux ressources cumulées durant la période de l'économie centralisée, les meilleures partenaires par l'exploitation de ces mêmes ressources, dans un environnement qui tend vers le libéralisme, donc vers une concurrence de plus en plus intense.

♦ **LES VOIES DE LA COOPERATION ENTRE PME ET GRANDE DISTRIBUTION**

MESSEGHEM Karim

CUREGE - Université de Franche-Comté

♦ **Résumé :**

Cette contribution s'intéresse aux relations entre PME et grande distribution. Si une logique d'affrontement semble dominer, des voies de coopération sont envisageables. Les marques de distributeur peuvent constituer le théâtre de cette coopération. Les distributeurs peuvent s'appuyer sur le savoir-faire des PME pour concevoir et réaliser leurs produits. Au-delà de la recherche d'efficience, les distributeurs cherchent à accroître leur légitimité. La théorie néo-institutionnelle fournit un cadre d'analyse permettant de comprendre ce phénomène.

PME, Grande distribution, coopération, opportunisme, isomorphisme, marque de distributeur

♦ PETITES ENTREPRISES ET FORMATION CONTINUE : QUELLE INTERMEDIATION ?

MICHUN Stéphane

UMR 5045 « Mutations des Territoires en Europe » - Céreq - Université Montpellier 3

♦ Résumé :

Un système de mutualisation financière censé généraliser l'accès à la formation continue tout en réduisant les inégalités a été instauré dès 1971 pour les entreprises de plus de 10 salariés, puis a été étendu à l'ensemble des entreprises en 1991. Désormais, les OPCA, Organismes Paritaires Collecteurs Agréés, évoluent dans un contexte marqué par une augmentation de la demande de financement des entreprises. De plus en plus d'entreprises cotisantes s'ouvrent au monde de la formation ou, pour les plus avancées, raisonnent en termes d'investissement formation. Pour autant, les petites entreprises, en particulier celles de moins de 10 salariés, demeurent encore relativement peu demandeuses de formation professionnelle continue. Il faut par conséquent observer, au-delà du cadrage statistique d'ensemble, les pratiques de ces dernières et les interpréter en fonction des principaux modes de fonctionnement en vigueur dans ce milieu. Cette communication pointe la diversité des petites entreprises et plaide pour une intermédiation sur le « marché » de la formation accordant la priorité aux petites entreprises traditionnelles, tout en reconnaissant la spécificité de leurs modes de perfectionnement.

♦ **CIGALINE, ENTRE AFFECTIVITE, EFFECTIVITE ET EFFICACITE - BILAN DES CINQ ANNEES DE VIE DE L'UNIQUE CLUB D'INVESTISSEMENT POUR LA GESTION ALTERNATIVE DE L'EPARGNE SOLIDAIRE, AU FEMININ.**

MIONE Anne
ERFI - Université Montpellier 1

♦ **Résumé :**

La communication présente un bilan de la vie de Cigaline. Cigaline est l'une des cigales (Club d'Investissement pour la Gestion Alternative de l'Epargne Locale Solidaire), une cigale au féminin : composée de femmes et soutenant prioritairement les projets féminins.

Les cinq années de durée de vie de la cigale n'ont finalement permis de ne financer qu'un seul projet. Ce résultat conduit à interroger le mode de fonctionnement et l'approche de la performance des réseaux de financement et d'accompagnement dans le domaine de l'entrepreneuriat au féminin. Les modèles d'analyse des réseaux sociaux et le modèle d'attente-valeur de la satisfaction appliqués dans une méthodologie qualitative de recherche-action mettent en lumière une approche singulière de la performance entre affectivité, effectivité et efficacité.

♦ **LE LIEN ENTRE LA PERCEPTION DES INFORMATIONS RELATIVES AUX MARCHES ETRANGERS ET LA PERFORMANCE INTERNATIONALE DES TPE**

MOGOS DESCOTES Raluca

Université Nancy 2 - IAE

WALLISER Björn

Université Nancy 2 - IAE

KACHA Mathieu

Université Nancy 2 - IAE

♦ **Résumé :**

La globalisation des marchés oblige les entreprises à augmenter leur capacité de gestion de l'information et leurs connaissances concernant les marchés étrangers. Cet article (1) explore la perception qu'ont les TPE du Grand Est de la France quant à l'importance de différents types et sources d'information sur les marchés étrangers, (2) analyse le lien entre cette perception et la performance internationale et (3) étudie le rôle médiateur des ressources « information-nelles » déjà détenues par les TPE sur la performance internationale.

D'une manière générale, les contacts personnels et les visites chez les clients sont perçus comme les sources d'information les plus importantes concernant les marchés étrangers. Mais seules les visites chez les clients sont positivement corrélées avec la performance inter-nationale. Les ventes à l'étranger - utilisées dans cette étude comme une des mesures de la performance internationale - sont influencées positivement par le nombre relatif des employés travaillant dans le département export et par leur expérience internationale cumulée. Les TPE qui disposent de bases internes solides en termes de ressources humaines semblent mieux surmonter les difficultés de l'internationalisation. Le besoin d'employer des techniques d'études de marché « formelles » semble en quelque sorte comblé par une solide expérience internationale.

D'un point de vue managérial, ce travail permet une meilleure connaissance du profil des TPE internationales du Grand Est de la France et dresse un premier bilan de la façon dont elles compilent l'information sur les marchés étrangers. D'un point de vue théorique, cette recherche a permis de valider et parfois de purifier, dans un contexte français, un certain nombre d'échelles conçues et utilisées auparavant dans d'autres pays.

TPE, performance internationale, acquisition de l'information, sources/ types d'information, expérience internationale.

♦ **AFFAIRES ELECTRONIQUES POUR LE DEVELOPPEMENT DES PME : INITIATIVES PROMETTEUSES EN CONTEXTE DE DEVELOPPEMENT LOCAL ET REGIONAL**

MOREAU Eliane

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

RAYMOND Louis

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

DELISLE Sylvain

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

VERMOT-DESROCHES Bernard

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

♦ **Résumé :**

Dans un contexte d'économie mondiale, les technologies de l'information (TI) et les affaires électroniques (AÉ) sont potentiellement de puissants catalyseurs de développement des PME, ainsi que des communautés locales et régionales. Plusieurs initiatives concernant les TI et les AÉ ont été entreprises de par le monde, incluant des collectivités numérisées à base de « portails » locaux ou régionaux ou encore de places de marchés électroniques. Partant d'un modèle en quatre étapes caractérisant les initiatives de développement local et régional (DLR) par les AÉ, une enquête et deux groupes de discussion ont permis de caractériser les besoins de PME manufacturières et technologiques d'une région canadienne, soit la Mauricie au Québec. Sur cette base, des initiatives prometteuses pour le développement des PME dans un contexte de DLR sont identifiées, incluant l'intégration d'outils et de pratiques d'affaires avancées au sein d'un portail d'appropriation régionale des AÉ, dont un prototype est présenté en guise de conclusion.

♦ **PROPOSITION D'UNE TYPOLOGIE DES MODES DE DEVELOPPEMENT DES JEUNES ENTREPRISES TECHNOLOGIQUES INNOVANTES A FORT POTENTIEL DE CROISSANCE**

MOREAU Franck
CERAM Sophia Antipolis

♦ **Résumé :**

Comment se développent les jeunes entreprises technologiques innovantes à fort potentiel de croissance? Des perspectives de recherche identifiées dans des travaux préalables nous ont incité à envisager la possibilité de transposer les travaux relatifs à l'ingénierie concourante et au développement simultané, issus du contexte industriel de conception et de lancement de nouveau produit: quelles sont les similitudes ou différences entre ces contextes? Peut-on envisager d'adapter les modes de management de la gestion de projet au contexte de la création et du développement d'entreprises innovantes? Afin de commencer à répondre à ces questions, nous cherchons, par une étude de 20 entreprises, à proposer une nouvelle typologie des modes de développement des jeunes entreprises technologiques innovantes en utilisant les critères de temporalité et d'intégration et à émettre des propositions quant aux variables caractéristiques contextuelles (ex: intensité concurrentielle) et internes (ex: degré d'ambition) qui pourraient être associées à ces types de modes de développement afin de les caractériser.

♦ **OBSTACLES AU DEMARRAGE ET PROXIMITES DES JEUNES ENTREPRENEURS EN BELGIQUE**

MUAMBA MULUMBA Placide

Université d'Anvers

POTAKY Aurelia

Centre d'Études et de Formation sur la PME

♦ **Résumé :**

L'étude répertorie les facteurs de blocage au démarrage rencontrés par les entrepreneurs débutants. Elle cherche ensuite à montrer que malgré le faible apport des institutions classiques, certains jeunes entrepreneurs recourent de manière efficace aux réseaux informels pour soutenir et appuyer le développement de leur petite entreprise. Cette stratégie leur permet non seulement de se maintenir dans les affaires mais aussi d'atténuer divers obstacles initiaux.

♦ **LE MARKETING EST-IL SOLUBLE DANS LA TRES PETITE ENTREPRISE ?**

PACITTO Jean-Claude
IRG - Université de Paris 12
JULIEN Pierre-André
Université du Québec à Trois-Rivières

♦ **Résumé :**

Les toutes petites entreprises (TPE) ne manifestent vis-à-vis du marketing qu'un intérêt très mitigé. Cette réticence ne doit pourtant pas être interprétée comme une résistance au changement ou la simple persistance d'un référent trop traditionnel en matière de gestion.

Si cette persistance n'est pas à négliger quand on examine la relation entre les TPE et le marketing, il n'en reste pas moins que d'autres dimensions apparaissent comme plus explicatives des comportements constatés, notamment la relation particulière qu'entretiennent les TPE avec leurs clients et leur environnement. Cette relation se structure autour de la notion de proximité, proximité tant géographique relationnelle que culturelle. Cette proximité aboutit à une relativisation d'un objectif important du marketing, soit la conquête de nouvelles clientèles.

♦ A LA RECHERCHE DE L'ENTREPRISE ARTISANALE

PACITTO Jean-Claude
IRG - Université de Paris 12
RICHOMME-HUET Katia
GREFIGE Nancy 2 - ENSIC

♦ Résumé :

L'article propose d'apporter un éclairage à la fois théorique et empirique sur l'entreprise artisanale, et de s'interroger sur son appartenance au monde des TPE. Dans une première section, nous proposerons une analyse de la définition statutaire de l'entreprise artisanale, fortement imprégnée d'une volonté législative de casser le modèle corporatiste préexistant, et qui impose en conséquence un ensemble de critères d'appartenance au secteur des métiers : activité, dimension et indépendance. Pour autant, cette volonté des pouvoirs publics de redéfinir d'une certaine manière le secteur artisanal n'est pas sans poser problème : la délimitation ainsi opérée permet-elle de cerner et caractériser l'objet ainsi étudié ?

C'est à cette question que nous essaierons aussi de répondre dans notre seconde partie en essayant, à travers un examen des données empiriques disponibles, de cerner cette réalité du fait artisanal en tentant de répondre à la question : existe-t-il un idéal-type d'entreprise artisanale ou existent-ils des entreprises artisanales ?

TPE, Entreprise artisanale, Dimension, Indépendance et Activité

♦ **LE ROLE DES COMPETENCES DE L'EQUIPE DIRIGEANTE AU SEIN DU PROCESSUS D'INTERNATIONALISATION : ETUDE D'UNE MOYENNE ENTREPRISE FRANÇAISE**

PANTIN François
CIME - IAE de Caen

♦ **Résumé :**

Au-delà du seul constat du rôle crucial joué par l'équipe dirigeante au sein du processus d'internationalisation, cette communication a pour objectif de comprendre comment les compétences de cette équipe influencent le processus d'expansion géographique de l'entreprise. Notre réflexion théorique, mobilisant l'approche basée sur les ressources et les compétences dans une perspective d'enrichissement des travaux traitant du processus d'internationalisation, est approfondie par l'étude de cas d'une moyenne entreprise française prenant appui sur une série d'entretiens in situ menés auprès de l'ensemble de l'équipe dirigeante sur une période de dix-sept mois ainsi que sur un ensemble de données secondaires. L'analyse longitudinale de ce cas confirme que le processus d'internationalisation est largement dépendant des compétences stratégiques, mais également opérationnelles, de l'équipe dirigeante en place, qui vont le structurer.

Compétences, Processus d'internationalisation, Equipe dirigeante, Moyenne entreprise

♦ POUR UNE MEILLEURE COMPREHENSION DES APPROCHES DE VENTE DES PME INDUSTRIELLES

PERREAULT Jocelyn
Université du Québec à Trois-Rivières
EZZERARI Abdellatif
Université du Québec à Trois-Rivières

♦ **Résumé :**

La mondialisation de l'économie et la férocité de la concurrence ont créé, au cours des dernières années, de fortes pressions poussant les fournisseurs à convoiter des marchés qui se segmentent de plus en plus. En effet, et pour faire face aux défis des changements technologiques, qui deviennent de plus en plus complexes, les P.M.E. sous-traitantes se trouvent désormais contraintes à partager leurs expertises et leurs ressources. Ainsi, sont-elles obligées de développer des compétences administratives et techniques qui favorisent des relations fiables et durables avec leurs partenaires. D'où l'intérêt d'établir un cadre théorique et pratique leur permettant de comprendre et d'améliorer leurs approches de vente afin d'être retenues comme fournisseurs privilégiés.

Suite à une recension de littérature, les trois courants de recherche suivants ont été identifiés comme interreliés dans cette problématique : la sous-traitance, les approches de vente et la négociation dans un contexte industriel. La méthodologie employée pour effectuer cette recherche est l'étude de cas multiples.

Les résultats de cette étude exploratoire montrent que le processus de l'élaboration de l'offre industrielle est un processus simple qui peut s'établir sur quatre principaux stades ayant le plus d'impact sur la performance du système de vente de l'entreprise. Il s'agit notamment de l'analyse des exigences spécifiques du client, la négociation pour la conclusion de l'offre industrielle et le diagnostic des approches de vente, après la conclusion de l'offre industrielle.

♦ **DU ROLE DES CONNAISSANCES DANS LES PROCESSUS D'INNOVATION DES PME POLONAISES**

PEYROUX Catherine

GREG - ERFI - Université Montpellier III

♦ **Résumé :**

Suite au changement de régime, la Pologne a connu un développement important de PME, fruit d'une intense dynamique entrepreneuriale. Mais, avec l'ouverture à la concurrence, ces petites et moyennes structures sont confrontées à des difficultés qui rendent bien souvent nécessaire l'innovation entendue plus dans le sens de la modernisation des produits et des procédés et des pratiques organisationnelles que d'innovation radicale.

Cette innovation reste difficile à mettre en œuvre. Afin de mieux comprendre les freins existants, cette communication propose d'analyser les processus de gestion de l'innovation dans les PME de la région de Lodz. Pour dépasser les explications en termes stratégiques et managériaux (vision court-termiste et opportuniste, problèmes de gestion négligés ou sous-estimés) nous avons privilégié une approche par la connaissance. Les résultats issus du terrain (études de cas et enquête auprès d'entreprises retenues pour leur caractère novateur) ont été rapprochés de la littérature existante. Il ressort des analyses que les processus d'innovation restent centrés sur des connaissances essentiellement technologiques, mobilisées par des entrepreneurs innovateurs très souvent opportunistes. Les processus restent autonomes et relativement fermés à la coopération, exploitant peu les réseaux relationnels pour mobiliser des informations externes. Une mobilisation plus transversale et plus collective des connaissances pour innover est à développer.

♦ CREATION D'ENTREPRISE ET PROTECTION JURIDIQUE DE L'ENTREPRENEUR :
PROPOSITION D'UNE GRILLE DE CHOIX STATUTAIRES

PHILIPPART Pascal
GREMCO - CLAREE - IAE de Lille

♦ Résumé :

La petite entreprise en création impose à l'entrepreneur de prendre en compte les aspects juridiques que son projet induit. Ceux-ci sont complexes et souvent perçus comme contraignants. Néanmoins, plusieurs dimensions contribuent à protéger le créateur contre certains risques. À ce titre, elles ne peuvent donc être ignorées.

Nous avons ainsi identifié cinq dimensions, sociétaire, sociale, fiscale, financière et matrimoniale qui permettent d'effectuer des choix statutaires.

Ces dimensions concernent aussi bien l'entrepreneur que son entreprise. Les choix réalisés à leur sujet doivent comprendre leurs interactions, les limites juridiques et les coûts financiers qu'elles impliquent.

Pour faciliter l'approche statutaire du créateur, nous proposons une grille de choix qui articule chacune de ces dimensions, précise leurs interactions majeures et souligne leurs principales limites et perspectives financières, tout en signalant les modalités essentielles de leur inscription temporelle.

♦ **CONFIANCE ET DEFIANCE DANS LA REPRISE D'ENTREPRISES ARTISANALES**

PICARD Christian

IREGE - Université de Savoie

THEVENARD-PUTHOD Catherine

IREGE - Université de Savoie

♦ **Résumé :**

Parmi les évolutions auxquelles l'artisanat doit aujourd'hui faire face, figure au premier plan la transmission-reprise. Les entreprises artisanales connaissent en effet un taux de mortalité relativement élevé, généré en partie par les problèmes rencontrés lors de leur transmission. En particulier, la reprise par une personne tierce est une opération délicate du fait de la spécificité de l'artisanat : un métier souvent « manuel » et surtout peu formalisé, une organisation fortement centrée sur son dirigeant, un milieu difficile à pénétrer et un poids prépondérant des institutions.

Face à ces difficultés et compte tenu des enjeux liés à la pérennité de ces entreprises, notre recherche met en relief le rôle central que joue la confiance dans la réussite de la reprise d'une structure artisanale. En s'appuyant sur l'étude de neuf cas d'organisations reprises récemment, elle montre qu'une relation de confiance doit tout d'abord s'instaurer entre le cédant et le repreneur, pour que le premier soit prêt non seulement à céder son affaire, mais surtout à accompagner le changement de propriétaire et à transmettre à l'acquéreur son savoir-faire ainsi que toutes les connaissances tacites inhérentes au bon fonctionnement de l'entreprise. Enfin, le repreneur doit également parvenir à gagner la confiance de ses nouveaux salariés et de son environnement (clients, fournisseurs...).

Confiance, transmission, reprise, artisanat, relation cédant/repreneur, relation repreneur/salariés, relation repreneur/environnement

♦ **DYNAMIQUE RELATIONNELLE CLIENT – FOURNISSEUR ET OPPORTUNITES D'APPRENTISSAGE: UNE ANALYSE DE LA SITUATION DES FOURNISSEURS DES DISTRIBUTEURS FRANÇAIS D'HABILLEMENT**

POISSONIER Hugues

CREGO Université Montpellier 2 - ERFI Université Montpellier 1

♦ **Résumé :**

Considérée comme une industrie « industrialisante », l'habillement offre un cadre d'observation des opportunités d'apprentissage offertes aux PME, qui composent l'outil productif, particulièrement intéressant. Centrant notre étude sur les opportunités d'apprentissage découlant de la relation verticale distributeur – producteur, nous observons pourtant des évolutions telles au cours des vingt dernières années qu'une remise en cause de certaines de ces opportunités d'apprentissage apparaît constituer une source légitime d'inquiétude. La montée en puissance de la distribution se traduit en effet par l'émergence de pratiques nouvelles qui, en modifiant la nature des relations verticales dans l'industrie, posent avec une prégnance croissante la question du devenir de producteurs cantonnés dans des tâches de moins en moins créatrices de valeur.

C'est en lien avec les caractéristiques de ce contexte que nous abordons l'évolution des opportunités d'apprentissage offertes aux producteurs en ayant recours au concept de Chaîne Globale de Valeur permettant d'étudier l'évolution des relations verticales au niveau mondial.

Nous revenons donc sur la nature des différents types d'apprentissage pouvant découler des relations verticales dans lesquelles entrent les producteurs et mettons ces dernières en discussion en référence à la littérature sur les Chaînes Globales de Valeur. Les caractéristiques de la Chaîne Globale de Valeur à destination de la France étant repérées au travers de notre revue de littérature, nous les discutons sur la base d'une étude des attentes des distributeurs français d'habillement. 14 directeurs achat des principaux distributeurs français ont ainsi été rencontrés pour la réalisation d'entretiens semi-directifs portant sur les relations avec leurs fournisseurs et leurs principales attentes envers ces derniers. Nos conclusions valident l'existence d'un modèle « cœur – périphérie » de plus en plus ancré dans les pratiques des distributeurs français et ayant des implications fortes pour les opportunités d'apprentissage offertes aux deux types de fournisseurs. Les différences observées au sein de ces pratiques nous amènent, en outre, à remettre en cause l'utilisation exclusive du concept de Chaîne Globale de Valeur dans le cadre de notre étude et à prôner pour l'adoption d'une perspective davantage microéconomique complémentaire.

Apprentissage, fournisseur, relation verticale, Chaîne Globale de Valeur, habillement

♦ **LE DIRIGEANT-ARTISAN, UN DEVELOPPEMENT PAR DES STRATEGIES INDIVIDUELLES ET COLLECTIVES : ILLUSTRATION PAR UNE ETUDE DE CAS**

POLGE Marion

PRATIC Université d'Avignon - ERFI université Montpellier 1

LOUP Stéphanie

PRATIC Université d'Avignon - ERFI université Montpellier 1

♦ **Résumé :**

L'artisan n'a pas toujours été considéré par les chercheurs comme un entrepreneur. Les organismes entourant le secteur artisanal qualifient le propriétaire dirigeant d'individualiste. Mais si les artisans peuvent être décrits comme des individualistes, ils ne sont pas pour autant isolés. Par ailleurs, s'ils ont su traverser les évolutions de la Société, c'est grâce au développement de stratégies entrepreneuriales. Ainsi il semble qu'à l'heure actuelle la vision de l'artisan soit à revoir.

L'artisan s'inscrit dans de nombreux réseaux personnels, professionnels et/ou institutionnels, sachant activer les liens afin de saisir une opportunité jusqu'alors inexploitée ou d'éviter une menace de l'environnement jusqu'alors inexistante. Notre question centrale portera sur les liens dynamiques entre les stratégies entrepreneuriales individuelles et collectives pour comprendre les stratégies de développement en petite entreprise artisanale. Nous nous attacherons particulièrement au rôle de l'entrepreneuriat collectif institutionnalisé pour expliquer la démarche du dirigeant. Afin d'apporter des éléments de réponses à notre problématique, nous illustrerons nos propos du cas d'un artisan menuisier. Après avoir exposé la méthodologie retenue, ce cas nous permettra de tirer des enseignements pour la connaissance de l'entrepreneuriat et de l'artisanat.

♦ LA MOYENNE ENTREPRISE EST-ELLE SPECIFIQUE ?

REYES Grégory
CEREGE - IAE de Poitiers

♦ Résumé :

En posant la question de la spécificité des moyennes entreprises l'auteur s'interroge sur l'existence de ces firmes. L'entreprise moyenne est-elle une réalité ? La tendance actuelle est à la multiplication des catégories. On ne parle plus d'entreprises mais de TPE, de PE, de ME ou de GE. Le signe PME ne semble plus à sa place. Dans ces conditions pour pouvoir distinguer de tels groupes, il faut que les entreprises qui les composent présentent des particularités permettant de constituer des ensembles.

L'auteur essaye de s'en assurer en définissant les moyennes entreprises dans un premier temps. Il tente de montrer qu'elles présentent des spécificités issues des petites et des grandes entreprises.

Dans un second temps il explique que ces originalités sont en réalité des atouts. Ces entreprises les développent grâce à des aptitudes entrepreneuriales empruntées aux petites entreprises ainsi qu'à une logique managériale empruntée aux grands ensembles. Il semble alors que ces entreprises justifient leur dénomination de firmes intermédiaires et présentent bien des caractéristiques spécifiques.

Définition, moyennes entreprises, statut intermédiaire, logiques entrepreneuriales et managériales

♦ **LES OBJECTIFS ENTREPRENEURIAUX COMME FACTEUR EXPLICATIF DE LA TAILLE DES ENTREPRISES**

ROBICHAUD Yves

Ecole de commerce et d'administration - Université Laurentienne

McGRAW Egbert

Faculté d'administration - Université de Moncton

♦ **Résumé :**

Malgré le rôle important que jouent les PME dans la création d'emploi et sur l'économie en général, les recherches en entrepreneurship montrent qu'une bonne partie des PME demeurent, pour la plupart petites, et ce, même après plusieurs années d'opérations. Notre recherche tentera, par l'étude des motivations entrepreneuriales, d'apporter des éléments additionnels permettant de mieux comprendre la problématique entourant la taille des entreprises. Plus précisément, pour démontrer que la taille des entreprises peut être expliquée par les motivations entrepreneuriales, nous postulons que les propriétaires-dirigeants des TPE privilégieront davantage des objectifs entrepreneuriaux intrinsèques par rapport aux propriétaires-dirigeants d'entreprises de plus grande taille qui favoriseront plutôt des objectifs entrepreneuriaux de nature extrinsèque.

♦ **T.P.E. ET PROFESSION LIBERALE REGLEMENTEE : QUELLE STRATEGIE ?**

RYMEYKO Karine
ISEOR - IUT de Besançon

♦ **Résumé :**

Cet article vise à apporter un éclairage sur un type particulier de T.P.E., les professions libérales et plus précisément sur les professions libérales réglementées à travers l'exemple des offices de notaires.

La thèse défendue dans cet article est que les TPE ne sont pas limitées à un comportement déterministe vis-à-vis de leur environnement ni à adopter un comportement stratégique qui est souvent qualifié de réactif. En nous appuyant sur une recherche approfondie menée au sein de 132 offices de notaires, nous proposons d'identifier les principaux dysfonctionnements que rencontrent ces organisations dans le domaine de leurs pratiques stratégiques face à un environnement institutionnel et concurrentiel en mutation et de mettre en évidence une typologie des comportements stratégiques adoptés.

♦ **L'APPORT DES ELEMENTS DE LA NOUVELLE MICRO-ECONOMIE DANS L'ANALYSE DE LA PRODUCTION ET DE LA COMMERCIALISATION DANS LES PME: CAS DES BOULANGERIES DE LA VILLE DE BRAZZAVILLE**

SAMBA René

Faculté des Sciences Economiques - Université Marien NGOUABI - Brazzaville

♦ **Résumé :**

L'article se propose, à partir des éléments de la nouvelle micro-économie tels que, les droits de propriété, l'asymétrie de l'information, les relations d'agence, les conventions et les coûts de transaction d'analyser la production et la commercialisation dans les boulangeries de la ville de Brazzaville.

S'agissant de la production, Il s'agit, à partir de 30 boulangeries étudiées sur les 71 que compte la ville de Brazzaville, d'analyser l'asymétrie de l'information dans l'approvisionnement des matières premières, les droits de propriétés et la faiblesse du capital, les conventions et le travail non qualifié d'une part, et l'Administration d'autre part, afin de pouvoir estimer les rendements d'échelle à partir de la contribution des inputs par rapport l'output. De même, s'agissant de la commercialisation et, partant du marché du pain, de la rationalité mimétique et de l'absence des études de marché, l'article dégage les repères nécessaires en vue d'améliorer l'économie des coûts de transaction ou le marché pour les boulangeries de la ville de Brazzaville .

Nouvelle micro-économie , production , commercialisation , P.M.E . ,
boulangerie et ville de Brazzaville

♦ **L'ANALYSE DE FILIERE BIOLOGIQUE EN QUESTION : ETUDE COMPARATIVE DES PROCESSUS DE STRUCTURATION DES ORGANISATIONS EN REGION PAYS DE LA LOIRE »**

SCHIEB-BIENFAIT Nathalie
CRGNA - IAE de Nantes

♦ **Résumé :**

La problématique de cette recherche est d'étudier les processus de structuration de l'action collective dans un contexte fortement dominé par des TPE et PME. Après avoir situé notre travail parmi les approches théoriques ayant abordé l'analyse de filière, mais aussi plus largement les processus de structuration d'espace d'action collective organisée, nous dressons une analyse comparative des réponses construites par des acteurs régionaux pour structurer et coordonner leurs actions dans l'univers du bio. Cette étude permet d'observer une variété de réponses ; elle nous amène à formuler des propositions nouvelles pour appréhender l'analyse de filière.

♦ **LES INCUBATEURS UNIVERSITAIRES ET LE PARADOXE DE LA RELATION ENTRE UNIVERSITE ET ENTREPRENEURIAT**

SCHMITT Christophe
GREFIGE - ENSAIA Nancy
BERGER-DOUCE Sandrine
LARIME - IAE de Valenciennes
BAYAD Mohamed
GREFIGE - IAE de Nancy

♦ **Résumé :**

L'objet de notre communication est de s'intéresser à la relation entre université et entrepreneuriat et en second lieu de s'interroger sur la place des incubateurs universitaires dans cette relation. Volontairement, notre réflexion portera uniquement sur le cas de la France.

Il s'agit de trouver des clés de compréhension de cette relation entre université et entrepreneuriat qui se développe de plus en plus et qui a pris à travers le temps des formes différentes. La valeur de cette recherche s'inscrit plus dans une perspective heuristique plutôt que dans une volonté de décrire un modèle reproductible.

Pour aborder cette relation, nous avons organisé notre réflexion en deux parties. La première partie s'intéresse plus particulièrement à mettre en évidence les différentes formes de la relation entre université et entrepreneuriat. Nous proposons, dans une seconde partie, d'aborder plus particulièrement le rôle des incubateurs au regard de la relation actuelle. Nous concluons nos propos en montrant dans quelle mesure les incubateurs universitaires ont un rôle paradoxal dans cette relation entre université et entrepreneuriat.

♦ **LE COMPORTEMENT D'ACHAT DES CLIENTS PROFESSIONNELS : VERS UNE CONCEPTION INTERMEDIAIRE ENTRE LE B TO B ET LE B TO C.**

SOULEZ Sébastien
GREGOR - IAE de Paris

♦ **Résumé :**

L'auteur présente une définition ainsi que les premiers résultats d'une recherche plus large visant à démontrer la spécificité des clients professionnels par rapport aux clients particuliers et aux clients sociétés, et identifie ainsi l'existence d'un espace entre le marketing Business-to-Business et le marketing Business-to-Consumer.

Marketing, Business-to-Business (BtoB), Business-to-Consumer (BtoC), TPE, professionnels

♦ **INNOVATION DE PRODUITS ET PERFORMANCE : UNE ETUDE EXPLORATOIRE DE LA SITUATION DES PME CANADIENNES**

St PIERRE Josée

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

MATHIEU Claude

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

♦ **Résumé :**

Dans le nouvel environnement global dominé par l'accélération des changements technologiques, les exigences accrues des clients, la réduction de la durée de vie des produits et une offre de biens et services plus étendue, l'innovation est vue comme un élément clé du maintien de la compétitivité des entreprises en général et des PME en particulier. L'étude de ce phénomène est donc tout à fait pertinente pour bien comprendre dans quel contexte une activité aussi risquée, puisqu'elle est synonyme de nouveauté et d'incertitude, peut se développer efficacement. Toutefois, bien comprendre le processus d'innovation est important, mais mesurer ses effets sur la performance des entreprises est aussi indispensable à une vision globale de cette stratégie de développement. C'est donc à ces deux phénomènes que nous allons nous attarder dans cette étude empirique sur des PME manufacturières. Nos résultats mettront en évidence que l'utilisation de certaines pratiques d'affaires favorise l'innovation, alors que celle-ci contribue aussi à la rentabilité, à la croissance et à l'exportation des PME. Ces derniers résultats montrent cependant que le contexte dans lequel on étudie la relation entre l'innovation et la performance influence significativement les conclusions et les enseignements qu'on peut en tirer pour une meilleure compréhension du phénomène de l'innovation.

♦ **DEVELOPPEMENT D'UN OUTIL STRATEGIQUE POUR EVALUER ET GERER LE RISQUE DES PME AFIN D'AMELIORER LEUR FINANCEMENT EXTERNE**

St PIERRE Josée

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

DELISLE Sylvain

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

BEAUDOIN Robert

Institut de recherche sur les PME - Université du Québec à Trois Rivières

FLORICEL Serghei

Département de management et technologie - École des sciences de la gestion - Université du Québec à Montréal

♦ **Résumé :**

Les dernières années ont montré que les PME innovantes, exportatrices et en forte croissance éprouvent encore des difficultés à accéder à un financement qui réponde adéquatement à leurs besoins et ce, autant auprès des banques que des sociétés de capital de risque. Évidemment, la situation pour les jeunes entreprises qui sont à leur première étape de développement n'est pas meilleure. Après avoir complété une recension exhaustive de la littérature à ce sujet, nous sommes venus à la conclusion que l'origine de ces problèmes d'arrimage entre les demandes des entrepreneurs et l'offre des marchés financiers était liée aux difficultés de ces derniers à identifier et à mesurer correctement le risque «réel» des projets de développement des PME, contribuant ainsi à ralentir le dynamisme économique. Il paraît dès lors essentiel de développer des solutions visant à mieux comprendre et mieux mesurer le risque de ces projets, ce qui devrait aider les bailleurs de fonds dans leur évaluation. C'est l'objet de cette communication, où nous présentons un système expert destiné à identifier, mesurer et gérer le risque des projets de développement des PME, créé pour répondre à leurs difficultés de financement

♦ **LES ENTREPRENEURES QUEBECOISES : TAILLE DES ENTREPRISES ET PERFORMANCE**

St-CYR Louise
HEC Montréal
GAGNON Stéphanie
HEC Montréal

♦ **Résumé :**

Les statistiques récentes des pays de l'OCDE et du Québec en particulier montrent une croissance du phénomène de l'entrepreneurs féminin. Au-delà de ce constat, l'état des connaissances sur les femmes entrepreneurs est limité. Nous avons cherché à en savoir davantage sur une des caractéristiques des entreprises gérées par ces femmes, soit la taille et ses déterminants. De fait, jusqu'à présent, l'on sait que la taille des entreprises des femmes est normalement plus petite que celles des hommes, mais les explications à ce sujet sont contradictoires. Une étude menée auprès de 364 femmes des secteurs manufacturier et tertiaire moteur (au Québec) nous amène à conclure à un lien positif (lors d'une utilisation restreinte) entre l'utilisation des réseaux et la croissance des entreprises des femmes. De même, l'âge de l'entreprise, le statut juridique et la forme de propriété sont corrélés positivement avec la taille. Le secteur d'activités, pour sa part, ne s'est pas avéré significatif, ce qui est surprenant considérant la littérature sur ce point. Les résultats laissent croire que les distinctions faites dans la littérature (Moore et Buttner, 1997) entre les femmes « modernes » et « traditionnelles » méritent d'être explorées.

♦ CREATION D'ENTREPRISES DE BIOTECHNOLOGIE : RESULTATS D'UNE ETUDE EXPLORATOIRE

TEMRI Leïla
ERFI - Université Montpellier 1
HADDAD Samia
LERASS-RIO

♦ Résumé :

Cette communication a pour objectif de contribuer à éclairer le processus de création d'entreprises, plus précisément les entreprises de haute technologie, à partir d'une étude exploratoire portant sur huit cas d'entreprises de biotechnologie dans la région Languedoc-Roussillon. La création d'entreprises de biotechnologies s'inscrit dans le cadre d'une politique générale qui vise à stimuler la valorisation économique des connaissances scientifiques. Cette politique a été mise en place dans le cadre de la loi sur l'innovation et la recherche du 12 juillet 1999, qui fait suite au rapport d'Henri Guillaume qui déplorait le retard de la France en matière technologique, notamment dans le domaine des biotechnologies, malgré une recherche fondamentale jugée satisfaisante. C'est pourquoi une série de mesures ont été prises, destinées à favoriser la transformation des connaissances académiques en innovations, notamment à travers la création d'entreprises de biotechnologie pour le cas qui nous intéresse. Cette politique semble donc inciter au transfert direct de connaissances scientifiques dans la sphère industrielle, par transformation de ces connaissances académiques en innovations industrielles, ce qui suppose un schéma linéaire du processus d'innovation. Mais la création d'entreprise de biotechnologies ne s'inscrit pas automatiquement dans cette logique, et il semble opportun de mieux identifier le ou les processus de création de ces entreprises.

A cet effet, nous avons choisi de situer le phénomène étudié à l'intersection de deux types d'approches : la création d'entreprise, d'une part, que nous nommerons entrepreneuriat, même si des acceptions plus larges sont données à ce terme par plusieurs auteurs, et, d'autre part, le processus d'innovation. Nous avons tenté, pour notre part, d'intégrer les apports des différents courants pour mieux appréhender le phénomène de création d'entreprises de biotechnologie. Ce croisement s'avère fécond pour comprendre les différentes logiques de création que nous avons pu observer, et nous permettra de dégager un certain nombre de pistes de recherche à développer.

♦ **LES TECHNOLOGIES ENVIRONNEMENTALES : RAISONS D'ADOPTION ET IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX**

TURKI Ahmed

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Sfax

♦ **Résumé :**

L'amélioration de la performance environnementale, objectif principal de la gestion environnementale, passe par l'implémentation des technologies environnementales qui sont de deux catégories : contrôle de la pollution et prévention de la pollution. Cette recherche essaye d'identifier les raisons expliquant le choix d'un type de technologie sur un autre ainsi que les impacts des deux types de technologies sur la performance environnementale. A cet effet, une enquête a été menée auprès de 40 petites et moyennes entreprises industrielles tunisiennes générant différents impacts environnementaux. Les résultats démontrent la dominance des technologies de contrôle de la pollution par rapport aux technologies de prévention. Cette enquête démontre aussi que le choix du type de technologie est fonction de la vision adoptée en matière de gestion environnementale par les dirigeants : l'adoption d'une vision externe aboutit à une utilisation des technologies de contrôle. Alors que l'adoption d'une vision interne aboutit à l'utilisation des technologies de prévention. Enfin, cette recherche démontre que les technologies de prévention de la pollution ont un impact plus significatif sur la performance environnementale que les technologies de contrôle de la pollution.

♦ **PROFIL D'ADOPTION DES SYSTEMES DE GESTION INTEGRES DANS LES PME MANUFACTURIERES**

UWIZEYEMUNGU Sylvestre
Université du Québec à Trois-Rivières
RAYMOND Louis
Université du Québec à Trois-Rivières

♦ **Résumé :**

Les premières implantations des Systèmes de Gestion Intégrés (SGI), plus connus sous le sigle d'ERP (Enterprise Resource Planning), ont eu lieu dans les grandes entreprises. Il apparaît cependant de plus en plus que les éditeurs ERP autant que les dirigeants d'entreprise manifestent un intérêt soutenu pour l'adaptation de ces systèmes au contexte des PME. La présente étude propose tout d'abord les éléments d'un profil de PME susceptibles d'adopter un SGI. Le profil proposé est axé sur quatre catégories de facteurs : les facteurs liés au contexte technologique, ceux liés au contexte organisationnel, au contexte environnemental et au contexte entrepreneurial. Elle tente par la suite de déterminer les facteurs les plus importants en analysant les caractéristiques de 356 PME manufacturières canadiennes, en fonction du niveau d'intégration et de maîtrise de leurs technologies.

ERP, SGI, systèmes de gestion intégrés, systèmes d'entreprise, PME, système d'information, technologies manufacturières avancées

♦ COMMENT CREER ET CONDUIRE UNE DYNAMIQUE DE CHANGEMENT ? L'EXEMPLE DE CELITE FRANCE MURAT

VAUDELIN Jean-Pierre
IFMA-LIMOS Clermont Ferrand
DEWISE Olivier
IFMA-LIMOS Clermont Ferrand
AUFAUVRE Yves
CELITE France Murat

♦ Résumé :

Au travers de l'expérience vécue de la société CELITE, les auteurs présenteront la mise en œuvre d'une stratégie de développement visant à propulser une unité de production au plus haut niveau de technologie, de qualité et d'organisation, sans coût humain et avec le plus bas coût opératoire. En d'autres mots, comment créer une dynamique de changement pour réaliser les transformations nécessaires, impliquant tous les acteurs de l'entreprise, la formation des hommes et la gestion des compétences ? Après avoir présenté la méthodologie et les expériences présentées sur le terrain, cet article tire les enseignements de ces expérimentations en soulignant les principales contraintes à respecter pour favoriser la réussite de ce type de projet de conduite du changement.

Conduite du changement, résistances au changement, gestion des compétences, apprentissage organisationnel

♦ QUATRE PARADIGMES POUR CERNER LE DOMAINE DE RECHERCHE EN ENTREPRENEURIAT

VERSTRAETE Thierry

*IFREGE Université Montesquieu Bordeaux IV - Université de Limoges et Bordeaux
Ecole de Management*

FAYOLLE Alain

INP Grenoble - CERAG - EPI

♦ **Résumé :**

L'entrepreneuriat est un domaine de recherche pouvant être qualifié de préparadigmatique. Il a dépassé l'émergence mais semble stagner à l'adolescence. Pour grandir encore, il lui faut sans doute pointer les écoles de pensée, courants ou paradigmes se confrontant pour qu'un relatif consensus puisse, non pas régir les programmes de recherche, mais offrir un cadre minimal d'accumulation des connaissances. Toutefois, peut-on véritablement parler de paradigmes dans ce domaine ? Sans verser dans l'état de l'art, et en prenant certes le risque de partialité, le texte en relève quatre pour un double objectif : discuter, à la fois, des paradigmes en entrepreneuriat et de leur complémentarité.

♦ **EVALUER LA PORTEE DES CONCOURS PEDAGOGIQUES A LA CREATION D'ENTREPRISES :
LE CAS D'UNE TPE ISSUE DU « CHALLENGE PROJET D'ENTREPRENDRE »**

ARLOTTO Jacques

INT Evry

AYADI Achraf

INT Evry

♦ **Résumé :**

Les concours pédagogiques de création d'entreprises sont devenus un axe important dans l'enseignement universitaire. Leur prolifération en France, sur le modèle des Etats-Unis, continue à donner des résultats différents, parfois mitigés. Si la littérature en entrepreneuriat continue à souligner l'importance d'un enseignement structuré en création d'entreprises, la portée réelle des concours pédagogiques, tel que le «*Challenge Projets d'Entreprendre*» organisé depuis 5 ans à l'Institut National des Télécommunications d'Evry, continue à susciter des interrogations.

En nous basons sur un modèle d'analyse théorique, nous nous interrogeons sur la véritable contribution du *Challenge* à la création d'entreprises innovantes, non seulement comme facteur de motivation et de stimulation, mais aussi sur son impact à long terme.

Les spécificités du *Challenge* sont présentées dans une première partie. Ensuite, la seconde partie s'intéresse à la méthodologie d'étude du cas ICAR en tant qu'entreprise innovante créée à la suite du *Challenge*. Le modèle théorique de départ est confronté à la réalité de cette entreprise, puis modifié. L'enquête menée semble confirmer le rôle « d'éveil » que présente le «*Challenge Projets d'Entreprendre*», mais ne permet pas de conclure sur un rôle plus important lors de la création réelle de l'entreprise.