



8^e CIFEPM

CONGRÈS INTERNATIONAL
FRANCOPHONE EN
ENTREPRENEURIAT ET PME

25-26 ET 27
OCTOBRE
2006
FRIBOURG
SUISSE

FRIBOURG 2006

[Retour au menu](#)

L'internationalisation des PME
et ses conséquences sur les
stratégies entrepreneuriales

Le programme

Les résumés
des communications

HAUTE ECOLE DE GESTION
FRIBOURG



HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
FREIBURG


AIREPME
ASSOCIATION INTERNATIONALE
DE RECHERCHE EN
ENTREPRENEURIAT ET PME

www.cifepme.ch

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Organisation

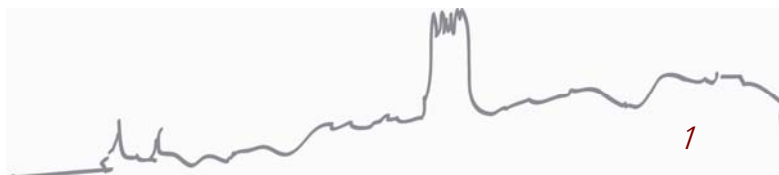
Haute école de gestion (HEG) de Fribourg
et ses instituts PME et leadership & ressources humaines

en collaboration avec

l'Ecole d'ingénieurs et d'architectes de Fribourg / EIA-FR
les Hautes écoles de gestion de Suisse occidentale
la Faculté des Sciences économiques et sociales de l'Université de Fribourg
l'émaf / école de multimédia et d'art de Fribourg

Sommaire

Plan de situation	2
Programme général	3
Message du Président de l'AIREPME	4
Bienvenue du Président du Comité d'organisation	6
Comité d'organisation	8
Comité scientifique	8
Liste des auteurs	9
Liste des communications	12
Liste des tables rondes	21
Prix d'excellence 2006	22
Consortium doctoral	23
Programme détaillé des communications et tables rondes	24
Résumé des communications	51
Résumé des tables rondes	107

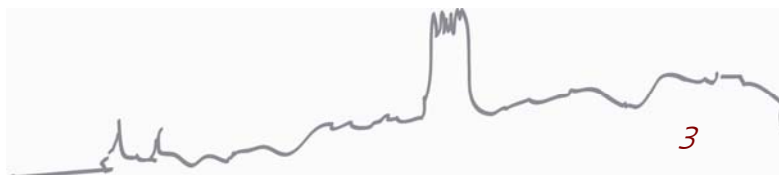


Age Group	Percentage
18-24	10%
25-34	25%
35-44	20%
45-54	15%
55-64	10%
65-74	5%
75-84	2%
85+	1%

Programme général

Mardi 24 octobre 2006	Mercredi 25 octobre 2006	Jeudi 26 octobre 2006	Vendredi 27 octobre 2006
	Accueil 8h00-8h45	Accueil 8h00-8h30	Accueil 8h00-8h30
	Allocutions et conférence d'ouverture* 8h45-10h30	Ateliers 11-15 8h30-10h30	Ateliers 21-26 8h30-10h45
Accueil 10h00–10h30			
Consortium doctoral 10h30-12h00	Pause 10h30-11h00	Pause 10h30-11h00	Pause 10h45-11h15
	Ateliers 1-5 11h00-13h00	Ateliers 16-20 11h00-13h00	Séance plénière* AIREPME 10e anniversaire 11h15-13h20
Pause déjeuner 12h00-13h30			
Consortium doctoral 13h30-15h30	Pause déjeuner 13h15-14h45	Pause déjeuner 13h15-14h45	Clôture du Congrès 13h20-env. 13h45
	Ateliers 6-10 14h45-16h30	Tables rondes* 6 à 10 14h45-16h30	Déjeuner 14h00-15h30
Consortium doctoral 15h45-17h15	Pause 16h30-17h00	Pause 16h30-17h00	
	Tables rondes* 1 à 5 Retransmission radio « La responsabilité sociale de l'entreprise » 17h00-18h45	Assemblée générale AIREPME 17h00-18h00	
Accueil 17h45-18h15			
Conférence-débat* 18h15-19h45	Soirée Fondue 20h15	Soirée de gala* 19h45	
Apéritif		Remise des prix*	

* Ces événements seront filmés



Message du Président de l'AIREPME



Robert Paturel,
Président de l'AIREPME

Depuis plusieurs années déjà, l'internationalisation et la globalisation dictent les règles du jeu économique, inéluctablement. Tout le monde le sait et peut le constater à son niveau. Pourtant, l'univers des PME a beaucoup de peine à intégrer les effets de cette nouvelle donne à ses actes managériaux. Les PME sont confrontées à l'alternative suivante: subir ou maîtriser, voire exploiter, les nouvelles règles imposées par l'OMC notamment. Dans le premier cas, leur avenir est aléatoire, contraint par un environnement déterminant. Dans le second, leur destin est lié à leur capacité de concevoir des stratégies renouvelées, en relation étroite avec un environnement sur lequel l'action peut être envisagée, dans le cadre d'une démarche d'intelligence économique par exemple. En fait, le choix est-il possible entre ces deux options extrêmes: rien n'est moins sûr... d'autant que les situations intermédiaires correspondent plus à la vie des affaires.

Les stratégies des PME du 21^e siècle impliquent, ipso facto, une prise en compte des aspirations des dirigeants pour leur organisation, mais en *interrelation dynamique et évolutive* avec le portefeuille de compétences maîtrisées de l'entreprise et avec les divers facteurs de l'environnement qu'il soit global, spécifique ou de proximité. La cohérence qui s'impose entre ces trois ensembles (où l'on reconnaîtra l'approche par l'intention stratégique pour le premier, l'approche par les ressources et compétences pour le deuxième et l'approche par l'environnement pour le dernier) devient une qualité désormais indispensable pour parvenir à un choix stratégique pertinent dans le nouveau contexte économique. Si la méthode de réflexion ne semble pas avoir beaucoup changé depuis quelques années, son application systématique pour les PME souhaitant, si possible, éviter des déboires, est recommandée. L'une des questions de nouveau au centre des débats qui interviendront inévitablement lors de notre congrès, est la suivante: les critères classiques de distinction entre PME et grande entreprise ne s'estomperaient-ils pas de plus en plus vite avec l'internationalisation croissante, au fur et à mesure que l'on se rapproche de la limite supérieure des critères de définition de notre champ?

Désormais, les mots clés de la gestion des PME peuvent se résumer - entre autres- par *complexité, souplesse, intégration de l'Internet aux stratégies, innovation, accès aux marchés porteurs souvent immédiatement internationaux, anticipation*. Mais comment anticiper dans un monde économique caractérisé par une mouvance permanente dans laquelle presque tout est difficilement prévisible, voire imaginable? Ces constats constituent l'un des terrains privilégiés (mais non exclusifs) devant inspirer l'orientation des travaux des chercheurs en entrepreneuriat et en PME. Le pragmatisme coutumier des entrepreneurs et dirigeants de PME devra impérativement se combiner à des attitudes plus conceptuelles et profiter des avancées de la connaissance dans le domaine qui nous réunit tous.

Pour ma part, je suis très heureux que le thème de notre 8^{ème} CIFEPME cible précisément l'internationalisation des PME et ses conséquences et cela ne fait aucun doute que la question préoccupera fortement notre Association dans l'avenir. Le congrès de Montpellier (2004) et, plus particulièrement, celui de Montréal (2002) dont le thème était «l'entrepreneur et la PME face aux transformations du monde des affaires», s'étaient tous deux déjà focalisés sur une problématique proche que l'actualité a encore amplifiée.

Ce 8^{ème} Congrès apportera, j'en suis convaincu, certaines réponses à nos questions et, dans tous les cas, les débats feront évoluer notre réflexion grâce à des échanges fructueux entre les chercheurs de Laboratoires différents et les praticiens qui nous font l'honneur d'être présents. Je remercie la Haute école de gestion de Fribourg pour la pertinence du choix du thème de notre rencontre, thème qui sera très attractif dans les prochaines années pour les chercheurs de l'AIREPME.

Je vous souhaite donc à tous un très bon congrès, au sein d'une ambiance conviviale que notre Association a su entretenir depuis déjà 10 ans. Encore merci de votre présence.

Robert Paturel
Président de l'AIREPME



Bienvenue du Président du Comité d'organisation



Lucien Willemin,
Directeur de la Haute
école de gestion (HEG)
de Fribourg

Accueillir un congrès international francophone à Fribourg la bilingue est un défi dont je me réjouis particulièrement. Fribourg, aux confins de la francophonie, tient depuis toujours, un rôle de passerelle entre la Romandie et la Suisse alémanique, tout en défendant bien sûr, son appartenance au monde francophone. Je dis ma gratitude à l'Association internationale de recherche en entrepreneuriat et PME (AIREPME) d'avoir choisi une cité polyglotte comme escale biennale de sa manifestation la plus importante. Au nom de la Haute école de gestion (HEG), mes remerciements sincères pour la confiance que vous nous avez témoignée.

En guise de bref portrait-robot, je veux dire, en trois points, la ville qui vous accueille aujourd'hui: vous êtes à Fribourg la médiévale, fondée en 1157, et dont le patrimoine architectural historique constitue l'un des ensembles les plus riches du continent; Fribourg la studieuse avec une population estudiantine du degré supérieur représentant plus du tiers des résidants (37.5%). Enfin, Fribourg l'internationale, grâce à ses Hautes écoles et à un tissu industriel pleinement en phase avec le thème de notre congrès. L'économie fribourgeoise - exclusivement constituée de PME- exporte le 54% de la valeur du PIB cantonal (5.8 milliards de CHF en 2005). Ces trois caractéristiques démontrent que vous êtes au bon endroit pour tenir le CIFEPME 2006.

Trois spécificités marquent ce 8^{ème} congrès de l'AIREPME: en pré-ouverture, le consortium doctoral, et la conférence-débat à laquelle j'ai convié les chefs et cadres d'entreprises de notre région.

Le consortium doctoral est la concrétisation d'une idée chère au Conseil d'administration de l'AIREPME; idée qui doit permettre à de jeunes chercheurs de présenter leurs premiers travaux et de nouer des relations personnelles fructueuses dans le réseau privilégié des meilleurs spécialistes mondiaux réunis à Fribourg. Quant à la conférence-débat sur le thème des délocalisations -conférence conduite et animée par des acteurs de l'économie-

elle permettra à nos entrepreneurs de se rapprocher du monde académique pour des échanges que je souhaite réciproquement enrichissants.

La conférence d'ouverture de Luzius Wasescha, négociateur de la Suisse auprès de l'OMC va aussi dans le sens d'un apport pratique au thème du congrès. Enfin, une session spéciale 10^{ème} anniversaire de l'AIREPME clôturera nos débats en matinée du vendredi.

J'adresse mes plus vifs remerciements aux experts du comité scientifique, ainsi qu'aux professeurs tiers qui ont apporté leur collaboration à l'évaluation de quelque 130 communications émanant de 15 pays différents et représentant les 5 continents. Leurs observations et leurs critiques constructives ont permis la sélection des communications, et dans bien des cas, l'amélioration des textes définitifs. Je ne voudrais pas omettre de dire ma gratitude au président Robert Paturel pour la confiance témoignée, ainsi qu'à Germain Simard, Secrétaire général, pour sa grande disponibilité et ses conseils avisés. J'ai aussi l'honneur de citer Madame Camille Carrier, ancienne présidente, pour sa précieuse contribution scientifique dans la préparation du congrès.

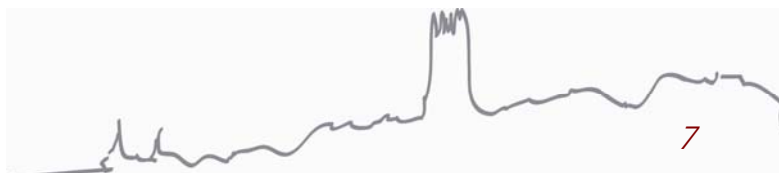
Je dis enfin ma reconnaissance à tous ceux qui ont œuvré à la réussite du congrès, notamment aux membres de l'Association qui ont apporté une forte contribution à l'organisation, ainsi qu'aux sponsors dont le soutien est indispensable au succès d'une telle manifestation. Tout est bien en place pour la réussite du 8^{ème} CIFEPME. Qu'il soit une véritable auberge espagnole où chacun y trouvera autant qu'il y apporte. A toutes et à tous, bon congrès !

Lucien Wuillemin

Directeur

Haute école de gestion (HEG) de Fribourg

Président du Comité d'organisation



Comité d'organisation

Présidence: Wullemmin Lucien, Directeur de la Haute école de gestion (HEG) Fribourg

Membres: Caputo Nicolas
Levrat Maurice
Rossi Mathias

Roth Aurélie
Steulet Yann

Comité scientifique

Présidence: BALDEGGER Rico, HEG Fribourg, Suisse
WUILLEMIN Lucien, HEG Fribourg, Suisse

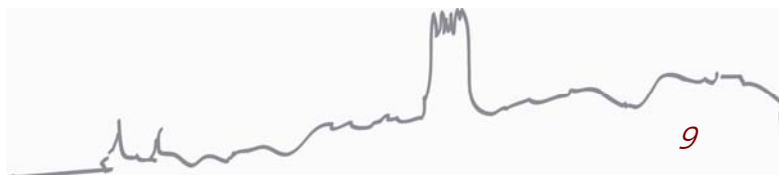
Membres: AUDET Josée, Université Laval Laval, Canada
BAYAD Mohamed, Université de Nancy2 Nancy, France
BOISSIN Jean-Pierre, Université Pierre Mendès France Grenoble, France
CARRIER Camille, Université du Québec Trois-Rivières, Canada
COSSETTE Pierre, Université du Québec Montréal, Canada
DEMBINSKI Paul, Université de Fribourg Fribourg, Suisse
DE OLIVEIRA LIMA Edmilson, Fondation University Blumenau, Brésil
EMIN Sandrine, Institut Universitaire de Technologie Angers, France
FILION Louis Jacques, HEC Montréal, Canada
FOURCADE Colette, Université de Montpellier I Montpellier, France
GARAND Denis, Université Laval Laval, Canada
GASSE Ivon, Université Laval Laval, Canada
GUIEU Gilles, Université de la Méditerranée Gap, France
GUENETTE Alain, Haute école de gestion Neuchâtel, Suisse
JANSSEN Franck, Université catholique de Louvain Louvain, Belgique
JULIEN Pierre-André, Université du Québec Trois-Rivières, Canada
LE ROY Frédéric, Université de Montpellier I Montpellier, France
LORRAIN Jean, Université du Québec Trois-Rivières, Canada
MARCHESNAY Michel, Université de Montpellier I Montpellier, France
MOTTAS Jean-Daniel, Haute école de gestion Fribourg, Suisse
PACITTO Jean-Claude, Université Paris XII - Val de Marne Paris, France
PATUREL Robert, Université de Toulon Toulon, France
RAYMOND Louis, Université du Québec Trois-Rivières, Canada
SAINT-CYR Louise, HEC Montréal, Canada
SAPORTA Bertrand, Université de Bordeaux IV Bordeaux, France
SCHMITT Christophe, GREFIGE-CEREMO Nancy, France
ST-PIERRE Josée, Université du Québec Trois-Rivières, Canada
SUAREZ NUÑEZ Tirso, Universidad Autonoma de Yucatan Yucatan, Mexique
TORRES Olivier, Université de Montpellier III Montpellier, France
VERSTRAETE Thierry, IFREGE - Université Montesquieu Bordeaux IV, Bordeaux
Ecole de Management, France
VOLERY Thierry, Université St-Gall, Suisse

Membres du Comité scientifique, en charge du Consortium doctoral

BROUARD François, Carleton University Ottawa, Canada
CADIEUX Louise, Université du Québec Trois-Rivières, Canada
MENVIELLE William, Université du Québec Trois-Rivières, Canada

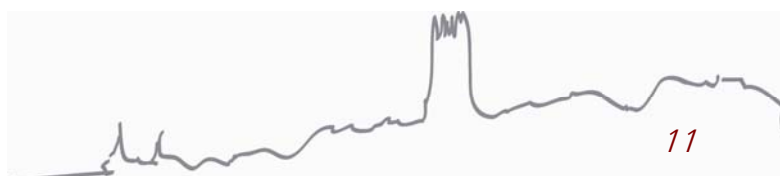
Liste des auteurs

Auteur	Com. no	Auteur	Com. no
Abakouy, Mostafa	40	Carrier, Camille	53
Allali, Brahim	60	Chakir, Ahmed	76
Amans, Pascale	4	Chelly, Amine	21, 54
Arasti, Zahra	32	Chtourou, Wafi	5
Arnould, Cécile	66	Claye-Puaux, Sophie	111
Assala, Khalil	42	Constantinidis, Christina	34
Audet, Josée	48	Cornet, Annie	34
Ayed-Zambaa, Fredj	4	Crevoisier, Olivier	74
Baccari, Emna	104	Cyr, André	97
Baldegger, Rico	29, 50	Davel, Eduardo	68
Barbat, Valérie	12	De Freyman, Julien	80
Basly, Sami	62	Demen Meier, Christine	71
Bayad, Mohamed	46, 89, 93, 103	Descargues, Robert	4
Beaupré, Daniel	106	Desmarteau, Robert H.	3
Béchar, Jean-Pierre	26	Devise, Olivier	110
Bégin, Lucie	67	Dingamyo, Ndouba	78
Berger-Douce, Sandrine	23	Diochon, Monica	90
Bigler, Jean-Marc	10	Edoukoi, Didier	81
Bodolica, Virginia	39	Emin, Sandrine	31
Boisard-Castelluccia, Sylvie	54	Émond-Péloquin, Louise	26
Boissin, Jean-Pierre	31	Etrillard, Claude	101
Boncler, Jérôme	52	Fadil, Nazik	73
Borges, Cândido	91	Fayolle, Alain	28
Boughattas, Yosra.	89	Filion, Louis Jacques	91
Bourcieu, Stéphan	20, 49	Fourcade, Colette	1
Bourguiba, Malek	103	Fueglistaller, Urs	29
Boutary, Martine	56, 57	Gailly, Benoît	28
Brandão Bernardes, Maria Elisa	99	Gallais, Marie	46
Brechet, Jean-Pierre	85	Gasse, Yvon	90



Auteur	Com. no	Auteur	Com. no
Ghachem, Lassaad	15	Lohest, Olivier	36, 92
Gherissi Labben, Thouraya	69	Loue, Christophe	94
Giacomin, Olivier	92	Loup, Stéphanie	4, 70
Gosselin, Jocelyne	108	Maâlaoui, Adnan	2
Goy, Hervé	98	Mallard, Alexandre	59
Gueguen, Gaël	100	Manika Manzongani, Jean Papy	41, 61
Guieu, Gilles	111	Marchesnay, Michel	86
Gundolf, Katherine	70	Martin, Marlene	107
Guyot, Jean-Luc	36, 92	Masmoudi, Raef	77
Halter, Frank	29	Meier, Andreas	47
Hlady Rispail, Martine	12, 52	Melbouci, Leïla	82
Hondt Hermance Sophie	61	Menvielle, William	72
Ikououbel, Anissa	19	Menzies, Teresa V.	90
Janssen, Frank	36, 92	Messeghem, Karim	105
Jaouen, Annabelle	7, 70	Monnoyer, Marie-Christine	56
Jouison, Estèle	27	Morace, Christophe	95
Journe, Hélène	85	Moreau, Éliane M. – F.	14
Julien, Pierre-André	6, 48	Moreau, Régis	87
Khalid, Abdelatif	96	Mungall, Andrew	69
Konan, Sylvère Yao	75	Nkakleu, Raphaël	109
Lachance, Richard	6	Nyffeler, Nathalie	10
Laghzaoui, Soulaïmane	13	Pacitto, Jean-Claude	11
Larivet, Sophie	44	Paradas, Agnès	24
Lassas-Clerc, Narjisse	28	Paturel, Robert	21, 32, 80, 88
Lavigne, Benoit	108	Pelletier, Claudia	14
Laviolette, Eric Michaël	94	Philippart, Pascal	18
Lê, Sébastien	37	Philippe, Jean	58
LeBrasseur, Rolland	102	Picard, Christian	65
Léo, Pierre-Yves	58	Polge, Marion	9
Levy-Tadjine, Thierry	21, 30, 79, 88, 110	Quiquerez, Frédéric	74
Lima, Edmilson	55	Rachdi, Fatimaezzahra	33, 96

Auteur	Com. no	Auteur	Com. no
Raymond, Louis	81	Thivin, Stéphane	49
Remaud, Hervé	51	Tissot, Pierre	84
Richomme-Huet, Katia	80	Tokatlioglu, Sibel	30
Rivat, Céline	64	Torres, Olivier	100
Riverin, Nathaly	102	Tounés, Azzedine	25
Robichaud, Denis	68	Tremblay, Diane-Gabrielle	35
Robichaud, Yves	102	Tremblay, Maripier	53
Rossi, Mathias	50	Trépanier, Michel	63
Saint-Jean, Etienne	48	Van Caillie, Didier	45
Saives, Anne-Laure	3	Vaudelin, Jean-Pierre	110
Saleilles, Séverine	8	Velmuradova, Maya	79
Salgado, Melchior	49	Verstraete, Thierry	27, 52
Sammut, Sylvie	7	Vilette, Marc-André	43
Santin, Sarah	45	Werro, Nicolas	16
Savini, Marco	16	Zhu, Lan	17
Schieb-Bienfait, Nathalie	3, 85	Zinger, J.Terence	102
Schmitt, Christophe	46, 89, 93	Zouiten, Jihene	30, 77
Schüffel Patrick	50	Zumwald, Jean-Marc	47
Schulze, Herbert	95		
Sergi, Viviane	99		
Simard, Germain	91		
Simon, Eric	83		
Spraggon, Martin	39		
Stéphan, Sylvie	66		
Stervinou, Sandrine	37		
Stormer, Henrik	16		
St-Pierre, Josée	56, 63		
Suarez-Nunez, Tirso	107		
Taddei, Jean-Claude	38		
Tchouassi, Gérard	22		
Thevenard-Puthod, Catherine	65		



Liste des communications

Communication N° 001 – Atelier 1

Petites entreprises agro-alimentaires: des stratégies collectives en réponse à l'internationalisation.
Colette Fourcade

Communication N° 002 – Atelier 1

L'apprentissage inter-organisationnel dans les alliances stratégiques entre PME: vers un modèle en 3 B.
Adnan Maâlaoui

Communication N° 003 – Atelier 1

Globe-trotters et globalistes: les chemins de l'internationalisation des PME de biotechnologie.
Robert H. Desmarteau; Anne-Laure Saives; Nathalie Schieb-Bienfait

Communication N° 004 – Atelier 1

Acquis et perspectives de la compréhension des relations entre PME: l'analyse d'un cas par le concept de réseau clignotant.
Pascale Amans; Fredj Ayed-Zambaa; Stéphanie Loup; Robert Descargues

Communication N° 005 – Atelier 1

L'échange réticulaire des informations à l'épreuve de l'évolution de la PME dans son processus de développement international.
Wafi Chtourou

Communication N° 006 – Atelier 2

Réseaux personnels, d'affaires et informationnels: une dynamique complexe.
Pierre-André Julien; Richard Lachance

Communication N° 007 – Atelier 2

L'alliance stratégique en phase de démarrage: essai de modélisation et de typologie.
Annabelle Jaouen; Sylvie Sammut

Communication N° 008 – Atelier 2

Modes de construction et de mobilisation du réseau personnel: le cas des entrepreneurs néo-ruraux.
Séverine Saleilles

Communication N° 009 – Atelier 2

Méthodologie de création d'une communauté d'intelligences: le cas d'un Club de Dirigeants artisans.
Marion Polge

Communication N° 010 – Atelier 3

Processus d'internationalisation de la PME: la nécessité d'une approche intégrative.
Jean-Marc Bigler; Nathalie Nyffeler

Communication N° 011 – Atelier 3

L'internationalisation des PME: une tentative d'état des lieux.
Jean-Claude Pacitto

Communication N° 012 – Atelier 3

Une lecture entrepreneuriale de l'internationalisation des PMI sous-traitantes.

Valérie Barbat; Martine Hlady Rispail

Communication N° 013 – Atelier 3

L'internationalisation des PME: pour une relecture en termes de Ressources et compétences.

Soulaimane Laghzaoui

Communication N° 014 – Atelier 4

Les facteurs critiques de succès et l'Internet: votre PME navigue ou se noie?

Claude Pelletier, Eliane M.-F. Moreau

Communication N° 015 – Atelier 4

Implications des stades e-maturité pour la PME exportatrice.

Lassaad Ghachem

Communication N° 016 – Atelier 4

eSarine – Le Magasin Electronique pour PME.

Nicolas Werro; Henrik Stormer; Marco Savini

Communication N° 017 – Atelier 4

SoftCust: la localisation et la sécurisation du logiciel pour le marché chinois.

Lan Zhu

Communication N° 018 – Atelier 5

Entrepreneuriat et droit: plaidoyer pour une approche marginale. Eléments de réflexion.

Pascal Philippart

Communication N° 019 – Atelier 5

La structure de propriété et l'anticipation, quel rapport? Cas de la moyenne entreprise – approche théorique.

Anissa Ikououbel

Communication N° 020 – Atelier 5

L'entrepreneur institutionnel face à la transition: l'action des PME françaises en Europe de l'Est.

Stéphane Bourcieu

Communication N° 021 – Atelier 5

Pour déconstruire le concept d'entrepreneuriat institutionnel et ses utilisations abusives en Management Stratégique.

Thierry Levy-Tadjine; Amine Chelly; Robert Paturol

Communication N° 022 – Atelier 6

Entreprendre en économie sociale/solidaire et commerce équitable au Cameroun.

Gérard Tchouassi

Communication N° 023 – Atelier 6

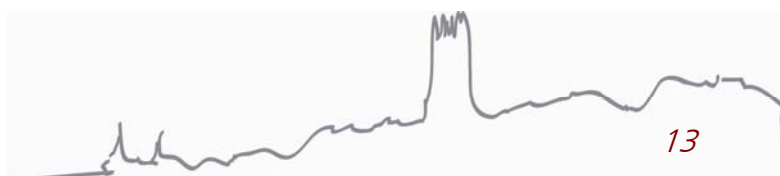
L'accompagnement des éco-entrepreneurs: une étude exploratoire.

Sandrine Berger-Douce

Communication N° 024 – Atelier 6

Perception du développement durable par des dirigeants de petites entreprises: résultats d'enquêtes.

Agnès Paradas



Communication N° 025 – Atelier 6

Des spécificités du processus entrepreneurial dans un contexte solidaire: une étude dans le secteur de la formation.

Azzedine Tounés

Communication N° 026 – Atelier 7

L'apprentissage authentique dans les enseignements en PME. Bilan d'une innovation pédagogique.

Jean-Pierre Béchard; Louise Emond-Péloquin

Communication N° 027 – Atelier 7

Cadrage théorique du Business Model et application à la création d'entreprise dans le cadre d'une expérience pédagogique.

Estèle Jouison; Thierry Verstraete

Communication N° 028 – Atelier 7

Mesure de l'effet à court terme et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (pee) sur l'intention entrepreneuriale des participants.

Alain Fayolle; Benoît Gailly; Narjisse Lassas-Clerc

Communication N° 029 – Atelier 7

Motivations entrepreneuriales des étudiants – une enquête bilingue en Suisse.

Rico Baldegger; Frank Halter; Urs Fueglistaller

Communication N° 030 – Atelier 8

L'entrepreneuse et le temps. Entrepreneuriat féminin, accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs.

Thierry Levy-Tadjine; Sibel Tokatlioglu; Jihene Zouiten

Communication N° 031 – Atelier 8

Une moindre fibre entrepreneuriale chez les femmes dès l'université?

Jean-Pierre Boissin; Sandrine Emin

Communication N° 032 – Atelier 8

Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran.

Robert Paturel; Zahra Arasti

Communication N° 033 – Atelier 8

L'entrepreneuriat féminin au Maroc: une étude exploratoire.

Fatimaezzahra Rachdi

Communication N° 034 – Atelier 8

Les femmes repreneuses d'une entreprise familiale: difficultés et stratégies.

Cristina Constantinidis; Annie Cornet

Communication N° 035 – Atelier 9

Les PME du multimédia à Montréal: un cluster en développement?

Diane-Gabrielle Tremblay

Communication N° 036 – Atelier 9

Facteurs influençant la croissance de l'emploi des PME wallonnes.

Jean-Luc Guyot; Frank Janssen; Olivier Lohest

Communication N° 037 – Atelier 9

Une méthodologie pour analyser les groupements localisés d'entreprises: le cas de l'association Produit en Bretagne.

Sandrine Stervinou; Sébastien Lê

Communication N° 038 – Atelier 9

Quelle stratégie pour une valorisation de l'innovation dans le cadre du pôle de compétitivité végétal angevin?

Jean-Claude Taddei

Communication N° 039 – Atelier 10

Rôle de la taille de l'entreprise en matière d'exploitation: le cas des PME exportatrices moldaves.

Virginia Bodolica; Martin Spraggon

Communication N° 040 – Atelier 10

Performances à l'international de la PME marocaine.

Mostafa Abakouy

Communication N° 041 – Atelier 10

Stratégies de survie des PME congolaises en contexte de mondialisation.

Jean Papy Manika Manzongani

Communication N° 042 – Atelier 10

PME en Algérie: de la création à la mondialisation.

Assala Khalil

Communication N° 043 – Atelier 11

Le temps partagé: un outil pertinent pour le recrutement dans les PME?

Marc-André Vilette

Communication N° 044 – Atelier 11

L'intelligence économique: étude de cas d'une pratique managériale accessible aux PME.

Sophie Larivet

Communication N° 045 – Atelier 11

Diagnostic préalable à la transmission et stratégie de reprise de la PME: une relation de contingence forte.

Sarah Santin; Didier Van Caillie

Communication N° 046 – Atelier 11

Prescription et adoption des outils de gestion dans les PME: quels facteurs facilitateurs?

Mohamed Bayad; Marie Gallais; Christophe Schmitt

Communication N° 047 – Atelier 11

Planification stratégique des systèmes d'information – Un modèle de processus destiné aux PME.

Andreas Meier; Jean-Marc Zumwald

Communication N° 048 – Atelier 12

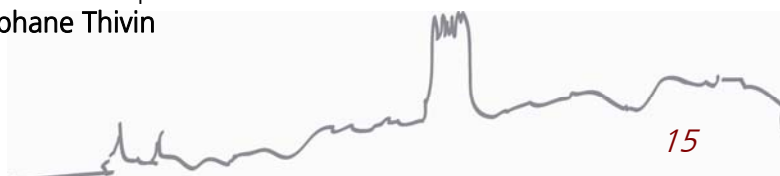
Les facteurs de discontinuité des PME à forte croissance.

Pierre-André Julien; Etienne Saint-Jean; Josée Audet

Communication N° 049 – Atelier 12

Dynamique d'internationalisation des PME Rhône-Alpes.

Stéphan Bourcieu; Melchior Salgado; Stéphane Thivin



Communication N° 050 – Atelier 12

Born global en Suisse.

Rico Baldegger; Patrick Schüffel; Mathias Rossi

Communication N° 051 – Atelier 12

L'influence de l'orientation-marché sur la compétitivité export des petites entreprises.

Hervé Remaud

Communication N° 052 – Atelier 13

Les équipes entrepreneuriales: cadrage théorique et proposition méthodologique.

Jérôme Boncler; Martine Hlady; Thierry Verstraete

Communication N° 053 – Atelier 13

Pratiques collectives d'identification d'opportunités: une étude exploratoire.

Maripier Tremblay; Camille Carrier

Communication N° 054 – Atelier 13

La diversité démographique des équipes entrepreneuriales, une source de créativité?

Sylvie Boisard-Castelluccia; Amine Chelly

Communication N° 055 – Atelier 13

Vision partagée dans les équipes de direction de PME: une étude internationale de cas multiples.

Lima Edmilson

Communication N° 056 – Atelier 14

Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME: une étude exploratoire.

Josée St-Pierre; Marie-Christine Monnoyer; Martine Boutary

Communication N° 057 – Atelier 14

Les PME et leurs importateurs: quelles relations dans un contexte d'économie numérique? Etude exploratoire auprès de PME exportatrices.

Martine Boutary

Communication N° 058 – Atelier 14

TIC, nouvelle donne pour le développement international des PME de services?

Pierre-Yves Léo; Jean Philippe

Communication N° 059 – Atelier 14

Quelle relation au marché pour les Très Petites Entreprises? Une analyse quantitative.

Alexandre Mallard

Communication N° 060 – Atelier 15

Vision et turbulence dans les PME qui s'internationalisent.

Brahim Allali

Communication N° 061 – Atelier 15

Dynamique entrepreneuriale des immigrants nigériens opérant au Cameroun.

Jean-Papy Manika Manzongani; Sophie Hondt Hermance

Communication N° 062 – Atelier 15

L'internationalisation de la PME familiale: apprentissage organisationnel et développement de la connaissance.

Sami Basly

Communication N° 063 – Atelier 15

Mondialisation de l'économie et émergence des pays asiatiques: réactions de PME québécoises.

Josée St-Pierre; Michel Trepanier

Communication N° 064 – Atelier 15

Entreprise moyenne et filiale commune internationale.

Céline Rivat

Communication N° 065 – Atelier 16

La reprise externe d'entreprise: quelles difficultés pour quels repreneurs?

Christian Picard; Catherine Thevenard-Puthod

Communication N° 066 – Atelier 16

Crise d'identité du propriétaire – dirigeant suite à la cession de sa PME.

Cécile Arnould; Stéphane Sylvie

Communication N° 067 – Atelier 16

La succession dans la PME familiale: par intérêt et par passion !

Lucie Bégin

Communication N° 068 – Atelier 16

La relève dans les PME au Québec: une revue de littérature.

Denis Robichaud; Eduardo Davel

Communication N° 069 – Atelier 17

Influence de la collaboration sur la performance des PME hôtelières suisses.

Thouraya Gherissi Labben; Andrew Mungall

Communication N° 070 – Atelier 17

La place des institutions locales dans les stratégies collectives: le cas des activités touristiques.

Katherine Gundolf; Annabelle Jaouen; Loup Stéphanie

Communication N° 071 – Atelier 17

Analyse conceptuelle de la congruence de trois stratégies de développement pour les entreprises artisanales de la restauration.

Christine Demen Meier

Communication N° 072 – Atelier 17

Les sites Web des PME hôtelières québécoises: un portrait marketing.

William Menvielle

Communication N° 073 – Atelier 18

Internationalisation et performance des PME: l'impact d'une cotation en Bourse.

Nazik Fadil

Communication N° 074 – Atelier 18

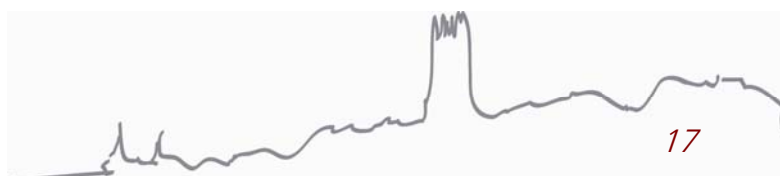
Financiarisation et filialisation: quelle autonomie pour la PME?

Frédéric Quiquerez; Olivier Crevoisier

Communication N° 075 – Atelier 18

La contribution des fonds de garantie à la réduction des vides de financement en Côte d'Ivoire.

Sylvère Yao Konan



Communication N° 076 – Atelier 18

Financement participatif et PME: quelles implications entrepreneuriales pour le dynamisme régional?

Ahmed Chakir

Communication N° 077 – Atelier 19

Les stratégies de déploiement des structures d'incubation de projets et d'entreprises: les cas des pépinières et des incubateurs.

Raef Masmoudi; Jihene Zouiten

Communication N° 078 – Atelier 19

Pression de l'environnement, laboratoires de recherche scientifique et stratégies entrepreneuriales.

Ndouba Dingamyo

Communication N° 079 – Atelier 19

La problématique complexe de l'accompagnement entrepreneurial et de PME par des organisations non marchandes soumises au contact interculturel.

Thierry Levy-Tadjine; Maya Velmuradova

Communication N° 080 – Atelier 19

Le risque entrepreneurial des spin-offs dans un cadre international: le cas INCAM Solutions.

Katia Richome; Julien De Freyman; Robert Paturel

Communication N° 081 – Atelier 20

Alignement de la stratégie de fabrication et de la stratégie d'affaires dans les PME: impact sur la performance.

Louis Raymond; Didier Edoukoi

Communication N° 082 – Atelier 20

De l'économie administrée à l'économie de marché: quelles stratégies pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale?

Leïla Melbouci

Communication N° 083 – Atelier 20

Innovation et spoliation: le client, un risque pour les jeunes entreprises innovantes.

Eric Simon

Communication N° 084 – Atelier 20

Méthodes et outils pour réduire les risques opérationnels dans les PME.

Pierre Tissot

Communication N° 085 – Atelier 21

Portrait de l'artisan en manager de projet.

Jean-Pierre Brechet; Hélène Journe; Nathalie Schieb-Bienfait

Communication N° 086 – Atelier 21

L'entrepreneur français au dix-neuvième siècle: entre le «(dis)cours magistral» et le «(dis)cours historique».

Michel Marchesnay

Communication N° 087 – Atelier 21

Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale?

Regis Moreau

Communication N° 088 – Atelier 21

Modéliser et singulariser le phénomène entrepreneurial.

Thierry Levy-Tadjine; Robert Paturel

Communication N° 089 – Atelier 21

Le métier de l'entrepreneur: le processus d'acquisition de compétences.

Mohamed Bayad; Yosra Boughattas; Christophe Schmitt

Communication N° 090 – Atelier 22

La démarche des entrepreneurs naissants: étude nationale et perspectives internationales.

Yvon Gasse; Teresa V. Menzies; Monica Diochon

Communication N° 091 – Atelier 22

Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes.

Louis Jacques Filion; Cândido Borges; Germain Simard

Communication N° 092 – Atelier 22

Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en région wallonne. Identité et dynamique push pull.

Jean-Luc Guyot; Frank Janssen; Olivier Lohest; Olivier Giacomini

Communication N° 093 – Atelier 22

Le sens giratoire, le chameau et le projet entrepreneurial: réflexions sur la place du projet pour aborder le phénomène entrepreneurial.

Christophe Schmitt; Mohamed Bayad

Communication N° 094 – Atelier 23

Les compétences entrepreneuriales: définition et construction d'un référentiel.

Eric Michaël Laviolette; Christophe Loue

Communication N° 095 – Atelier 23

L'apprentissage interculturel des PME/PMI Expériences d'entrepreneurs en Bretagne et en Basse-Saxe.

Christophe Morace; Herbert Schulze

Communication N° 096 – Atelier 23

Le déterminisme de la perception du risque entrepreneurial, dans le choix formel/informel: le cas du Maroc.

Fatimaezzahra Rachdi; Abdelatif Khalid

Communication N° 097 – Atelier 23

Les dimensions linguistiques et l'internationalisation des PME: l'impact sur les stratégies entrepreneuriales.

André Cyr

Communication N° 098 – Atelier 24

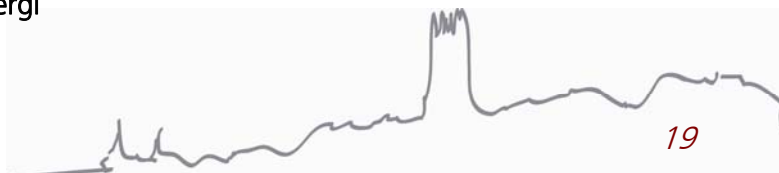
Entre spécificité de l'objet et diversité du champ: proposition d'un cadre d'analyse pour les PME dans la recherche en stratégie.

Hervé Goy

Communication N° 099 – Atelier 24

La perspective constructiviste de la stratégie en contexte de PME: une voie de renouvellement.

Maria Elisa Brandão Bernardes; Viviane Sergi



Communication N° 100 – Atelier 24

Une approche proxémique de la PME: le cas de l'incertitude stratégique.

Olivier Torres; Gaël Gueguen

Communication N° 101 – Atelier 24

Dimensions cognitives et décisionnelles dans les stratégies d'internationalisation des PME.

Claude Etrillard

Communication N° 102 – Atelier 25

L'influence des motivations pression-attraction («push-pull») sur la conduite d'une petite entreprise lors de la phase de création: une comparaison hommes/femmes.

Yves Robichaud; Rolland LeBrasseur; Nathaly Riverin; J. Terence Zinger

Communication N° 103 – Atelier 25

De l'universalisme à la contingence culturelle: réflexion sur l'intention entrepreneuriale.

Mohamed Bayad; Malek Bourguiba

Communication N° 104 – Atelier 25

Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens: étude exploratoire.

Emna Baccari

Communication N° 105 – Atelier 25

L'entrepreneuriat en quête de paradigme: apport de l'école autrichienne.

Karim Messeghem

Communication N° 106 – Atelier 26

La formation qualifiante et transférable: un enjeu stratégique et opérationnel pour les PME du Québec.

Daniel Beaupré

Communication N° 107 – Atelier 26

L'impact du capital humain et organisationnel sur les stratégies de qualité et d'innovation des PME.

Tirso Suarez-Nunez; Marlene Martin

Communication N° 108 – Atelier 26

Le rôle des experts-comptables dans l'utilisation de l'information différentielle par les PME québécoises.

Jocelyne Gosselin; Benoit Lavigne

Communication N° 109 – Atelier 26

La tontine d'entreprise au service des compétences collectives en Afrique: une étude de cas.

Raphaël Nkaleu

Communication N° 110 – Atelier 26

Knowledge-Management, compétence et engagement dans les PME en contexte de changement.

Jean-Pierre Vaudelin; Olivier Devise; Thierry Levy-Tadjine

Communication N° 111 – Atelier 13

Entre hypermodernité et solidarité, le paradigme de la SCOP

Gilles Guieu; Sophie Claye-Puaux

Liste des tables rondes

Table ronde N° 1

La responsabilité sociale de l'entreprise est-elle soluble dans la PME?

Alain Lapointe

Table ronde N° 2

La toute petite entreprise (TPE) est-elle spécifique?

Annabelle Jaouen; Katherine Gundolf

Table ronde N° 3

Chercheurs académiques-Dirigeants de PME: même combat?

Thierry Levy-Tadjine

Table ronde N° 4

L'inconduite en recherche chez les producteurs de connaissances en entrepreneuriat et PME.

Pierre Cossette

Table ronde N° 5

Controverses sur les modèles d'intention entrepreneuriale: avancées et faux débats.

Jean-Pierre Boissin

Table ronde N° 6

La transmission d'entreprise.

François Brouard; Louise Cadieux

Table ronde N° 7

Recherche-Action et accompagnement entrepreneurial; l'accompagnement entrepreneurial d'un public singulier, les immigrés, comme cas d'école.

Thierry Levy-Tadjine

Table ronde N° 8

L'enseignement de l'entrepreneuriat: entre innovation et tradition.

Berthe A. Lambert

Table ronde N° 9

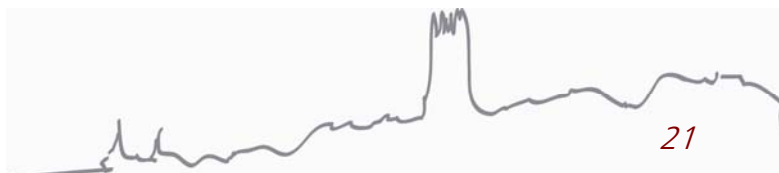
Université et Entrepreneuriat: un panorama international.

Christophe Schmitt

Table ronde N° 10

Différences dans la conception et l'utilisation des cas dans l'enseignement de l'entrepreneuriat et de la gestion de PME.

Louis Jacques Filion



Prix d'excellence 2006

Le **Prix Julien / Marchesnay** créé en 2004, lors du Congrès de Montpellier, pour récompenser un engagement exceptionnel d'une personnalité membre de l'AIREPME, dans son soutien aux jeunes chercheurs en entrepreneuriat et PME, a été attribué pour la première fois cette année. Outre ce nouveau prix, les quatre autres catégories traditionnelles ont été reprises par le jury qui a désigné deux récipiendaires par catégorie.

Les catégories de prix sont les suivantes:

- Prix Julien / Marchesnay récompensant une contribution exceptionnelle dans le soutien aux jeunes chercheurs en entrepreneuriat et PME: un récipiendaire
- Prix pour la meilleure communication de type conceptuel: deux récipiendaires
- Prix pour la meilleure communication offrant un potentiel réel d'application: deux récipiendaires
- Prix pour la meilleure communication à partir de travaux empiriques: deux récipiendaires
- Prix du consortium doctoral: deux récipiendaires

Les prix se concrétisent par une distinction sous forme d'une plaque métallique gravée au nom des lauréat/es. A toutes et à tous, nos plus vives félicitations !

La proclamation des prix aura lieu le jeudi 26 octobre lors d'une cérémonie qui se tiendra au cours du dîner de gala.

Pour le jury

Rico Baldegger /
Lucien Wuillemin

Consortium doctoral

Pour la première fois dans le cadre du CIFEPME, une session spéciale "jeunes chercheurs" (consortium doctoral) est organisée. Cette session aura lieu le mardi 24 octobre 2006.

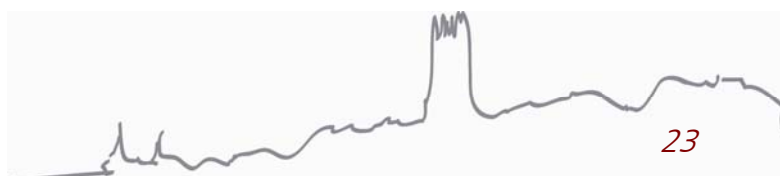
L'objectif de cette journée vise principalement à aider les doctorants travaillant dans le domaine de l'entrepreneuriat et des PME à avancer dans leur travail de thèse et à préparer leur insertion dans la communauté professionnelle.

Cette rencontre constitue donc une occasion pour les doctorants de rencontrer des spécialistes de la recherche sur l'entrepreneuriat et les PME, et de discuter avec eux des questions touchant aussi bien leur domaine de recherche que leur activité de chercheur. Un des objectifs de cette journée étant d'encourager au mieux les jeunes chercheurs et de leur fournir des éléments permettant de faciliter leur insertion dans la communauté, la journée ne se limite pas aux présentations et discussion des travaux, mais comprendra aussi des ateliers sur des thèmes intéressant les doctorants ou les jeunes chercheurs. D'autre part, l'organisation générale du congrès a été pensée afin de faciliter les contacts et le réseautage entre jeunes chercheurs et chercheurs confirmés.

Nos vifs remerciements à François Brouard, Louise Cadieux, et William Menvielle qui ont dirigé la mise sur pied de ce premier consortium doctoral.

Le programme du consortium doctoral comporte les thèmes et activités suivants:

- Réflexions sur le processus doctoral
- Réflexions sur la vie d'un enseignant-chercheur
- Rédaction et structuration d'un article scientifique
- Publication dans une revue avec comité de lecture
- Attentes d'un éditeur face à un réviseur
- Inconduite en recherche: quelques questions à se poser
- Ateliers consacrés à la présentation de propositions



Programme détaillé des communications et tables rondes

Remarques:

EIA: Ecole d'ingénieurs et d'architectes

N°: numéro des communications

-  Bâtiment de l'EIA
-  Bâtiment de l'Université

Mardi 24 octobre 2006

Consortium doctoral

10:00	Accueil – inscription – café & croissants	 Hall rez, EIA
10:30	Mot de bienvenue et présentation du déroulement de la journée Louise Cadieux , Université du Québec à Trois-Rivières	 Salle B 30.04
10:45	A1 Réflexions sur le processus doctoral Animateur: François Brouard , Université Carleton	 Salle B 30.04
11:10	A2 Réflexions sur la vie d'un enseignant-chercheur Animatrice: Bérangère Deschamps , Université Pierre-Mendès, Grenoble – CERAG	 Salle B 30.04
11:35	A3 Rédiger et structurer un article scientifique Animatrice: Camille Carrier , Université du Québec à Trois-Rivières	 Salle B 30.04

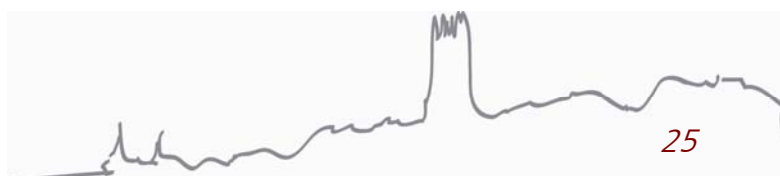
12:00 – 13:30	Repas	 Réfectoire EIA
---------------	-------	---

13:30 - 15:30	B1 Présentation de propositions:	■ Salle B 30.04
	B2 dépendant du nombre d'étudiants;	■ Salle B 30.08
	B3 plusieurs ateliers pourront se tenir	■ Salle B 30.20
	B4 simultanément dans différentes salles	■ Salle A 10.09

Dans chaque atelier, une ou deux personnes-ressources seront attirées aux étudiants qui font une présentation (détails sur place).

15:30 - 15:45	Pause	■ Réfectoire EIA
---------------	-------	------------------

15:45	C1 Publication dans une revue avec comité de lecture: quelques conseils Animateur: Louis Raymond , Université du Québec à Trois-Rivières	■ Salle B 30.04
16:15	C2 Attentes d'un éditeur face à un réviseur Animateur: Frank Janssen , Université Catholique de Louvain	■ Salle B 30.04
16:45	C3 L'inconduite en recherche: quelques questions à se poser Animateur: Pierre Cossette , Université du Québec à Montréal	■ Salle B 30.04
17:15	Mot de la fin William Menvielle , Université du Québec à Trois-Rivières	■ Salle B 30.04



Conférence-débat**« Délocaliser dynamise l'emploi dans l'entreprise-mère »**

17:45 – 18:15	Accueil conférence-débat	 Hall rez Université (Auditoire Deiss)
18:15 - 19:45	Conférence-débat (ouverte aux entrepreneurs)	 Auditoire Deiss (Université sous-sol)
19:45	Apéritif-réseautage	 Hall EIA rez

INVITATION

aux entrepreneurs et cadres d'entreprises

En ouverture du Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, la Haute école de gestion (HEG) de Fribourg invite les chefs et cadres d'entreprises à une réflexion sur un thème d'actualité: délocaliser – externaliser – relocaliser. Une conférence-débat traitera de la question:

“Délocaliser dynamise l'emploi dans l'entreprise-mère?”

Des personnalités de renom et des dirigeants de PME ayant délocalisé confronteront leurs expériences très différentes. François Schaller, rédacteur en chef de PME Magazine, animera le débat et la discussion avec le public.

Date: mardi 24 octobre 2006

Accueil dès 17h45, conférence-débat 18h15-19h45, apéritif réseautage.
Auditoire Joseph-Deiss, Université de Fribourg, Pérolles 90.
Parking à l'Ecole d'ingénieurs et d'architectes de Fribourg
Participation : CHF 80.—

Inscription: www.cifepme.ch, page d'accueil CONFERENCE-DEBAT
ou par téléphone au 026 429 63 76



HAUTE ECOLE DE GESTION - HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
Fribourg - Freiburg

Le Congrès international: les PME à l'honneur

Les 24-25-26 et 27 octobre prochains, la Haute école de gestion de Fribourg accueille le 8ème Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME. Quelque 200 spécialistes venant principalement de France, du Québec, de Belgique, d'Afrique, d'Europe centrale et de Suisse débattront du thème de «l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales». Plus de 100 contributions scientifiques feront le point sur l'état de l'art des stratégies entrepreneuriales dans une compétition économique internationale de plus en plus libéralisée.



TOUTES LES INFORMATIONS
SUR LE SITE DU CONGRÈS
www.cifepme.ch

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Mercredi 25 octobre 2006

Enregistrement – Ouverture – Ateliers & Tables rondes

08:00 - 08:45	Enregistrement – cafés & croissants	 Hall EIA rez
08:45 - 10:30	Allocutions d'ouverture: M. Robert Paturel, Président de l'AIREPME M. Germain Simard, Secrétaire général de l'AIREPME M. Lucien Willemin, Président du comité d'organisation, Directeur de la Haute école de gestion (HEG) de Fribourg Conférence d'ouverture: M. Luzius Wasescha, ambassadeur, délégué de la Suisse aux accords commerciaux de l'OMC: « L'utilité de l'OMC pour les PME »	 Auditoire Gremaud

10:30-11:00	Pause-café	 Hall EIA sous-sol
-------------	------------	--

Mercredi
11:00 - 13:00
**Atelier 1 – Stratégies collectives, collaboration,
coopération et alliances**
 Salle C 140

Animatrice: Diane-Gabrielle Tremblay, Télé-université, UQAM, Montréal, Canada

N° 001 – Petites entreprises agro-alimentaires: des stratégies collectives en réponse à l'internationalisation.

Colette Fourcade, Université de Montpellier I, France

N° 002 – L'apprentissage inter-organisationnel dans les alliances stratégiques entre PME: vers un modèle en 3 B.

Adnan Maâlaoui, Université de Toulon, France

N° 003 – Globe-trotters et globalistes: les chemins de l'internationalisation des PME de biotechnologie.

Robert H. Desmarteau, Université du Québec, Montréal, Canada

Anne-Laure Saives, Université du Québec, Montréal, Canada

Nathalie Schieb-Bienfait, Université de Nantes, France

N° 004 – Acquis et perspectives de la compréhension des relations entre PME: l'analyse d'un cas par le concept de réseau clignotant.

Pascale Amans, Université de Toulouse III – Paul Sabatier Toulouse, France

Fredj Ayed-Zambaa, Université de Toulouse III – Paul Sabatier Toulouse, F

Stéphanie Loup, Université de Toulouse III – Paul Sabatier, Toulouse, F
Robert Descargues, Université de Toulouse III – Paul Sabatier, Toulouse, F

N° 005 – L'échange réticulaire des informations à l'épreuve de l'évolution de la PME dans son processus de développement international.

Wafi Chtourou, Université Jean Moulin, Lyon, France

Mercredi
11:00 - 13:00

Atelier 2 – Réseaux d'affaires, sociaux et personnels

Auditoire Gremaud

Animateur: Louis Raymond, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 006 – Réseaux personnels, d'affaires et informationnels: une dynamique complexe.

Julien Pierre-André, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada
Richard Lachance, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 007 – L'alliance stratégique en phase de démarrage: essai de modélisation et de typologie.

Annabelle Jaouen, Groupe Sup de Co Montpellier, Montpellier, France
Sylvie Sammut, Université de Montpellier, Montpellier, France

N° 008 – Modes de construction et de mobilisation du réseau personnel: le cas des entrepreneurs néo-ruraux.

Séverine Saleilles, Université Montpellier, ATER Université Paris 5-René Descartes, France

N° 009 – Méthodologie de création d'une communauté d'intelligences: le cas d'un Club de Dirigeants artisans.

Marion Polge, Université d'Avignon, Université de Montpellier I, France

Mercredi
11:00 - 13:00

Atelier 3 – Processus d'internationalisation

Salle B 30.04

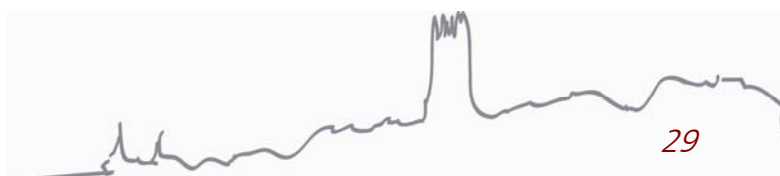
Animateur: Eric Simon, ESSCA, France

N° 010 – Processus d'internationalisation de la PME: la nécessité d'une approche intégrative.

Jean-Marc Bigler, HEIG-Vaud, Yverdon-les-Bains, Suisse
Nathalie Nyffeler, HEIG-Vaud, Yverdon-les-Bains, Suisse

N° 011 – L'internationalisation des PME: une tentative d'état des lieux.

Jean-Claude Pacitto, Laboratoire IRG, Créteil, France



N° 012 – Une lecture entrepreneuriale de l'internationalisation des PMI sous-traitantes.

Valérie Barbat, Ecole de Management, Bordeaux, France

Martine Hlady Rispail, Université Montesquieu, Bordeaux, France

N° 013 – L'internationalisation des PME: pour une relecture en termes de Ressources et compétences.

Soulaimane Laghzaoui, Université Paul Cézanne Aix-Marseille III, GREFI, France

Mercredi
11:00 - 13:00

Atelier 4 – E-Business et PME

 **Salle B 30.08**

Animateur: Gaël Gueguen, Université Montpellier III, France

N° 014 – Les facteurs critiques de succès et l'Internet: votre PME navigue ou se noie?

Claude Pelletier, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

Eliane M.-F. Moreau, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 015 – Implications des stades e-maturité pour la PME exportatrice.

Lassaad Ghachem, Institut de l'Entreprise Université de Neuchâtel, Suisse

N° 016 – eSarine – Le Magasin Electronique pour PME.

Nicolas Werro, Université de Fribourg, Fribourg, Suisse

Henrik Stormer, Université de Fribourg, Fribourg, Suisse

Marco Savini, Université de Fribourg, Fribourg, Suisse

N° 017 – SoftCust: la localisation et la sécurisation du logiciel pour le marché chinois.

Lan Zhu, Haute école valaisanne, Sierre, Suisse

Mercredi
11:00 - 13:00

Atelier 5 – Entrepreneuriat institutionnel et droit

 **Salle B 30.20**

Animateur: Robert Paturel, Université de Toulon, France

N° 018 – Entrepreneuriat et droit: plaidoyer pour une approche marginale. Eléments de réflexion.

Pascal Philippart, Institut d'administration des Entreprises, Lille, France

N° 019 – La structure de propriété et l’anticipation, quel rapport? Cas de la moyenne entreprise – approche théorique.

Anissa Ikououbel, Université de Caen Basse-Normandie, France

N° 020 – L’entrepreneur institutionnel face à la transition: l’action des PME françaises en Europe de l’Est.

Stéphane Bourcieu, Groupe ESC Dijon-Bourgogne, France

N° 021 – Pour déconstruire le concept d’entrepreneuriat institutionnel et ses utilisations abusives en Management Stratégique.

Thierry Levy-Tadjine, Centre Universitaire de Technologie du Liban-Nord, Liban ;

Amine Chelly, Université du Sud Toulon-Var, France

Robert Paturel, Université du Sud Toulon-Var, France

13:15 – 14:45

Dîner

■ Réfectoire EIA

Mercredi
14:45 - 16:30

**Atelier 6 – Développement durable,
économie sociale, commerce équitable**

■ Salle B 30.20

Animateur: Gerhard Schneider, HEG Fribourg, Suisse

N° 022 – Entreprendre en économie sociale/solaire et commerce équitable au Cameroun.

Gérard Tchouassi, Université de Yaoundé II, Cameroun

N° 023 – L’accompagnement des éco-entrepreneurs: une étude exploratoire.

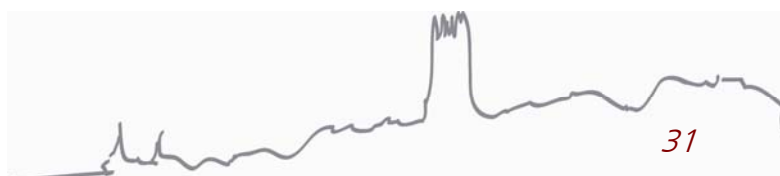
Sandrine Berger-Douce, IAE Valenciennes, Valenciennes, France

N° 024 – Perception du développement durable par des dirigeants de petites entreprises: résultats d’enquêtes.

Agnès Paradas, Université d’Avignon, Saint Rémy de Provence, France

N° 025 – Des spécificités du processus entrepreneurial dans un contexte solidaire: une étude dans le secteur de la formation.

Azzedine Tounés, Pôle d’Enseignement et de Recherche Stratégie et Entrepreneuriat, Savoie Technolac, Le Bourget du Lac, France



Mercredi
14:45 - 16:30

Atelier 7 – Enseignement de l'entrepreneuriat ■ **Salle C 140**

Animateur: Thierry Volery, Université de St-Gall, Suisse

N° 026 – L'apprentissage authentique dans les enseignements en PME.
Bilan d'une innovation pédagogique

Jean-Pierre Béchard, HEC Montréal, Canada
Louise Emond-Péloquin, HEC Montréal, Canada

N° 027 – Cadrage théorique du Business Model et application à la création d'entreprise dans le cadre d'une expérience pédagogique.

Estèle Jouison, Université Montesquieu, Bordeaux IV, France
Thierry Verstraete, Université Montesquieu Bordeaux IV, Bordeaux Ecole de Management, France

N° 028 – Mesure de l'effet à court terme et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (pee) sur l'intention entrepreneuriale des participants.

Alain Fayolle, EM Lyon, INP Grenoble, CERAG, France
Benoît Gailly, Université Catholique de Louvain, Belgique
Narjisse Lassas-Clerc, EM Lyon, France

N° 029 – Motivations entrepreneuriales des étudiants – une enquête bilingue en Suisse.

Rico Baldegger, HEG Fribourg, Suisse
Frank Halter, Universität St-Gallen, Suisse
Urs Fueglistaller, Universität St-Gallen, Suisse

Mercredi
14:45 - 16:30

Atelier 8 – Entrepreneuriat féminin ■ **Auditoire Gremaud**

Animateur: Lucie Bégin, HEG Genève, Suisse

N° 030 – L'entrepreneuse et le temps. Entrepreneuriat féminin, accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs.

Thierry Levy-Tadjine, Université du SUD, Toulon-Var, France et Centre Universitaire de Technologie Franco-Libanais, Université St Esprit de Kaslik, Liban
Sibel Tokatlioglu, Université du SUD Toulon-Var, France
Jihene Zouiten, Université du SUD Toulon-Var, France

N° 031 – Une moindre fibre entrepreneuriale chez les femmes dès l'université?

Jean-Pierre Boissin, CERAG Grenoble, France
Sandrine Emin, Université d'Angers, France

N° 032 – Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran.

Robert Paturel, Université du Sud, Toulon-Var, France

Zahra Arasti, Université de Golpayegan, Téhéran, Iran

N° 033 – L'entrepreneuriat féminin au Maroc: une étude exploratoire.

Fatimaezzahra Rachdi, Laboratoire ERMES (Toulon), EDHEC Nice, France

N° 034 – Les femmes repreneuses d'une entreprise familiale: difficultés et stratégies.

Cristina Constantinidis, Ecole de gestion de l'Université de Liège, Belgique

Annie Cornet, Ecole de gestion de l'Université de Liège, Belgique

Mercredi
14:45 - 16:30

Atelier 9 – Croissance de la PME – apport au développement économique

Salle B 30.04

Animateur: Colette Fourcade, Université de Montpellier I, France

N° 035 – Les PME du multimédia à Montréal: un cluster en développement?

Diane-Gabrielle Tremblay, UQAM, Montréal, Canada

N° 036 – Facteurs influençant la croissance de l'emploi des PME wallonnes.

Jean-Luc Guyot, Institut Wallon de l'évaluation de la prospective et de la statistique, Jambes, Belgique

Frank Janssen, Université Catholique, Louvain-la-Neuve, Belgique

Olivier Lohest, Institut wallon de l'évaluation de la prospective et de la statistique, Jambes, Belgique

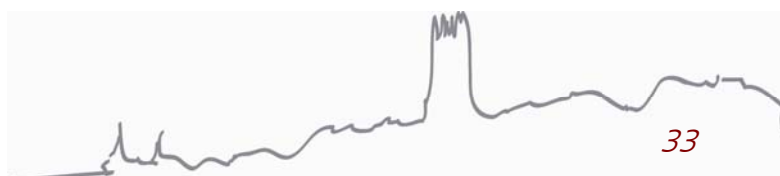
N° 037 – Une méthodologie pour analyser les groupements localisés d'entreprises: le cas de l'association Produit en Bretagne.

Sandrine Stervinou, Audencia Nantes, Nantes, France

Sébastien Lê, AgroCampus, Rennes, France

N° 038 – Quelle stratégie pour une valorisation de l'innovation dans le cadre du pôle de compétitivité végétal angevin?

Jean-Claude Taddei, LARGO, Université d'Angers, France



Mercredi
14:45 - 16:30

Atelier 10 – Mondialisation et concurrence **Salle B 30.08**

Animateur: Denis Robichaud, Télé-université, Université du Québec à Montréal, Canada

N° 039 – Rôle de la taille de l'entreprise en matière d'exploitation: le cas des PME exportatrices moldaves.

Virginia Bodolica, Université du Québec en Outaouais, Gatineau, Canada
Martin Spraggon, Université du Québec en Outaouais, Gatineau, Canada

N° 040 – Performances à l'international de la PME marocaine.

Mostafa Abakouy, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Tanger, Maroc

N° 041 – Stratégies de survie des PME congolaises en contexte de mondialisation.

Jean Papy Manika Manzongani, Université Congo, République du Congo

N° 042 – PME en Algérie: de la création à la mondialisation.

Assala Khalil, Université du Sud Toulon-Var, France

16:30-17:00

Pause-café

 **Hall EIA rez**

Mercredi
17:00 - 18:45

Tables rondes

Table ronde N° 1

 **Auditoire Gremaud**

La responsabilité sociale de l'entreprise est-elle soluble dans la PME?

Organisateur:

Alain Lapointe, ESG-UQAM, Ecole des sciences de la gestion, Canada

Table ronde N° 2

 **Salle B 30.08**

La toute petite entreprise (TPE) est-elle spécifique?

Organisatrices:

Annabelle Jaouen, Groupe Sup de Co, Montpellier, France
Katherine Gundolf, ERFI – ISEM – Université de Montpellier I, France

Table ronde N° 3

■ Salle B 30.04

Chercheurs académiques-dirigeants de PME: même combat?

Organisateur:

Thierry Levy-Tadjine, Maître de conférences en sciences de Gestion,
Laboratoire ERMES, Toulon (France)**Table ronde N° 4**

■ Salle B 30.20

L'inconduite en recherche chez les producteurs de connaissances en
entrepreneuriat et PME.

Organisateur:

Pierre Cossette, Ecole des sciences de la Gestion, Université de Montréal,
Canada**Table ronde N° 5**

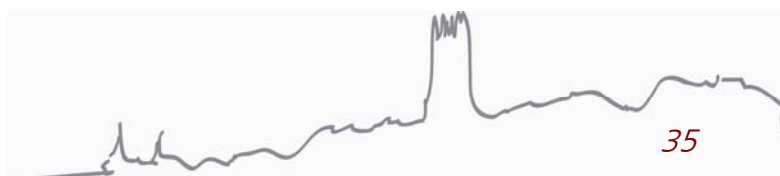
■ Salle C 140

Controverses sur les modèles d'intention entrepreneuriale: avancées et faux
débat.

Organisateur:

Jean-Pierre Boissin, CERAG Université Pierre Mendès, Grenoble

20:15

Soirée Fondue chez Cremo SA – Fribourg (industrie laitière)
Prendre le bus 1 ou 3 direction gare; depuis la gare prendre le bus
N° 2 direction les Dailles, arrêt Jumbo

Jeudi 26 octobre 2006

Ateliers – Tables rondes – Assemblée générale

**Jeudi
08:30 - 10:30****Atelier 11 – Outil de gestion pour PME** **Salle B 30.04**

Animateur: Yvon Gasse, Université Laval, Canada

N° 043 – Le temps partagé: un outil pertinent pour le recrutement dans les PME?**Marc-André Vilette**, Président ANDCP Annecy, France**N° 044** – L'intelligence économique: étude de cas d'une pratique managériale accessible aux PME.**Sophie Larivet**, Ecole Supérieure du Commerce extérieur, Paris, France**N° 045** – Diagnostic préalable à la transmission et stratégie de reprise de la PME: une relation de contingence forte.**Sarah Santin**, HEC Ecole de Gestion de l'Université de Liège, Belgique**Didier Van Caillie**, HEC Ecole de Gestion de l'Université de Liège, Belgique**N° 046** – Prescription et adoption des outils de gestion dans les PME: quels facteurs facilitateurs?**Mohamed Bayad**, IAE de Nancy, France**Marie Gallais**, Pôle Lorrain de Gestion, France**Christophe Schmitt**, GREFIGE-CEREMO, Nancy, France**N° 047** – Planification stratégique des systèmes d'information – Un modèle de processus destiné aux PME.**Andreas Meier**, Université de Fribourg, Fribourg, Suisse**Jean-Marc Zumwald**, Clinique Garcia, Fribourg, Suisse**Jeudi
08:30 - 10:30****Atelier 12 – Croissance – Stratégies
d'internationalisation** **Auditoire Gremaud**

Animateur: Frank Janssen, Université Catholique de Louvain, Belgique

N° 048 – Les facteurs de discontinuité des PME à forte croissance.**Pierre-André Julien**, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada**Etienne Saint-Jean**, Université Laval, Canada**Josée Audet**, Université Laval, Canada

N° 049 – Dynamique d'internationalisation des PME Rhône-Alpines

Stéphan Bourcieu, Audencia Nantes Ecole de Management, Nantes, France
Melchior Salgado, Université Claude Bernard Lyon, Villeurbanne, France
Stéphane Thivin, Université Claude Bernard Lyon, Villeurbanne, France

N° 050 – Born global en Suisse.

Rico Baldegger, HEG Fribourg, Suisse
Patrick Schüffel, Crédit Suisse Zurich, Suisse
Mathias Rossi, HEG Fribourg, Suisse

N° 051 – L'influence de l'orientation-marché sur la compétitivité export des petites entreprises.

Hervé Remaud, University of South Australia, Adelaide, Australie

Jeudi
08:30 - 10:30

**Atelier 13 – Créativité, opportunités
entrepreneuriales et entrepreneuriat collectif** ■ Salle B 30.20

Animateur: Olivier Crevoisier, Université de Neuchâtel, Suisse

N° 052 – Les équipes entrepreneuriales: cadrage théorique et proposition méthodologique.

Jérôme Boncler, Université Montesquieu, Bordeaux IV, France
Martine Hlady, Université Montesquieu, Bordeaux IV, France
Thierry Verstraete, Université Montesquieu Bordeaux IV, Bordeaux Ecole de Management, France

N° 053 – Pratiques collectives d'identification d'opportunités: une étude exploratoire.

Maripier Tremblay, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada
Camille Carrier, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 054 – La diversité démographique des équipes entrepreneuriales, une source de créativité?

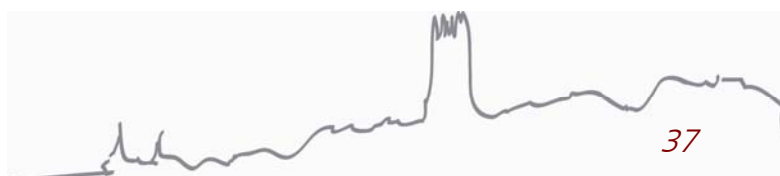
Sylvie Boisard-Castelluccia, Université du Sud, Toulon-Var, France
Amine Chelly, Université du Sud, Toulon-Var, France

N° 055 – Vision partagée dans les équipes de direction de PME: une étude internationale de cas multiples.

Edmilson Lima, Université régionale de Blumenau, Brésil

N° 111 – Entre hypermodernité et solidarité, le paradigme de la SCOP.

Gilles Guieu, Université de la Méditerranée, Aix-Marseille II, France
Sophie Claye-Puaux, Université de la Méditerranée, Aix-Marseille II, France



Jeudi
08:30 - 10:30

Atelier 14 – Technologies et systèmes d'information

 **Salle B 30.08**

Animateur: Christophe Schmitt, GREFIGE-CEREMO, Nancy, France

N° 056 – Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME: une étude exploratoire.

Josée St-Pierre, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

Marie-Christine Monnoyer, IAE Université, Toulouse, France

Martine Boutary, Ecole supérieure de commerce, Toulouse, France

N° 057 – Les PME et leurs importateurs: quelles relations dans un contexte d'économie numérique? Etude exploratoire auprès de PME exportatrices.

Martine Boutary, Ecole supérieure de commerce, Toulouse, France

N° 058 – TIC, nouvelle donne pour le développement international des PME de services?

Pierre-Yves Léo, Université d'Aix-Marseille, France

Jean Philippe, Université d'Aix-Marseille, France

N° 059 – Quelle relation au marché pour les Très Petites Entreprises? Une analyse quantitative.

Alexandre Mallard, France Télécom – Division R&D, France

Jeudi
08:30 - 10:30

Atelier 15 – Stratégies d'internationalisation

 **Salle C 120**

Animateur: Pascale Bueno-Merino, ESSCA, Angers, France

N° 060 – Vision et turbulence dans les PME qui s'internationalisent.

Brahim Allali, Ecole Supérieure de Commerce de Toulouse, France

N° 061 – Dynamique entrepreneuriale des immigrants nigériens opérant au Cameroun.

Jean Papy Manika Manzongani, Université Congo, République démocratique du Congo

Sophie Hondt Hermance, Université de Douala, Cameroun

N° 062 – L'internationalisation de la PME familiale: apprentissage organisationnel et développement de la connaissance.

Sami Basly, Université Montesquieu, Bordeaux, France

N° 063 – Mondialisation de l'économie et émergence des pays asiatiques: réactions de PME québécoises.

Josée St-Pierre, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

Michel Trepanier, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 064 – Entreprise moyenne et filiale commune internationale.

Céline Rivat, Université Jean Monnet, Saint-Etienne, France

10:30-11:00

Pause-café

■ Hall EIA rez

Jeudi
11:00 - 13:00

Atelier 16 – Relève, succession, reprise, essaimage

■ Salle B 30.04

Animateur: Louise Cadieux, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 065 – La reprise externe d'entreprise: quelles difficultés pour quels repreneurs?

Christian Picard, Université de Savoie, Annecy, France

Catherine Thevenard-Puthod, Université de Savoie, Annecy, France

N° 066 – Crise d'identité du propriétaire – dirigeant suite à la cession de sa PME.

Cécile Arnould, ESC Bretagne, Brest, France

Sylvie Stéphan, ESC Bretagne, Brest, France

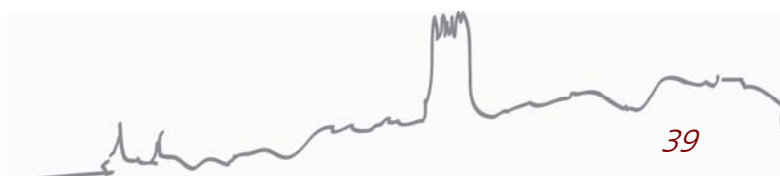
N° 067 – La succession dans la PME familiale: par intérêt et par passion !

Lucie Bégin, Haute école de gestion de Genève, Suisse

N° 068 – La relève dans les PME au Québec: une revue de littérature.

Denis Robichaud, Télé-université (UQÀM), Québec, Canada

Eduardo Davel, Télé-université (UQÀM), Québec, Canada



Jeudi
11:00 - 13:00

**Atelier 17 – Stratégies des PME de la branche
touristique**

 **Auditoire Gremaud**

Animateur: Antoine Perruchoud, Haute école valaisanne, Sierre, Suisse

N° 069 – Influence de la collaboration sur la performance des PME hôtelières suisses.

Thouraya Gherissi Labben, Ecole hôtelière de Lausanne, Suisse

Andrew Mungall, Ecole hôtelière de Lausanne, Suisse

N° 070 – La place des institutions locales dans les stratégies collectives: le cas des activités touristiques.

Katherine Gundolf, Université de Montpellier, France

Annabelle Jaouen, Université de Montpellier, France

Stéphanie Loup, Université de Toulouse, France

N° 071 – Analyse conceptuelle de la congruence de trois stratégies de développement pour les entreprises artisanales de la restauration.

Christine Demen Meier, Ecole hôtelière de Lausanne, Suisse

N° 072 – Les sites Web des PME hôtelières québécoises: un portrait marketing.

William Menvielle, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

Jeudi
11:00 - 13:00

**Atelier 18 – Aspects financiers et performances
financières des PME**

 **Salle B 30.20**

Animateur: François Brouard, Université Carleton, Ottawa, Canada

N° 073 – Internationalisation et performance des PME: l'impact d'une cotation en Bourse.

Nazik Fadil, Ecole de management de Normandie, Le Havre, France

N° 074 – Financiarisation et filialisation: quelle autonomie pour la PME?

Frédéric Quiquerez, Université de Neuchâtel, Suisse

Olivier Crevoisier, Université de Neuchâtel, Suisse

N° 075 – La contribution des fonds de garantie à la réduction des vides de financement en Côte d'Ivoire.

Sylvère Yao Konan, Université de Cocody, Abidjan, Côte d'Ivoire

N° 076 – Financement participatif et PME: quelles implications entrepreneuriales pour le dynamisme régional?

Ahmed Chakir, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Agadir, Maroc

Jeudi
11:00 - 13:00

Atelier 19 – Accompagnement et risque entrepreneurial

■ **Salle C 120**

Animateur: Gérard Lemoine, Institution pour l'entrepreneuriat IFE, Iles Maurices

N° 077 – Les stratégies de déploiement des structures d'incubation de projets et d'entreprises: les cas des pépinières et des incubateurs.

Raef Masmoudi, Laboratoires ERMES IAE de Toulon, France

Jihene Zouiten, Laboratoires ERMES IAE de Toulon, France

N° 078 – Pression de l'environnement, laboratoires de recherche scientifique et stratégies entrepreneuriales.

Ndoubu Dingamyo, Programme Doctoral ESSEC, Cergy-Pontoise, France

N° 079 – La problématique complexe de l'accompagnement entrepreneurial et de PME par des organisations non marchandes soumises au contact interculturel.

Thierry Levy-Tadjine, Centre Universitaire de Technologie Franco-Libanais, Liban

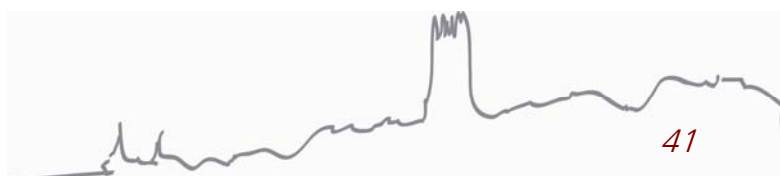
Maya Velmuradova, Université du Sud, Toulon-Var, Université de Bretagne Occidentale, France

N° 080 – Le risque entrepreneurial des spin-offs dans un cadre international: le cas INCAM Solutions.

Katia Richomme, IAE de Toulon-Var, France

Julien De Freyman, IAE de Toulon-Var, France

Robert Paturel, IAE de Toulon-Var, France



Jeudi
11:00 - 13:00

Atelier 20 – Modèles d'affaires innovants

Salle B 30.08

Animateur: Jean-Claude Pacitto, Université de Paris 12, France

N° 081 – Alignement de la stratégie de fabrication et de la stratégie d'affaires dans les PME: impact sur la performance.

Louis Raymond, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

Didier Edoukoi, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 082 – De l'économie administrée à l'économie de marché: quelles stratégies pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale?

Leïla Melbouci, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, Algérie

N° 083 – Innovation et spoliation: le client, un risque pour les jeunes entreprises innovantes.

Eric Simon, Groupe ESSCA, France

N° 084 – Méthodes et outils pour réduire les risques opérationnels dans les PME.

Pierre Tissot, Crédit Suisse, Berne, Suisse

13:15 – 14:45

Dîner

Réfectoire EIA

Jeudi
14:45 - 16:30

Tables rondes

Table ronde N° 6

La transmission d'entreprise.

Organisateurs:

François Brouard, Carleton University Ottawa, Canada

Louise Cadieux, Université du Québec Trois-Rivières, Canada

Auditoire Gremaud

Table ronde N° 7

Recherche-Action et accompagnement entrepreneurial; l'accompagnement entrepreneurial d'un public singulier, les immigrés, comme cas d'école.

Organisateur:

Thierry Levy-Tadjine, Maître de Conférence en Sciences de Gestion

Salle B 30.04

Table ronde N° 8

■ Salle B 30.20

L'enseignement de l'entrepreneuriat: entre innovation et tradition.

Organisateur:

Berthe A. Lambert, Directrice du programme *executive MBA*, Rimouski, Canada**Table ronde N° 9**

■ Salle C 120

Université et Entrepreneuriat: un panorama international.

Organisateur:

Christophe Schmitt, GREFIGE-CEREMO, Nancy, France**Table ronde N° 10**

■ Salle B 30.08

Différences dans la conception et l'utilisation des cas dans l'enseignement de l'entrepreneuriat et de la gestion de PME.

Organisateur:

Louis Jacques Filion, HEC Montréal, Canada

16:30-17:00

Pause-café

■ Hall EIA rez

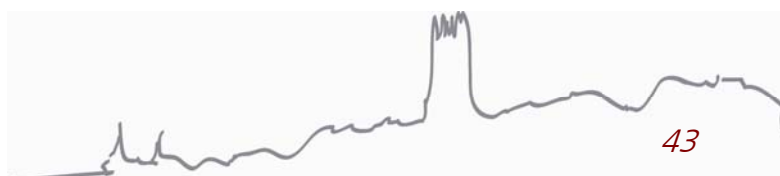
Jeudi
17:00 - 18:00**Assemblée générale AIREPME**

■ Auditoire Gremaud

Il est impératif que tous les membres de l'association participent à l'Assemblée générale.

19:45

Soirée de Gala - Remise des prix

NH Hôtel, Grand-Places
Fribourg

Vendredi 27 octobre 2006

Ateliers – Séance plénière 10ème anniversaire AIREPME

**Vendredi
08:30 - 10:45****Atelier 21 – Le concept d'entrepreneur** **Salle B 30.08**

Animateur: Pierre Cossette, Université du Québec, Montréal, Canada

N° 085 – Portrait de l'artisan en manager de projet.

Jean-Pierre Brechet, Université de Nantes, France

Hélène Journe, Université de Nantes, France

Nathalie Schieb-Bienfait, Université de Nantes, France

N° 086 – L'entrepreneur français au dix-neuvième siècle: entre le «(dis)cours magistral» et le «(dis)cours historique».

Michel Marchesnay, Université de Montpellier, France

N° 087 – Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale?

Regis Moreau, Université Catholique d'Angers, Nantes, France

N° 088 – Modéliser et singulariser le phénomène entrepreneurial.

Thierry Levy-Tadjine, Centre Universitaire de Technologie Franco-Libanais, Liban

Robert Paturel, Université du Sud, Toulon-Var, France

N° 089 – Le métier de l'entrepreneur: le processus d'acquisition de compétences.

Mohamed Bayad, GREFIGE-CEREMO, Nancy, France

Yosra Boughattas, GREFIGE-CEREMO, Nancy, France

Christophe Schmitt, GREFIGE-CEREMO, Nancy, France

**Vendredi
08:30 - 10:45****Atelier 22 – Entrepreneuriat: création et conception, démarrage et développement** **Auditoire Gremaud**

Animateur: Camille Carrier, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 090 – La démarche des entrepreneurs naissants: étude nationale et perspectives internationales.

Yvon Gasse, Université Laval, Canada

Teresa V. Menzies, Brock University, Ontario, Canada

Monica Diochon, St. Francis Xavier University, Nova Scotia, Canada

N° 091 – Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes.

Louis Jacques Filion, HEC Montréal, Canada

Cândido Borges, HEC Montréal, Canada

Germain Simard, HEC Montréal, Canada

N° 092 – Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en région wallonne. Identité et dynamique push pull.

Olivier Giacomini, Université Catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, Belgique

Frank Janssen, Université Catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, Belgique

Jean-Luc Guyot, Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique, Jambes, Belgique

Olivier Lohest, Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique, Jambes, Belgique

N° 093 – Le sens giratoire, le chameau et le projet entrepreneurial: réflexions sur la place du projet pour aborder le phénomène entrepreneurial.

Christophe Schmitt, GREFIGE-CEREMO, Nancy, France

Mohamed Bayad, IAE de Nancy, France

Vendredi
08:30 - 10:45

Atelier 23 – Compétences entrepreneuriales ■ **Salle C130**

Animateur: Jean Lorrain, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 094 – Les compétences entrepreneuriales: définition et construction d'un référentiel.

Eric Michaël Laviolette, Advancia, Paris, France

Christophe Loue, Advancia, Paris, France

N° 095 – L'apprentissage interculturel des PME/PMI. Expériences d'entrepreneurs en Bretagne et en Basse-Saxe.

Christophe Morace, Ecole Supérieure de Commerce, Bretagne Brest, France

Herbert Schulze, Carl von Ossietzky Universität, Oldenburg, Allemagne

N° 096 – Le déterminisme de la perception du risque entrepreneurial, dans le choix formel/informel: le cas du Maroc.

Fatimaezzahra Rachdi, Université du Sud, Toulon-Var, France

Abdelatif Khalid, Université du Sud, Toulon-Var, France



N° 097 – Les dimensions linguistiques et l'internationalisation des PME: l'impact sur les stratégies entrepreneuriales.

André Cyr, Institut de recherche sur les PME, UQTR, Trois-Rivières, Canada

Vendredi
08:30 - 10:45

Atelier 24 – Stratégie des PME

 **Salle B 30.04**

Animateur: Régis Cœurderoy, Université Catholique de Louvain, Belgique

N° 098 – Entre spécificité de l'objet et diversité du champ: proposition d'un cadre d'analyse pour les PME dans la recherche en stratégie.

Hervé Goy, CoActiS (EA), IUT de Saint-Etienne, France

N° 099 – La perspective constructiviste de la stratégie en contexte de PME: une voie de renouvellement.

Maria Elisa Brandão Bernardes, HEC Montréal, Canada ; Fundação Dom Cabral, Brésil

Viviane Sergi, HEC Montréal, Canada

N° 100 – Une approche proxémique de la PME: le cas de l'incertitude stratégique.

Olivier Torres, Université de Montpellier III, France

Gaël Gueguen, Université de Montpellier III, France

N° 101 – Dimensions cognitives et décisionnelles dans les stratégies d'internationalisation des PME.

Claude Etrillard, IUT de Vannes, France

Vendredi
08:30 - 10:45

Atelier 25 – L'intention entrepreneuriale

 **Salle C 140**

Animateur: Alain Fayolle, EM Lyon, INP Grenoble, CERAG, France

N° 102 – L'influence des motivations pression-attraction («push-pull») sur la conduite d'une petite entreprise lors de la phase de création: une comparaison hommes/femmes.

Yves Robichaud, Université Laurentienne Sudbury, Ontario, Canada

Rolland LeBrasseur, Université Laurentienne Sudbury, Ontario, Canada

J. Terence Zinger, Université Laurentienne Sudbury, Ontario, Canada

Nathaly Riverin, HEC Montréal, Canada

N° 103 – De l'universalisme à la contingence culturelle: réflexion sur l'intention entrepreneuriale.

Mohamed Bayad, Université Nancy, France

Malek Bourguiba, Université Nancy, France

N° 104 – Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens: étude exploratoire.

Emna Baccari, Laboratoire ERMES (Toulon), EDHEC Nice, France

N° 105 – L'entrepreneuriat en quête de paradigme: apport de l'école autrichienne.

Karim Messeghem, IUT d'Avignon, PRATIC, France

Vendredi
08:30 - 10:45

Atelier 26 – Gestion des connaissances et innovation

Salle B 30.20

Animateur: Jean-Daniel Mottas, HEG Fribourg, Suisse

N° 106 – La formation qualifiante et transférable: un enjeu stratégique et opérationnel pour les PME du Québec.

Daniel Beaupré, Université du Québec, Montréal, Canada

N° 107 – L'impact du capital humain et organisationnel sur les stratégies de qualité et d'innovation des PME.

Tirso Suarez-Nunez, Université Autonome du Yucatan, Mexique

Marlene Martin, Université Autonome du Yucatan, Mexique

N° 108 – Le rôle des experts-comptables dans l'utilisation de l'information différentielle par les PME québécoises.

Jocelyne Gosselin, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

Benoît Lavigne, Université du Québec, Trois-Rivières, Canada

N° 109 – La tontine d'entreprise au service des compétences collectives en Afrique: une étude de cas.

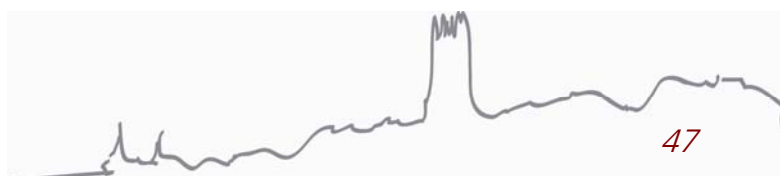
Raphaël Nkaleu, Université Louis Pasteur, Strasbourg, France

N° 110 – Knowledge-Management, compétence et engagement dans les PME en contexte de changement.

Jean-Pierre Vaudelin, Campus des Cézeaux, Aubière, France

Olivier Devise, Campus des Cézeaux, Aubière, France

Thierry Levy-Tadjine, Université de Saint-Esprit de Kaslik, Liban



10:45-11:15

Pause-café

■ Hall EIA rez

Vendredi
11:15 - 13:20Séance plénière 10^{ème} anniversaire de
l'AIREPME

■ Auditoire Gremaud

DIX DÉJÀ ! OÙ EN SOMMES-NOUS AVEC LA THÉORIE?

Ce congrès de Fribourg est le huitième de notre réseau de recherche francophone sur les PME mis sur pied à Carthage en 1993, suivi de Paris en 1995, Trois-Rivières en 1996 (avec une seule année de décalage pour fêter le vingtième anniversaire du GREPME), Metz-Nancy en 1998, Lille en 2000, Montréal en 2002 et Montpellier en 2004. Mise sur pied lors du congrès de Trois-Rivières, 2006 représente le dixième anniversaire de l'Association, créée le 25 octobre 1996, d'abord, pour soutenir la revue qui avait peine à multiplier ses abonnements, mais aussi pour mieux développer le réseau. Il faut dire toutefois que d'autres congrès francophones avaient commencé à traiter du sujet, tel le congrès de l'AFCET à Versailles en 1979 sur « Les petites dimensions face aux grandes dimensions », celui de Trois-Rivières en 1984 sur « La PME dans un monde en mutation » (qui a donné lieu à un ouvrage collectif aux Presses de l'Université du Québec sous la direction de P.A. Julien, J. Chicha et A. Joyal), celui de Montpellier en 1988 sur « La petite entreprise et l'environnement local » (qui a aussi produit un ouvrage chez ESKA sous la direction de C. Fourcade), ou celui du TETRA à Lyon en 1990 sous le thème de « La PME comme objet de recherche ». Sans compter les différents colloques du Conseil canadien de la PME et de l'entrepreneuriat, notamment celui de Québec en 1991. Comme on peut voir, le questionnement sur l'entrepreneuriat et les PME n'est pas nouveau dans le monde francophone ou francophile (puisque à chaque congrès des collègues d'autres langues étaient présents), et il convient d'en tirer quelques leçons.

C'est pourquoi nous avons ainsi voulu lors de ce congrès marquer cette longue réflexion, d'une part, en revenant sur l'évolution de la théorie touchant tant l'entrepreneuriat que les PME, avec la nécessité de bien distinguer les deux, et d'autre part, en soulignant l'évolution des réflexions représentées par les changements dans les thèmes abordés dans les articles non seulement de notre revue (créée en 1988), mais aussi dans d'autres revues dont le plus grand nombre ont commencé à paraître après 1980 (sauf l'Internationale Gewerbearchiv. Zeitschrift für Klein-und Mittelunternehmen de St-Gallen en 1952, le Journal of Small Business Management en 1963, et l'American Journal of Small Business en 1975 (devenu depuis lors Entrepreneurship. Theory and Practice).

Ainsi, tant l'entrepreneuriat que les PME, comme objets systématiques d'étude scientifique, ont environ trente ans, même si beaucoup de penseurs ont été défricheurs. Pensons évidemment à Olivier de Serres (1600), Richard Cantillon (1755), Robert Turgot (1766)¹ et Jean-Baptiste Say (1803-1839). Mais tous les chercheurs se réfèrent à Joseph Schumpeter dans ses travaux entre 1924 et 1934 sur le rôle de l'entrepreneur dans la transformation de l'économie. Celui-ci a été suivi par quelques chercheurs isolés comme Arthur H. Cole (1946), Andrew Kaplan (1948), Joseph Steindl (1949) ou Henri Gross (1958), et par la suite d'autres questionnements, par exemple, avec Kilby (1971: l'entrepreneur, un heffalump, soit quelque chose impossible à définir selon un ancien jeu français), Kirzner (1973: l'entrepreneur organisateur et créateur de déséquilibre), Echène (1974, distinguant différents types), et finalement Birch (1981: expliquant que les PME étaient les premiers créateurs d'emplois aux États-Unis).

C'est sur quoi nous voulons nous pencher dans cet atelier anniversaire en montrant que la recherche francophone sur le sujet est de plus en plus vivante et dynamique. Il sera divisé en six phases, soit une allocution d'ouverture pour montrer l'évolution des esprits à ce propos dans les différents pays industrialisés, un résumé de la situation quant à l'entrepreneuriat, un résumé quant aux PME, suivi d'une discussion entre les panellistes et avec les participants et d'une allocution de clôture.

¹Soyons clair: Turgot a très bien distingué l'entrepreneur du capitalisme, bien avant Say et plus clairement que Cantillon, dans son ouvrage *Réflexions sur la formation et la distribution de la richesse* de 1766, paru ainsi dix ans avant Smith. L'erreur vient de Schumpeter qui a mal lu Turgot ou a oublié sa contribution, le considérant peut-être trop proche des physiocrates.

Programme de la séance plénière

1. Ouverture

Marie-Florence Estimé, Directrice adjointe du Centre de l'OCDE pour l'entrepreneuriat, les PME et le développement local (CFE), Chef de la Division PME et entrepreneuriat (CFE)

« De 1989 au Processus de Bologne de l'OCDE sur les Politiques à l'égard des PME et de l'entrepreneuriat »

2. Quelques mots d'introduction

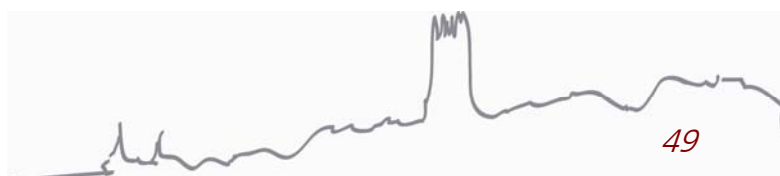
Michel Marchesnay (meneur de jeu), Université de Montpellier I

« PME + entrepreneur + entrepreneuriat = entreprenorat »

3. Où en sont les études sur l'entrepreneuriat?

Louis Jacques Filion, HEC de Montréal

« L'entrepreneuriat dans le monde francophone: tensions entre concepts et pratiques »



Thierry Verstraete, Université Montesquieu Bordeaux IV, Bordeaux Ecole de Management

« La théorisation dans le domaine de l'entrepreneuriat et ses frontières »

4. Et les études sur les PME?

Pierre-André Julien, Université du Québec à Trois-Rivières

« Trente ans de théorie sur les PME: de l'approche économique aux approches éclectiques et à la complexité »

Jean-Pierre Boissin, Jean-Pierre Castagnos, Gilles Guieu (CERAG UMR CNRS-Grenoble et CRETLOG-Aix en Provence)

« Les revues et la recherche sur les PME »

5. Discussion

6. Le mot de la fin

Hélène Vérin, CNRS- Centre Alexandre Koyré

« Les figures de l'entrepreneur: histoire et typologie »

Vendredi
13:20 - 13:45

Clôture du congrès

 **Auditoire Gremaud**

Allocution de clôture:

Robert Paturel, Président de l'AIREPME

Germain Simard, Secrétaire général de l'AIREPME

Lucien Wullemmin, Président du comité d'organisation

14:00 - 15:30

Dîner

 **Réfectoire EIA**

Résumé des communications

Communication n° 001
Atelier 1
Me 11:00-13:00

Petites entreprises agro-alimentaires: des stratégies collectives en réponse à l'internationalisation.

On s'intéresse ici au cas des Systèmes Agro-alimentaires Localisés, les SYAL, c'est-à-dire des systèmes productifs localisés composés essentiellement de PME et PE, œuvrant dans les activités agro-alimentaires. Peuvent-ils constituer des coopérations territorialisées originales visant à un positionnement concurrentiel favorable dans un environnement mondialisé?

Notre propos répond à un double objectif:

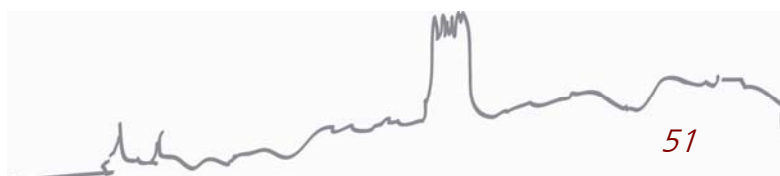
- il vise en premier lieu à souligner l'originalité organisationnelle de ces configurations territorialisées de petites entreprises engagées dans des activités agricoles et agro-alimentaires,
- il s'attache simultanément à questionner l'efficacité des stratégies collectives qu'elles mènent pour se positionner dans un environnement spatial élargi.

Notre approche est fondée sur le croisement entre deux ensembles référentiels: d'une part, le domaine des stratégies collectives, d'autre part celui des systèmes productifs localisés.

La problématique se pose en ces termes: quelles sont les nouvelles formes de stratégies collectives s'établissant entre PME, qui peuvent aider ces entreprises à s'adapter à un environnement globalisé, et en quoi le territoire peut-il intervenir comme variable stratégique pour faire face à l'internationalisation?

La contribution est organisée en deux temps: en premier lieu, nous préciserons l'apport de la démarche SYAL par référence à l'adossement théorique choisi. Dans un second temps, nous nous appuierons sur les résultats d'une recherche menée récemment en France sur des expériences SYAL pour proposer des scénarios, en tant que formes de stratégies collectives de PME dans un contexte de globalisation.

Colette Fourcade, Université de Montpellier I - France



Communication n° 002
Atelier 1
Me 11:00-13:00

L'apprentissage inter-organisationnel dans les alliances stratégiques entre PME: vers un modèle en 3 B.

L'apprentissage dans les alliances stratégiques est un processus ambigu et complexe. Les chercheurs dans ce domaine ont tenté de nous démontrer l'importance qu'ils lui accordaient. Notre papier propose une approche théorique de l'apprentissage inter-organisationnel dans les alliances stratégiques. Nous tenterons une actualisation du modèle de simple et double boucle, et ce en passant à un modèle en trois boucles et plus précisément vers des systèmes d'apprentissage inter-organisationnelle « hyper restreints ». La capacité d'absorption, l'ambiguïté et ses antécédents, l'opportunisme des partenaires et bien évidemment les routines défensives joueront le rôle de frein ou levier à l'apprentissage inter organisationnel. Un modèle en 3B sera proposé pour résumer notre point de vue.

Maâlaoui Adnan, Parc zoologique de Fréjus, Université de Toulon - France

Communication n° 003
Atelier 1
Me 11:00-13:00

Globe-trotters et globalistes: les chemins de l'internationalisation des PME de biotechnologie.

Cet article scrute les impacts de l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales déployées par les entreprises de biotechnologie du pôle Atlantic Biotherapies de la région des Pays de la Loire (France). Alors que ces firmes ont pour la plupart moins de 6 ans d'existence, moins de 10 employés, que 65% d'entre elles exportent déjà et que près du tiers d'entre elles ont signé des alliances internationales ou entretiennent des collaborations internationales, trois questions de recherche sont retenues. La première porte sur l'identification des stratégies entrepreneuriales en présence, la seconde sur la déclinaison de ces stratégies entrepreneuriales en stratégie(s) de marché et la troisième sur le lien entre ces stratégies d'internationalisation et les profils et pratiques de réseautage des entrepreneurs. Pour répondre à ces questions, le papier s'articule en trois temps. Un cadre théorique pour interpréter les chemins de l'internationalisation des PME à partir de « ce qu'elles font » (Marchesnay, 2003) est brossé en parcourant la littérature dédiée sur l'évolution de la théorie de l'internationalisation et sur les phénomènes d'encastrement des entrepreneurs. Dans un deuxième temps, il fait état d'une méthodologie essentiellement qualitative qui valorise l'analyse dyadique et diachronique des profils entrepreneuriaux de trois différents groupes d'entreprises générés par l'analyse multifactorielle et classificatoire de variables reliées aux cinq dimensions d'un modèle d'affaires ouvert à l'ère réseau (Chesbrough, 2003) et de sa gouvernance (Boissin et al, 2002). Finalement, il propose une grille de lecture de l'internationalisation des 32 firmes de biotechnologie étudiées en caractérisant de façon originale deux stratégies entrepreneuriales « globe-trotters » et « globalistes » qui se déclinent en trois stratégies de marché dominantes: « mondialisation », « dessinées globales » et « cheminement vers la globalisation ».

Robert H. Desmarteau, Université du Québec, Montréal - Canada

Anne-Laure Saives, Université du Québec, Montréal - Canada

Nathalie Schieb-Bienfait, Université de Nantes - France

Communication n° 004
Atelier 1
Me 11:00-13:00**Acquis et perspectives de la compréhension des relations entre PME: l'analyse d'un cas par le concept de réseau clignotant.**

L'objet de cette communication est de proposer un concept pouvant permettre de mieux décrire et ainsi de mieux comprendre les relations établies entre des PME afin de saisir de nouvelles opportunités d'affaires, opportunités qu'aucune des PME n'aurait pu saisir seule. Aussi, cette communication n'a pas pour vocation de faire un état de l'art sur les relations entre PME; elle cherche à mettre en évidence, en l'illustrant au travers d'un cas, l'intérêt du concept de réseau clignotant.

Le cas présenté ici porte sur des entreprises de petite taille comprenant entre 10 et 50 salariés qui œuvrent toutes dans le même secteur d'activité: l'électromécanique. Elles appartiennent à un même groupement que, pour des raisons de confidentialité, nous avons appelé le groupement MP. L'utilisation du concept de réseau clignotant permet de décrire et comprendre la réalité des relations établies entre les différentes organisations concernées, lesquelles participent par petits groupes à des projets différents qui font parfois appel à de nouveaux partenaires hors groupement. Ce concept est fondé sur une conception topologique du réseau, dont les organisations constituent les nœuds et les relations entre ces dernières les liens (Thorelli, 1986). Certains nœuds sont activés simultanément en fonction de la participation des organisations correspondantes à différents projets en fonction des opportunités à saisir; d'où le nom de réseau clignotant. Ce concept, en permettant une mise en exergue de la potentialité des relations entre PME, potentialité qui apparaît comme un critère non institutionnel d'appartenance des PME à un réseau, apporte un éclairage supplémentaire à la question des réseaux, et en particulier à la question des frontières de ces derniers.

Pascale Amans, Université Toulouse III – Paul Sabatier Toulouse - France

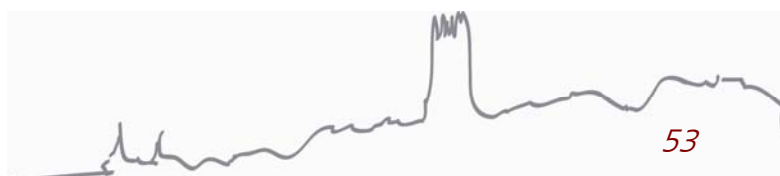
Fredj Ayed-Zambaa, Université Toulouse III – Paul Sabatier Toulouse - France

Robert Descargues, Université Toulouse III – Paul Sabatier Toulouse - France

Stéphanie Loup, Université Toulouse III – Paul Sabatier Toulouse – France

Communication n° 005
Atelier 1
Me 11:00-13:00**L'échange réticulaire des informations à l'épreuve de l'évolution de la PME dans son processus de développement international.**

Dans cet article, nous cherchons à appréhender les spécificités de l'échange réticulaire d'informations chez les PME tout au long de leur processus de développement international. Sur la base d'une étude typologique et d'une analyse discriminante effectuées auprès d'un échantillon de 102 PME manufacturières de nationalités différentes, nous avons évalué les niveaux des échanges d'informations relatifs à chaque profil de développement international identifié dans la littérature sur les PME. Il en ressort de l'analyse des résultats obtenus, qu'il n'existe aucune augmentation des échanges d'informations de la PME avant qu'elle n'arrive à un stade avancé de développement international. Une augmentation significative de ces échanges se fait entre la phase de transition et la phase d'engagement avancé dans le processus.



Par ailleurs, l'interprétation des résultats de l'analyse discriminante montre que l'intérêt accordé par les PME en transition aux échanges avec les sources officielles d'informations (dites aussi d'appuis), marginalisent les échanges "informels" avec les sources traditionnelles du marché et de l'industrie (clients, fournisseurs, etc.), pourtant bien utiles en phase de pré-engagement. Ce qui laisse inchangé le niveau global des échanges avant l'arrivée à un stade bien avancé du développement.

Chtourou Wafi, Université Jean Moulin, Lyon - France

Communication n° 006
Atelier 2
Me 11:00-13:00

Réseaux personnels, d'affaires et informationnels: une dynamique complexe.

Les travaux récents sur l'importance du réseautage pour un meilleur contrôle de l'information, notamment pour les PME, ont permis de distinguer les réseaux personnels et d'affaires, à liens ou à signaux forts, de ceux plus proprement informationnels et généralement à signaux faibles, ainsi que les réseaux sociaux. Certains de ces travaux ont ainsi montré l'importance de ces signaux faibles pour soutenir l'innovation, ou du moins la complexification des produits offerts et l'exportation. Mais, le fait d'être aussi reliées à des réseaux à signaux forts demeure important pour ces entreprises si ce n'est que pour diminuer l'ambiguïté dans l'information obtenue par les signaux faibles et surtout pour trouver les ressources complémentaires pour appliquer cette innovation.

À l'aide d'une enquête auprès d'une centaine de dirigeants de PME d'une région québécoise en reconversion sur leurs sources informationnelles touchant le développement de leur entreprise, nous montrons non seulement la complémentarité, mais aussi l'évolution entre ces différents réseaux en fonction des besoins de chaque entreprise selon le type de produits offerts et de marché desservi.

Pierre-André Julien, Université du Québec Trois-Rivières - Canada

Richard Lachance, Université du Québec Trois-Rivières - Canada

Communication n° 007
Atelier 2
Me 11:00-13:00

L'alliance stratégique en phase de démarrage: essai de modélisation et de typologie.

Si les travaux sur les alliances stratégiques et plus largement les coopérations entre PME sont relativement nombreux, la connaissance des processus d'alliance dès la phase de démarrage de l'entreprise demeure peu développée. L'objet de cette communication est de s'interroger sur les raisons qui conduisent les TPE à recourir à une alliance stratégique dès le démarrage, et sur les formes que prennent ces alliances. Un essai de modélisation de l'alliance stratégique en phase de démarrage sera proposé. Cette recherche, fondée sur quatre études de cas d'alliances de TPE, vise à proposer une typologie d'alliances et en analyser les effets. À partir d'entretiens semi-directifs et une analyse de discours thématique, les résultats de cette recherche présentent quatre configurations d'alliances et mettent en évidence deux dimensions clés: le lien entre les partenaires (social ou économique), et l'intérêt à s'allier (symétrique vs asymétrique). Finalement, les effets de ce type de partenariat sur le franchissement du cap du démarrage seront discutés.

Annabelle Jaouen, Groupe Sup de Co Montpellier, Montpellier - France

Sylvie Sammut, Université Montpellier, Montpellier - France

Communication n° 008
Atelier 2
Me 11:00-13:00

**Modes de construction et de mobilisation du réseau personnel:
le cas des entrepreneurs néo-ruraux.**

Ce papier constitue un propos d'étape d'une recherche en cours. Cette recherche vise à comprendre comment les entrepreneurs néo-ruraux génèrent le capital social entrepreneurial indispensable pour pallier leurs manques en capital physique, financier et humain.

La première étape de la recherche a été de déterminer les particularités de notre champ de recherche, les entrepreneurs néo-ruraux. Pour cela, une étude exploratoire auprès de 12 cas a été conduite. Outre des mobiles proches du lifestyle entrepreneur, nous avons observé un faible encastrement territorial, qui apparaît plus comme une opportunité que comme un handicap. L'approche par l'encastrement territorial ne semble donc pas adaptée à notre champ de recherche.

Notre cadre théorique s'appuie sur l'approche par les réseaux sociaux: c'est la configuration (en terme de structure, de contenu des liens et d'attributs des alters) du réseau personnel de l'entrepreneur qui est source de capital social. Cependant, la plupart des travaux se sont plus intéressés aux effets de ce réseau personnel sur le processus de création (soutien, conseils, ressources matérielles, financières et humaines,...) qu'à la façon dont l'entrepreneur peut agir de façon pro-active sur ce réseau.

La recherche en cours envisage d'apporter une contribution à cette interrogation. Le champ de recherche des entrepreneurs néo-ruraux constitue, en effet, un angle d'entrée nouveau dans la problématique de l'activité de réseautage en entrepreneuriat. Le cadre opératoire à adopter est alors discuté.

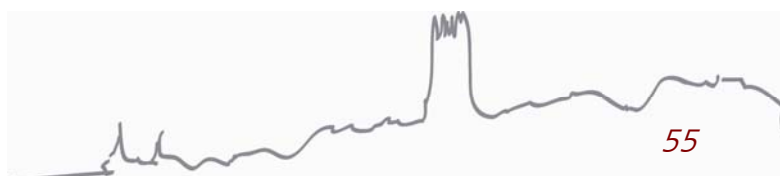
Séverine Saleilles, Université Montpellier, ATER Université Paris 5-René Descartes - France

Communication n° 009
Atelier 2
Me 11:00-13:00

**Méthodologie de création d'une communauté d'intelligence: le
cas d'un Club de Dirigeants artisans.**

Le Club des dirigeants a été créé voici trois ans selon une approche méthodologique novatrice. Il s'inscrit dans un programme de rapprochement université-entreprise visant à co-construire avec les artisans membres, des outils d'aide à la décision transférables au-delà du groupe. Les problématiques sont identifiées collectivement et le mode de construction des outils est réajusté en fonction des attentes des professionnels.

Sur le plan méthodologique, le club consiste à créer une communauté d'intelligence, c'est-à-dire un cadre dans lequel des acteurs appartenant à des organisations ayant des finalités différentes viennent échanger, pour générer un groupe cohérent ayant sa propre identité. Du point de vue pragmatique, le domaine de l'artisanat est demandeur de soutiens instrumentaux intégrant les particularités de ces toutes petites entreprises.



Cette contribution se positionne sur deux axes de problématiques étroitement liés: l'un s'attache à la compréhension de la stratégie de création de la communauté d'intelligence, tandis que l'autre traite plus précisément de la nature des productions qui peuvent être retirées.

La présentation s'attachera à situer en premier lieu le cadre de la recherche, puis les objectifs et les axes de problématiques. Les processus de construction des différents outils d'aide à la décision stratégique seront ensuite explicités: nous ferons ainsi apparaître les grilles d'analyse résultant des deux cycles de travail réalisés; la discussion sur le contexte de leur mise en œuvre permettra de mettre en évidence la vocation de création de connaissances de la démarche. Un dernier point visera à estimer les enjeux d'une telle démarche pour la communauté d'intelligence.

Marion Polge, Université d'Avignon, Université Montpellier I - France

Communication n° 010
Atelier 3
Me 11:00-13:00

Processus d'internationalisation de la PME: la nécessité d'une approche intégrative.

Cette communication a pour but de rendre public une partie des résultats d'un projet de Ra&D financé par la HES-SO sur le processus de pénétration des marchés étrangers de trois PME suisses romandes.

L'objectif poursuivi est de mettre en évidence les apports et les limites de trois approches théoriques - l'approche "behavioriste", par les "ressources" et par les "réseaux" - dans l'analyse du processus d'internationalisation suivi par une des entreprises partenaires du projet, la PME STS-Industrie SA, de 1976 à 2002.

Les résultats de cette étude montrent clairement que le processus d'internationalisation suivi par cette PME ne peut être compris qu'en privilégiant une approche intégrative. Les trois approches théoriques étudiées sont donc parfaitement complémentaires et s'approchent de beaucoup de la soi-disant nouvelle approche dite des « Born Globals ».

Jean-Marc Bigler, HEIG-Vaud, Yverdon-les-Bains - Suisse

Nathalie Nyffeler, HEIG-Vaud, Yverdon-les-Bains - Suisse

Communication n° 011
Atelier 3
Me 11:00-13:00

L'internationalisation des PME: une tentative d'état des lieux.

Le thème de l'internationalisation des PME a donné lieu à une littérature abondante. Pour autant et comme souvent lorsqu'il s'agit de la PME, les résultats des nombreuses études sur le sujet, sont souvent contradictoires. Ainsi de l'influence de la taille de l'entreprise ou du profil type de la PME internationalisée.

L'absence de définition commune de la PME pèse évidemment sur ce premier constat.

Toutefois, les contradictions révélées par la littérature peuvent être salutaires et cela pour deux raisons principales: en premier lieu, parce qu'elles permettent de battre en brèche un certain

nombre de fausses évidences, comme par exemple la nécessité absolue pour les PME de s'insérer dans des processus d'internationalisation.

En second lieu, parce qu'elles permettent précisément de se poser des questions qui relèvent de l'ordre de la complexité et donc ne se laissent pas enfermer dans la catégorie des recettes.

Dans cette perspective, un état des lieux peut constituer le moment privilégié où les acquis se mêlent aux interrogations et où peuvent poindre les pistes de recherche pour l'avenir.

Jean-Claude Pacitto, Laboratoire IRG, Créteil - France

Communication n° 012
Atelier 3
Me 11:00-13:00

Une lecture entrepreneuriale de l'internationalisation des PMI sous-traitantes.

Dans quelle mesure le comportement entrepreneurial de la PMI sous-traitante affecte-t-il la manière dont elle s'internationalise? L'article se fonde sur une étude des modalités et du processus d'internationalisation des PMI sous-traitantes françaises menée dans le cadre d'un travail multi-méthodes. Il montre que la subordination économique du sous-traitant au donneur d'ordres constitue une entrave structurelle au développement d'une démarche entrepreneuriale susceptible d'être levée à l'international. Ainsi la modalité d'internationalisation "autonome" traduit explicitement un comportement entrepreneurial contrairement aux autres modalités où l'internationalisation est soutenue par un ou plusieurs des acteurs du réseau d'affaires de la PMI sous-traitante.

Valérie Barbat, Ecole de Management, Bordeaux - France

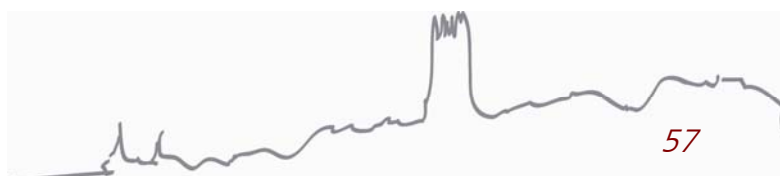
Martine Hlady Rispal, Université Montesquieu, Bordeaux - France

Communication n° 013
Atelier 3
Me 11:00-13:00

L'internationalisation des PME: pour une relecture en termes de Ressources et compétences.

L'objet de cette communication est d'essayer, en prenant compte des caractéristiques des PME, d'intégrer l'ensemble des contributions de ces approches autour du concept de Ressources et compétences. Pour ce faire, notre travail s'articule en deux étapes. Au cours de la première, il s'agit d'identifier et de mieux connaître les trois approches décrivant le processus d'internationalisation des PME. Dans la deuxième étape, nous tenterons de reformuler les apports de ces trois approches autour du concept fédérateur de ressources et compétences.

Soulaimane Laghzaoui, Université Paul Cézanne Aix-Marseille III, GREFI - France



Communication n° 014
Atelier 4
Me 11:00-13:00**Les facteurs critiques de succès et l'internet: votre PME navigue ou se noie?**

Soumis aux turbulences des technologies continuellement effervescentes, le gestionnaire d'aujourd'hui doit faire face à un double défi: choisir et implanter adéquatement des technologies innovatrices et ce, tout en faisant en sorte qu'elles soient utilisées par les individus de manière à réellement participer au processus de création de valeur pour l'entreprise. Dans ce sens, les nombreux échecs qui sont rapportés au niveau des technologies (TI) et des systèmes d'information (SI) en général prouvent que les entreprises, tailles et secteurs confondus, ont de la difficulté à faire face à la seconde part de l'équation, soit l'appropriation des technologies par les utilisateurs. Cela dit, on peut mieux concevoir à quel point les développements rapides des diverses applications reliées à l'internet peuvent avoir des effets significatifs sur l'organisation et ses pratiques de gestion. De fait, bien que l'internet s'inscrive dans un processus de développement normal des TI, certaines particularités de ses applications, par rapport à des technologies plus traditionnelles, risquent de modifier en profondeur les processus, les structures, la culture et les compétences requises tout autant que la notion même de pouvoir de l'information.

C'est dans cette perspective que des entrevues auprès de quatre dirigeants de PME de la région de la Mauricie concernant l'utilisation et l'appropriation des technologies de l'internet ont été réalisées. Concrètement, ces technologies consistaient en la navigation sur des sites web, l'utilisation d'un intranet, d'un portail, d'un moteur de recherche ou d'un logiciel de groupe (collecticiel) et la participation à des forums de discussion. Une analyse qualitative du contexte organisationnel et des facteurs critiques de succès a permis de souligner l'importance des éléments qui peuvent, a priori, sembler peu pertinents aux gestionnaires. Ainsi, les propos recueillis quant à l'importance des mesures de sécurité, la consultation des futurs utilisateurs, la formulation et la diffusion d'objectifs clairs, le soutien et l'encouragement à l'utilisation de la part de l'équipe dirigeante, la disponibilité des ressources, les mécanismes de gestion des problèmes et crises qui surviennent inévitablement au moment de l'introduction et, enfin, la façon dont l'entreprise aborde le changement ont mené à des interprétations particulièrement révélatrices sur le chemin qui reste à parcourir pour la PME qui aborde le monde de l'internet.

Une étude exploratoire, basée sur quatre entrevues réalisées auprès de dirigeants de PME, a permis d'identifier certains facteurs contribuant ou non à encourager l'utilisation des applications de l'internet. Notamment, l'importance des mesures de sécurité, la consultation des futurs utilisateurs, la formulation et la diffusion d'objectifs clairs, le soutien et l'encouragement à l'utilisation de la part de l'équipe dirigeante, la disponibilité des ressources ainsi que les mécanismes de gestion des problèmes et des crises qui surviennent inévitablement sont autant de facteurs qui ne trouvent pas nécessairement d'écho auprès des gestionnaires de PME.

Claudia Pelletier, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada
Éliane M.-F. Moreau, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Communication n° 015
Atelier 4
Me 11:00-13:00**Implications des stades de e-maturité pour la PME exportatrice.**

Cette communication porte sur l'adoption du commerce électronique par les PME exportatrices. En se basant sur les concepts de « maturité e-business » et de « pratiques exportatrices » au sein de la PME, notre recherche propose un modèle permettant de comprendre l'utilisation potentielle des applications de l'Internet pour l'exportation à chaque stade de la e-maturité (sophistication e-trade). Ce modèle met en relief la nature évolutive des affaires électroniques en tant que levier d'optimisation de l'usage des technologies Internet dans le cadre de stratégie d'exportation.

Lassaad Ghachem, Institut de l'Entreprise Université de Neuchâtel - Suisse

Communication n° 016
Atelier 4
Me 11:00-13:00**eSarine - Le Magasin Electronique pour PME.**

Le commerce électronique peut devenir un avantage concurrentiel déterminant pour les petites et moyennes entreprises. Par leur flexibilité et leur capacité d'innovation les PME peuvent pleinement profiter de la globalisation offerte par l'Internet à condition de disposer de systèmes d'information adéquats. Grâce à son support complet de l'internationalisation ainsi que la possibilité de gérer plusieurs designs, le magasin électronique eSarine permet aux PME de s'adresser à un public venu de tout horizon. De plus, par son approche en ligne et sa conception totalement modulaire, eSarine s'adapte parfaitement aux besoins spécifiques des PME.

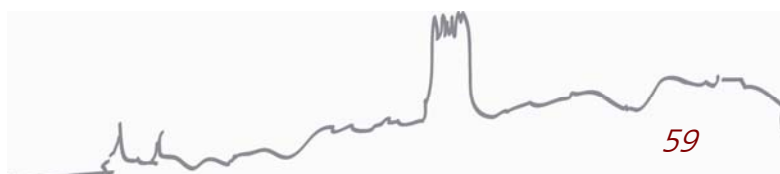
Nicolas Werro, Université de Fribourg - Suisse

Henrik Stormer, Université de Fribourg - Suisse

Marco Savini, Université de Fribourg - Suisse

Communication n° 017
Atelier 4
Me 11:00-13:00**SoftCust: la localisation et la sécurisation du logiciel pour le marché chinois.**

Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises suisses réfléchissent sur la manière de saisir des opportunités d'affaires sur le marché chinois: extension des ventes, nouvelles implantations, alliances stratégiques, réduction des coûts de production, etc. Dans le domaine du développement d'applications software, la Suisse possède encore un marché global très modeste, en particulier en Chine, par rapport aux concurrents européens ou américains.



Manifestement, il existe en Chine une forte demande de logiciels de gestion puissants et spécifiques aussi bien dans l'industrie que les services, ce qui attire développeurs et sociétés du monde entier sur ce marché très loin d'être saturé. Dans ce contexte, le projet SoftCust permettra de répondre à deux questions fondamentales:

- Peut-on faciliter la vente de logiciels suisses localisés pour le marché chinois?
- Peut-on établir un véritable réseau entre la Suisse et la Chine pour développer des compétences techniques pour la customisation et localisation de software?

Lan Zhu, Haute école valaisanne, Sierre - Suisse

Communication n° 018
Atelier 5
Me 11:00-13:00

Entrepreneuriat et droit: plaidoyer pour une approche marginale. Éléments de réflexion.

L'entrepreneuriat et le droit entretiennent de nombreuses relations; le second interférant inévitablement avec le premier. L'objectif de cette communication n'est cependant pas de dresser l'inventaire (impossible) des dimensions juridiques appelées à cette occasion. Il est d'expliquer le droit non comme le champ des interdits, mais celui des possibles, au moyen d'une approche marginale. Celle-ci prend en compte et la norme et les rapports qu'entretiennent avec elle ses parties prenantes, c'est-à-dire aussi bien les acteurs à qui elle s'applique que ceux qui veillent à son application. Ainsi, de nombreuses marges de manœuvre existent et constituent autant d'éléments à appréhender lorsqu'on intègre dans toute démarche entrepreneuriale les dimensions juridiques afférentes. Cette approche implique alors de considérer des enjeux d'identification, de décodage, de rationalité limitée, de langage commun, de connaissance du contexte d'application et de gestion des risques. Elle nécessite encore de saisir les dynamiques possibles dans la mesure où le droit et les comportements d'acteurs concernés évoluent constamment. Cette étude nous amènera à situer la relation au droit de l'entrepreneur au delà de certains a priori et à proposer quelques éléments de réflexion sur des pratiques d'accompagnement et d'enseignement, ainsi que sur des pistes de recherche qu'elles suggèrent.

Pascal Philippart, Institut d'Administration des Entreprises, Lille - France

Communication n° 019
Atelier 5
Me 11:00-13:00

La structure de propriété et l'anticipation, quel rapport? Cas de la moyenne entreprise - approche théorique.

En référence à une étude empirique réalisée dans un précédent travail de recherche et après examen de la littérature au sujet de la structure de propriété et l'anticipation, nous tenterons, dans ce présent travail, d'explorer le cas de la moyenne entreprise quant à l'éventuelle relation à l'égard de ces deux derniers concepts. Cet article a pour objectif de mettre en lumière l'incidence de la structure de propriété sur l'attitude d'anticipation de la moyenne entreprise. Aussi, un regard particulier sera porté sur la différence de perception de l'horizon d'anticipation entre les actionnaires et les dirigeants. Dans une première approche, nous nous intéresserons à l'aspect théorique basé sur une revue de littérature laquelle sera complétée, par la suite, par des études de cas.

Ikououbel Anissa, Université de Caen Basse-Normandie - France

Communication n° 020
Atelier 5
Me 11:00-13:00**L'entrepreneur institutionnel face à la transition: l'action des PME françaises en Europe de l'Est.**

Cette communication s'intéresse aux stratégies internationales des PME, sous l'angle de leurs actions sur l'environnement institutionnel des pays dans lesquels elles se déploient. Le développement de la théorie néo-institutionnelle des organisations depuis deux décennies a en effet montré l'importance de la relation entre l'entreprise et les institutions qui l'entourent. Dans ce cadre, l'entrepreneur institutionnel définit un type particulier d'acteur, susceptible d'agir sur l'environnement institutionnel pour le transformer dans un sens qui lui soit plus favorable.

Fondée sur une recherche exploratoire menée entre 1999 et 2003 auprès de trois PME françaises engagées dans les Pays d'Europe Centrale, la recherche aura pour objectif de comprendre comment les PME internationales peuvent agir sur l'environnement institutionnel des pays cibles afin de se développer. De façon plus spécifique, il s'agira de déterminer la nature des actions stratégiques engagées par les PME et leur impact sur l'environnement institutionnel.

Stéphan Bourcieu, Groupe ESC Dijon-Bourgogne - France

Communication n° 021
Atelier 5
Me 11:00-13:00**Pour déconstruire le concept d'entrepreneuriat institutionnel et ses utilisations abusives en Management Stratégique.**

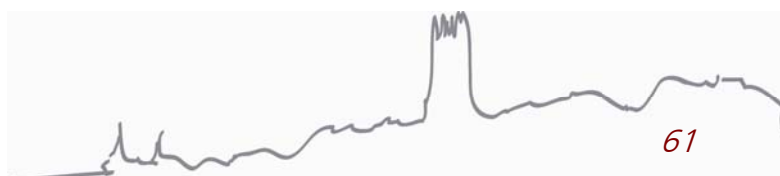
La thématique entrepreneuriale semble tellement en vogue que le qualificatif est de plus en plus utilisé dans divers champs de recherche en Economie, Sociologie et Management. Nous nous intéresserons, dans ce travail, à l'entrepreneuriat institutionnel en instruisant une erreur typique d'application du concept qui nous est fournie par le travail de Durand et Kleiner (2005) qui qualifient Ryanair d'entrepreneur institutionnel, en considérant qu'avec une politique commerciale agressive et en recherchant de nouveaux aéroports pour maîtriser ses coûts, la célèbre entreprise Low-Costs a modifié le marché du transport aérien en y introduisant de nouveaux acteurs.

L'instruction de cette application abusive du concept (1) nous conduit, en étudiant ce que la recherche en entrepreneuriat livre comme enseignements sur le sujet, à proposer « un retour aux sources » (2) à partir duquel une nouvelle modélisation de l'entrepreneuriat institutionnel et de ses contours est proposée (3). Notre travail interroge plus largement les limites à l'extension du champ de la recherche en entrepreneuriat.

Thierry Levy-Tadjine, Centre Universitaire de Technologie du Liban-Nord - Liban

Amine Chelly, Université du SUD Toulon-Var - France

Robert Paturel, Université du SUD Toulon-Var - France



Communication n° 022
Atelier 6
Me 14:45-16:30

Entreprendre en économie sociale/solidaire et commerce équitable au Cameroun.

L'objet de cette contribution est d'analyser le commerce équitable comme une des stratégies entrepreneuriales émergentes d'internationalisation des petites entreprises pour un développement humain durable. En tenant compte de la littérature existante sur l'entrepreneuriat social et solidaire, nous avons développé les données de terrain en utilisant une approche socioéconomique. Dans la discussion, nous avons analysé quelques stratégies à succès des petites entreprises sociales et solidaires camerounaises qui permettent de produire des biens et services (out put) éthiques et qui jouent un rôle non moins important dans le commerce équitable pour un développement humain durable.

Gérard Tchouassi, Université de Yaoundé II - Cameroun

Communication n° 023
Atelier 6
Me 14:45-16:30

L'accompagnement des éco-entrepreneurs: une étude exploratoire.

Cette communication se propose d'étudier l'accompagnement d'une catégorie d'entrepreneurs qualifiés d'éco-entrepreneurs en raison de la nature de leurs activités, à savoir les éco-entreprises. Le thème de l'entrepreneuriat « vert » semble mériter un intérêt grandissant des chercheurs francophones en gestion à l'instar d'autres logiques récemment développées comme l'entrepreneuriat néo-rural (Saleilles, 2005) ou l'entrepreneuriat immigré (Lévy et alii., 2004). La typologie de Taylor et Walley (2004) des éco-entrepreneurs sert de grille de lecture à notre recherche. La question centrale est la suivante: Un accompagnement différencié selon le type d'éco-entrepreneurs a-t-il un sens? Dans l'affirmative, comment opérationnaliser cette différenciation de l'accompagnement afin d'en améliorer la performance? Cette recherche exploratoire est en cours de réalisation dans le Nord de la France. Le plan adopté s'articule autour de la présentation du cadre théorique mobilisé dans cette étude (1.), ainsi que du terrain de recherche privilégié et de la méthodologie envisagée (2.).

Concept protéiforme, l'accompagnement demeure largement mobilisé par les chercheurs en sciences de gestion et, plus spécifiquement, dans le milieu de l'entrepreneuriat (Cuzin et Fayolle, 2004; Barès, 2004; Sammut, 1998a; Hernandez, 1999). Gage de survie des jeunes entreprises, cet accompagnement vise la performance. Or, des travaux comme ceux de Saleilles (2005) sur les néo-ruraux ou de Lévy et Alii. (2004) sur les entrepreneurs immigrés ouvrent la voie à la pertinence d'un accompagnement différencié selon le profil des entrepreneurs. Par ailleurs, la prise de conscience de la non-durabilité du mode de développement actuel encourage l'adoption de politiques environnementales de plus en plus contraignantes, formidable stimulant pour le marché des éco-industries. Aussi, notre étude se focalise sur une cible spécifique, les créateurs d'éco-entreprises qualifiés d'éco-entrepreneurs. A l'instar de l'éthique, l'éco-entrepreneuriat est peut-être soumis à des influences culturelles comme l'ont montré Bucar et alii (2003). En effet, les recherches sur l'éco-entrepreneuriat sont encore marginales en France, mais se multiplient hors de nos frontières (Grande-Bretagne, Allemagne, Finlande, Australie, Brésil, etc.). Des chercheurs ont ainsi élaboré des typologies d'éco-entrepreneurs dont celle de Taylor et Walley (2004) qui sert à définir notre design de recherche.

Sandrine Berger-Douce, IAE Valenciennes, Valenciennes - France

Communication n° 024
Atelier 6
Me 14:45-16:30

Perception du développement durable par des dirigeants de petites entreprises: résultats d'enquêtes.

Le mouvement du développement durable prend de plus en plus d'ampleur, et les entreprises en sont des acteurs importants. Les principales observations et exemples proviennent des plus grandes entreprises, alors que les plus petites représentent une part très importante de l'activité économique et sociale. Il s'agit dans cette communication de présenter les résultats d'une enquête menée dans une ville du sud de la France, auprès de 79 dirigeants de petites entreprises (entre 10 et 50 salariés), afin de percevoir comment est défini le concept de développement durable, quelles sont les préoccupations particulières des dirigeants dans ce domaine, mais aussi leurs motivations ou leurs freins, et comment ils désirent éventuellement se faire assister pour s'impliquer davantage. Pour pallier le caractère local de l'enquête, de nombreuses comparaisons sont faites avec les résultats de quelques études françaises et européennes existantes.

Enfin, une synthèse des données obtenues est présentée à travers un schéma systémique représentant l'intégration des préoccupations des dirigeants de petites entreprises en matière de développement durable, dans leur système de gestion.

Agnès Paradas, Université d'Avignon, Saint Rémy de Provence - France

Communication n° 025
Atelier 6
Me 14:45-16:30

Des spécificités du processus entrepreneurial dans un contexte solidaire: une étude dans le secteur de la formation.

Cette recherche se concentre sur un secteur particulier, celui de la formation (initiale et continue). Nous adoptons une démarche comparative entre le secteur associatif (85 structures) et le secteur privé (106 établissements). Nous visons un triple objectif. Dans un premier temps, nous décrivons les trajectoires socio-entrepreneuriales des créateurs de ces organismes. Ces dernières permettent de caractériser les motivations des entrepreneurs solidaires, fondamentalement différentes de celles des créateurs de structures privées.

Dans un deuxième temps, nous analysons les conditions d'émergence des projets à travers les recours aux systèmes de soutien à l'entrepreneuriat et aux financements. L'hybridation des ressources dans le champ solidaire est une spécificité distinctive du champ marchand. Enfin, nous appréhendons les comportements managériaux des entrepreneurs à travers lesquels nous expliquons une perte partielle de spécificité des associations par le concept d'isomorphisme institutionnel; les associations adoptent, sous les contraintes du marché et des bailleurs publics, des modes managériaux de plus en plus similaires à ceux en pratique dans les structures privées.

Azzedine Tounés, Pôle d'Enseignement et de Recherche Stratégie et Entrepreneuriat, Savoie Technolac, Le Bourget du Lac - France



Communication n° 026
Atelier 7
Me 14:45-16:30**L'apprentissage authentique dans les enseignements en PME.**
Bilan d'une innovation pédagogique.

Soucieux de répondre aux appels répétés pour une plus grande qualité des environnements pédagogiques en entrepreneuriat/PME (Kyro et Carrier, 2005; Schmitt, 2005), nous avons entrepris à l'automne 2005, un projet pilote intitulé Salon de la PME auprès de deux classes (103 étudiants) inscrits au cours «Management des PME» (2^e année d'une grande école de commerce). Cette recherche présente l'analyse des perceptions des étudiants quant aux retombées de cette expérimentation pédagogique sur leurs apprentissages. Ce travail de mise à plat d'une innovation pédagogique enclenche un début de conceptualisation basée sur les notions d'apprentissage authentique (Tochon, 2000) et de formation professionnelle universitaire (Lessard et Bourdoncle, 2002), notions susceptibles de donner une meilleure assise théorique aux enseignements en PME tant dans les grandes écoles que les universités.

Jean-Pierre Béchard, HEC Montréal - Canada

Louise Emond Peloquin, HEC Montréal - Canada

Communication n° 027
Atelier 7
Me 14:45-16:30**Cadrage théorique du Business Model et application à la création d'entreprise dans le cadre d'une expérience pédagogique.**

La notion de business model est apparue avec la nouvelle économie et les fameuses « start-ups ». Elle fait aujourd'hui l'objet d'une utilisation plus large. Le présent projet d'article vise à discuter de son utilité dans le cadre de la mise au point d'un projet de création d'entreprise. Deux corpus théoriques sont mobilisés pour servir la conceptualisation du Business Model, la théorie des parties prenantes et celle des conventions. Leur articulation éclaire l'exercice de conviction que doit déployer l'entrepreneur pour emporter l'adhésion de possesseurs de ressources, les transformant ainsi en « stakeholders ». Le terrain est composé d'une expérience pédagogique menée auprès d'environ 500 étudiants par an. La contribution de cette recherche est double. D'une part, elle conceptualise la notion de business model par le recours aux deux corpus théoriques mentionnés. D'autre part, elle montre l'utilité de cette conceptualisation par sa déclinaison dans plusieurs programmes d'enseignement, notamment sur la clarté dont font preuve les porteurs de projets dans l'exercice de conviction déployé auprès des possesseurs de ressources qu'ils tentent de transformer en partie prenantes.

Estèle Jouison, Université Montesquieu Bordeaux IV - France

Thierry Verstraete, Université Montesquieu Bordeaux IV, Bordeaux Ecole de Management - France

Communication n° 028
Atelier 7
Me 14:45-16:30

Mesure de l'effet à court terme et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (pee) sur l'intention entrepreneuriale des participants.

Notre recherche est menée autour d'une nouvelle méthodologie que nous avons conçue pour l'évaluation des Programmes d'Enseignement de l'Entrepreneuriat (PEE). Cette méthodologie utilise la théorie du comportement planifié et considère l'intention entrepreneuriale comme indicateur central de mesure. Ce papier présente en effet une des expérimentations récentes dans le cadre de cette recherche. Il s'agit d'un dispositif d'évaluation de l'impact du programme des Mastères Spécialisés dans une école de management française sur l'ensemble de la promotion 2004-2005. 270 étudiants étaient inscrits à ce programme. Pour commencer, nous avons administré un premier questionnaire aux participants du programme étudié pour mesurer les antécédents et le niveau des intentions entrepreneuriales au moment du démarrage de la formation. A la fin d'un séminaire de 3 jours de sensibilisation à l'entrepreneuriat, nous avons administré un second questionnaire mesurant ainsi l'impact du processus pédagogique sur la variation des mêmes variables. Ensuite, six mois plus tard, nous avons administré dans les mêmes conditions méthodologiques un troisième questionnaire pour mesurer les mêmes variables en intégrant l'effet d'un processus pédagogique plus long. Nos premiers résultats montrent qu'en considérant des sous-groupes d'étudiants en fonction de leur « acculturation » entrepreneuriale initiale (appartenance à une famille d'entrepreneurs, expériences entrepreneuriales antérieures, etc.), il s'avère que l'impact du programme étudié diffère d'un groupe à l'autre selon le degré de cette acculturation.

Alain Fayolle, EM Lyon, INP Grenoble, CERAG - France

Benoît Gailly, Université catholique de Louvain - Belgique

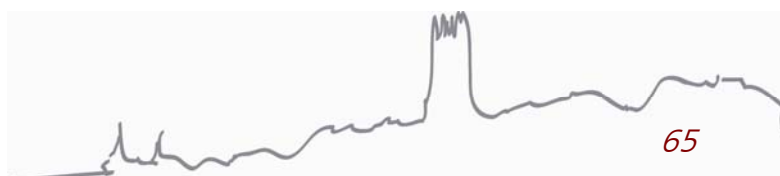
Narjisse Lassas-Clerc, EM Lyon - France

Communication n° 029
Atelier 7
Me 14:45-16:30

Motivations entrepreneuriales des étudiants - une enquête bilingue en Suisse.

L'« International Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006 » se focalise sur les étudiants des hautes écoles spécialisées et des universités, pour analyser la force entrepreneuriale dans 11 pays, en s'appuyant sur les traits de la personnalité. En Suisse, entre avril et mai 2006, 8'816 questionnaires remplis ont été générés au moyen d'un questionnaire en ligne dans 6 universités, 2 universités techniques et 24 hautes écoles spécialisées. Il en ressort, d'un point de vue suisse, d'intéressants résultats relatifs aux régions linguistiques.

Un des buts du présent rapport est d'analyser de manière différenciée la force entrepreneuriale des étudiants. Il s'agit aussi de répondre à la question de savoir s'il existe une réelle différence entre Suisse romande et Suisse alémanique, une question qui, pour la Suisse, n'a encore jamais été posée en ces termes dans le contexte des activités entrepreneuriales des étudiants. La première question de l'étude porte sur le nombre d'étudiants déjà actifs en tant qu'entrepreneurs (Young Entrepreneurs) dans les deux régions, et sur le degré de proximité du but de l'indépendance où se trouvent les entrepreneurs potentiels (Nascent Entrepreneurs).



La deuxième question de recherche se concentre avant tout sur les traits caractéristiques individuels: se pose alors la question de savoir dans quelle mesure la personnalité, les motivations et les compétences des étudiants d'une part, les obstacles perçus d'autre part, éclairent les différences entre les deux régions linguistiques. L'étude se focalise ensuite sur les facteurs qui exercent une influence avérée sur la force entrepreneuriale.

L'étude fait ressortir que pour les étudiants de langue maternelle française, l'orientation culturelle et artistique ainsi que la stabilité émotionnelle (traits de la personnalité) et l'orientation vers la créativité (motivations professionnelles) exercent une forte influence sur la force entrepreneuriale. Par ailleurs, l'évaluation conjoncturelle (obstacles perçus) en Suisse romande s'avère avoir un plus grand impact sur l'activité entrepreneuriale. Par contre, la prise de risque joue un rôle plus important en Suisse alémanique qu'en Suisse romande.

Les différences significatives constatées ont des conséquences sur la formation et l'encouragement à l'entrepreneuriat.

Rico Baldegger, HEG Fribourg - Suisse

Franck Halter, Universität St.Gallen - Suisse

Urs Fueglistaller, Universität St.Gallen - Suisse

Communication n° 030
Atelier 8
Me 14:45-16:30

L'entrepreneuse et le temps. Entrepreneuriat féminin, accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs.

L'entrepreneuse est souvent reconnue pour être plus altruiste dans son aventure entrepreneuriale que son homologue masculin. Or, LEVY-TADJINE, DEFREYMAN, PATUREL (2005) ont montré (dans le contexte français) que l'altruisme et sa conséquence, l'irruption d'acteurs plus nombreux dans le processus entrepreneurial, étaient générateurs de dissonances temporelles marquées entre l'entrepreneuse, son entourage et les parties prenantes de l'aventure entrepreneuriale (accompagnateurs, financeurs...).

Ce constat se généralise-t-il, notamment dans le contexte turc? Quelle est la conséquence de ce constat en termes d'accompagnement? C'est à ces questions que notre contribution ambitionne de répondre.

Pour ce faire, la singularité de l'entrepreneuriat féminin est d'abord discutée en regard d'études menées sur des contextes différents (français, turcs et américains). La généralisation de la singularité de l'entrepreneuriat féminin est ensuite relue en termes de dissonances temporelles (section 2). Cette relecture permet finalement de renouveler le débat sur l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin en offrant une justification à l'existence de dispositifs spécifiquement dédiés.

Thierry Lévy-Tadjine, Université du Sud Toulon-Var - France

Centre Universitaire de Technologie Franco-Libanais, Université St Esprit de Kaslik - Liban

Sibel Tokatlioglu, Université du Sud Toulon-Var - France

Jihene Zouiten, Université du Sud Toulon-Var - France

Communication n° 031
Atelier 8
Me 14:45-16:30**Une moindre fibre entrepreneuriale chez les femmes dès l'université?**

L'objet de cette recherche est de dresser un état des lieux de la relation étudiant – création d'entreprise et plus précisément de centrer l'analyse sur les femmes alors que le problème de la qualité de leur insertion professionnelle est posé. La question étudiée est alors la suivante: "L'intention entrepreneuriale des étudiantes est-elle significativement différente de celle des étudiants?" Pour y répondre, ce papier mesure leur intention de créer une entreprise mais aussi leur désir de créer une entreprise et leur faisabilité entrepreneuriale perçue et compare leurs croyances en vue d'identifier ce qui les distingue. Plus précisément, les valeurs professionnelles des étudiants (i.e. les caractéristiques professionnelles qu'ils valorisent), leur vision de l'entrepreneuriat (i.e. les besoins qu'ils jugent satisfaits par l'entrepreneuriat), leur degré de confiance en leur capacité à mener à bien les tâches jugées critiques pour la réussite d'un processus entrepreneurial sont examinées. Des analyses descriptives et comparatives (ANOVA) sont menées sur les résultats d'une enquête réalisée auprès de 809 étudiants dans le contexte de mise en œuvre de la première Maison de l'Entrepreneuriat – Grenoble Universités. Les résultats montrent que l'intention de créer une entreprise après les études diffère suivant le sexe. L'analyse descriptive du désir des étudiants de créer une entreprise et de leur faisabilité entrepreneuriale perçue montre aussi clairement que des différences existent entre les hommes et les femmes.

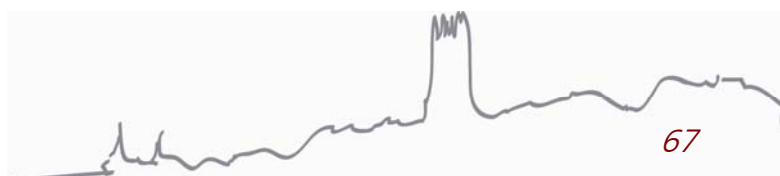
Jean-Pierre Boissin, CERAG, Grenoble - France

Sandrine Emin, Université d'Angers - France

Communication n° 032
Atelier 8
Me 14:45-16:30**Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran.**

La recherche sur l'entrepreneuriat féminin date des années 70. Elle a beaucoup progressé dans les pays développés depuis plus de 30 ans, mais reste au début de sa phase d'émergence dans les pays en voie de développement. La présence de différences fortes au niveau des structures sociales des pays développés par rapport à celles des pays en voie de développement, exige l'étude de ces contextes au sein desquels a lieu la création des entreprises par les femmes.

On sait que le développement économique, politique et culturel des pays provient de l'action des entrepreneurs parmi lesquels figurent les femmes entrepreneurs. Au cours des dernières années, on assiste à une croissance du nombre des entreprises créées par les femmes dans le monde. En Iran, malgré la participation accrue des femmes aux différents niveaux de l'enseignement, elles continuent à être confrontées à de nombreuses barrières dans leurs tentatives d'entrer dans les affaires. Un regard général sur le statut des femmes, sur le système éducatif et sur l'emploi, rappelle l'urgence à mettre en place un cadre qui convienne au développement de l'entrepreneuriat et au renforcement du rôle des femmes dans les activités entrepreneuriales, afin de bénéficier de leur contribution à l'économie du pays.



Pour comprendre comment les femmes diplômées iraniennes créent leur société, nous avons tenté d'élaborer un modèle après avoir réalisé une revue de la littérature sur l'entrepreneuriat féminin et sur les modèles existants dans ce domaine. Nous l'avons ensuite testé. Les résultats montrent que parmi les quatre groupes de facteurs environnementaux dégagés (facteurs socioculturels, économiques, codes et politiques du gouvernement et réseaux entrepreneuriaux), seuls les réseaux entrepreneuriaux favorisent l'entrepreneuriat féminin dans le contexte iranien. Les autres facteurs soit jouent un rôle inhibiteur, soit sont sans effet dans la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes.

Robert Paturel, Université du Sud, Toulon-Var - France

Zahra Arasti, Université de Golpayegan, Téhéran - Iran

Communication n° 033
Atelier 8
Me 14:45-16:30

L'entrepreneuriat féminin au Maroc: une étude exploratoire.

La présente communication vise à dresser un portrait de l'entrepreneuriat féminin au Maroc et ce, à travers la description des caractéristiques des femmes propriétaires-dirigeantes ainsi que de leurs entreprises.

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 579 femmes chefs d'entreprises par l'AFEM (Association des Femmes chefs d'Entreprise au Maroc), avec l'assistance financière de la commission européenne et l'appui de la CGEM (la Confédération Générale des Entreprises du Maroc).

Cette étude nous permet de dresser une image de l'entrepreneuriat féminin au Maroc, afin de soulever les difficultés rencontrées dans les démarches de la création et de la gestion des entreprises créées par les femmes. Un tel constat soulève des questions intéressantes au regard des politiques d'accompagnements et de soutien proposées par l'Etat et par le tissu associatif.

Fatimaezzahra Rachdi, Laboratoire ERMES (Toulon), EDHEC Nice - France

Communication n° 034
Atelier 8
Me 14:45-16:30

Les femmes repreneuses d'une entreprise familiale: difficultés et stratégies.

Cette communication présente des résultats de recherche afférents à la reprise d'entreprise familiale par des filles d'entrepreneurs. Nous identifions les différentes stratégies mises en œuvre par les femmes repreneuses dans ce contexte d'entreprise familiale pour asseoir leur crédibilité et affirmer leur identité de femmes chefs d'entreprise. Ces stratégies peuvent se concevoir en termes de choix des personnes-clés dans leur entourage, de développement de compétences spécifiques, de gestion des ressources humaines, ou de comportements en matière financière et bancaire.

Christina Constantinidis, École de gestion de l'Université de Liège - Belgique

Annie Cornet, École de gestion de l'Université de Liège - Belgique

Communication n° 035
Atelier 9
Me 14:45-16:30

Les PME du multimédia à Montréal: un cluster en développement?

Dans ce texte, nous nous intéresserons aux PME et au secteur du multimédia à Montréal, secteur qui a été largement alimenté par la mise en place de programmes gouvernementaux (Cité du multimédia, aide à l'emploi dans le secteur du multimédia notamment). Nous nous demanderons s'il peut s'agir ici d'un cluster, ou encore district industriel, étant entendu que les divers ordres de gouvernement sont intervenus fortement pour tenter de développer ici quelque chose qui devait s'apparenter à ces thèses. Après quelques années de développement et de soutien, le gouvernement libéral, qui a récemment succédé au gouvernement du parti québécois en avril 2003, mettait la hache dans ces divers soutiens au secteur du multimédia. En effet, le nouveau gouvernement libéral a d'abord éliminé les subventions à la création d'emploi au printemps 2003; les entreprises déjà bénéficiaires continuent de recevoir de l'aide mais aucune nouvelle entreprise n'est admise dans le programme, qui devait initialement se prolonger jusqu'en 2010. Par ailleurs, en janvier 2004, il a vendu la Cité du multimédia pour quelque 147 millions de dollars à un promoteur de Toronto, réalisant ici un bénéfice relativement réduit, compte tenu de la valeur présumée de la Cité et des investissements passés, soit de 12 millions de dollars canadiens.

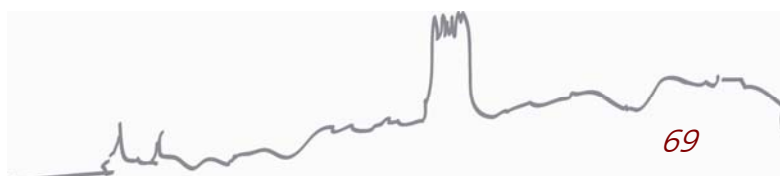
Nous dressons d'abord un portrait du secteur du multimédia, puis nous nous interrogerons quant à savoir si les PME du secteur peuvent constituer un district technologique ou cluster¹, comme le souhaitaient les promoteurs premiers de la Cité du multimédia et des investissements publics dans ce secteur.

Dans cette perspective, nous commencerons d'abord par faire une revue des concepts théoriques, pour ensuite décrire le secteur du multimédia. Enfin, nous nous poserons la question de savoir si nous nous trouvons ici devant un modèle ou une configuration pouvant s'apparenter à ce que l'on entend habituellement par district ou milieu innovateur.

Nous présenterons une conclusion préliminaire à cet égard, puisque la Cité continue bien sûr d'évoluer. Nous pouvons néanmoins avancer des hypothèses ou conclusions préliminaires d'intérêt pour les analystes s'intéressant au secteur du multimédia, comme pour les chercheurs s'intéressant à la possibilité de "créer" de toute pièce des milieux innovateurs par le biais de l'intervention publique, comme ce fut le cas au Québec avec la Cité du multimédia.

¹ Nous nous étions précédemment intéressée aux thèses des milieux innovateurs et systèmes locaux de production, mais un projet de recherche pan-canadien plus récent nous a amenée à nous centrer sur les thèses des clusters et districts industriels, que nous privilégierons finalement ici.

Diane-Gabrielle Tremblay, UQAM, Montréal - Canada



Communication n° 036
Atelier 9
Me 14:45-16:30**Facteurs influençant la croissance de l'emploi des PME wallonnes.**

Les entreprises en croissance et, a fortiori, les entreprises à forte et à très forte croissance, constituant une exception, mais contribuant plus que proportionnellement à la création d'emploi, il est essentiel de mieux cerner le phénomène de croissance. Celui-ci a déjà donné lieu à de nombreux travaux empiriques manquant toutefois d'ancrage théorique et se limitant à l'analyse de l'impact d'un nombre limité de types de variables. Après avoir choisi le modèle théorique qui sera utilisé pour analyser causalement la croissance, nous tenterons d'identifier les différents types de variables ayant donné lieu aux résultats les plus significatifs et de les tester simultanément. Ces variables feront l'objet d'une étude empirique sur un échantillon de plus de 500 primo-créeurs wallons. Plutôt que de formaliser la croissance des entreprises au travers d'une équation linéaire, comme c'est le cas de la plupart des travaux en sciences de gestion, sans distinguer les entreprises en décroissance de celles en stabilité, en croissance, en forte ou en très forte croissance, le modèle empirique utilisé est de type Tobit, permettant de tenir compte du fait que certaines entreprises ont connu une décroissance, une stagnation ou une croissance inférieure à des seuils de forte ou de très forte croissance. L'originalité de cette communication repose donc sur son ancrage théorique, la diversité des types de variables étudiées, ses données et le traitement statistique choisi. Nos résultats montrent que quatre variables relatives à l'entrepreneur, trois variables concernant la firme et la seule variable choisie ayant trait à la stratégie, influencent significativement la croissance. Par contre, l'environnement ne semble pas avoir d'impact. Nos résultats démontrent que la croissance ne peut être appréhendée que dans une perspective multidimensionnelle et plaident pour l'adoption d'un modèle théorique complet intégrant des variables explicatives de types divers. En outre, elle ne peut être étudiée que dans ses déclinaisons, sous forme de croissance positive, de croissance forte ou très forte.

Jean-Luc Guyot, Institut wallon de l'évaluation de la prospective et de la statistique, Jambes - Belgique

Frank Janssen, Université catholique, Louvain-la-Neuve - Belgique

Olivier Lohest, Institut wallon de l'évaluation de la prospective et de la statistique, Jambes - Belgique

Communication n° 037
Atelier 9
Me 14:45-16:30**Une méthodologie pour analyser les groupements localisés d'entreprises: le cas de l'association Produit en Bretagne.**

Depuis sa création dans les années 1990, l'association Produit en Bretagne (PEB) n'a cessé d'intégrer de nouveaux adhérents. Si la gestion en devient de plus en plus complexe et les critiques de plus en plus nombreuses à l'encontre de la marque régionale, le succès ne se dément pourtant pas. Afin de mieux comprendre les motivations des adhérents et la pérennité de ce réseau régional, nous tentons une analyse en deux temps. Premièrement, grâce aux outils de la théorie de proximité, nous allons étudier les fondements de l'association, en mettant en évidence le rôle de la proximité géographique et celui de la proximité organisationnelle au sein du réseau.

Ensuite, à partir d'une série d'entretiens réalisés auprès d'adhérents de PEB, nous établirons une typologie des adhérents, nous permettant de déterminer un dénominateur commun à la motivation à la participation à cette association et d'affiner l'influence de la proximité géographique et de la proximité organisationnelle sur ce type de réseau.

Sandrine Stervinou, Audencia Nantes, Nantes - France

Sébastien Lê, AgroCampus, Rennes - France

Communication n° 038
Atelier 9
Me 14:45-16:30

Quelle stratégie pour une valorisation de l'innovation dans le cadre du pôle de compétitivité végétal angevin.

Le gouvernement français a validé 55 pôles de compétitivité en octobre 2005 dont 15 à vocations mondiales. Le pôle végétal angevin a été labellisé pour son potentiel à dimension mondial.

Il l'a été également pour la qualité des centres de recherches travaillant dans le secteur du végétal, pour les centres de formation, écoles spécialisées et enseignements supérieurs proposant des formations en adéquation avec ce secteur.

Au lendemain de la satisfaction d'avoir été labellisés, les différents acteurs, et en particulier les entreprises, tentent d'évaluer les atouts que le pôle va mettre à leur disposition.

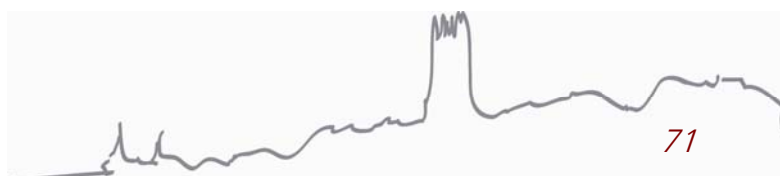
Se posent alors les premières problématiques parmi lesquelles la valorisation de l'innovation.

Cet article a pour objectif de tenter d'apporter une contribution à la mise en place d'un système d'aide à la valorisation de l'innovation à partir de réflexions menées par d'autres équipes de recherches dans un contexte socio-économique différent.

Nous allons dans une première partie décrire les différentes formes de territoire qui se sont développées depuis les districts marshalliens de la fin du 19^{ème} siècle, puis nous replacerons l'innovation dans le contexte du pôle de compétitivité angevin.

Ensuite, nous décrirons le système d'aide à la valorisation de l'innovation que nous envisageons de mettre en œuvre dans quelques PME partenaires du projet.

Jean-Claude Taddei, LARGO, Université d'Angers - France



Communication n° 039
Atelier 10
Me 14:45-16:30**Rôle de la taille de l'entreprise en matière d'exportation: le cas des PME exportatrices moldaves.**

Ces dernières années, beaucoup de PME moldaves se sont lancées à l'international et, en dépit de leur petite taille et de leur manque de ressources, elles ont bien réussi à conquérir certains marchés étrangers. La problématique d'engagement des PME dans l'exportation est d'actualité en Moldavie, mais peu d'études empiriques ont été faites jusqu'ici pour comprendre leur comportement à l'international. Le rôle des facteurs types de l'économie et de la culture moldaves dans la dynamisation des exportations a rarement fait l'objet d'une étude approfondie. Motivé par la littérature qui établit une relation positive entre la croissance des exportations et le développement économique des pays en transition, cet article présente une proposition de recherche sur les PME exportatrices moldaves visant à faire ressortir certaines variables qui les différencient des autres. Par ailleurs, le but de notre étude consiste à relativiser l'effet taille de la PME exportatrice et s'intègre dans le courant de pensée qui tente de démontrer que la petitesse n'est pas une barrière pour l'internationalisation.

Virginia Bodolica, Université du Québec en Outaouais, Gatineau - Canada

Martin Spraggon, Université du Québec en Outaouais, Gatineau - Canada

Communication n° 040
Atelier 10
Me 14:45-16:30**Performances à l'international de la PME marocaine.**

L'identification des difficultés particulières aux PMI a été l'un des soucis constants de la plupart des enquêtes menées depuis le début des années 1980, par un grand nombre de chercheurs ou bureaux d'études.

Si la taille réduite des entreprises a été, souvent, considérée comme une contrainte entravant leur développement international, d'autres études observent, par contre, que les PME demeurent les exportateurs les plus nombreux et que c'est également parmi eux que se recrutent les exportateurs les plus performants.

Cet article se propose, ainsi, d'analyser les performances à l'exportation de la PME marocaine. A cette préoccupation centrale, nous avons voulu y joindre un deuxième objectif. Il s'agit de savoir si les performances à l'exportation ne seraient pas conditionnées par le degré d'engagement des entreprises à l'international. Notre étude repose sur une enquête auprès de 34 PME exportatrices relevant exclusivement du secteur agroalimentaire.

Les éléments issus du terrain révèlent que la PME exportatrice marocaine est, quel que soit son degré d'internationalisation, loin de remplir les conditions de succès sur les marchés extérieurs.

Mostafa Abakouy, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Tanger - Maroc

Communication n° 041
Atelier 10
Me 14:45-16:30**Stratégies de survie des PME congolaises en contexte de mondialisation.**

L'objectif ultime de ce papier consiste à s'interroger sur les stratégies entrepreneuriales de survie adoptées par les petits et moyens entrepreneurs congolais dans le contexte de la mondialisation. Pour répondre à cette problématique, nous avons d'abord recouru au plan méthodologique, à l'étude documentaire à travers la littérature disponible. Une démarche d'enquête à l'aide d'un guide d'entretien auprès d'un échantillon de 30 propriétaires-dirigeants des moyennes entreprises a été conduite dans la deuxième phase de la recherche. Elle a permis de préciser les contraintes que ces entrepreneurs supportent à l'ère de la mondialisation et les stratégies de survie adoptées.

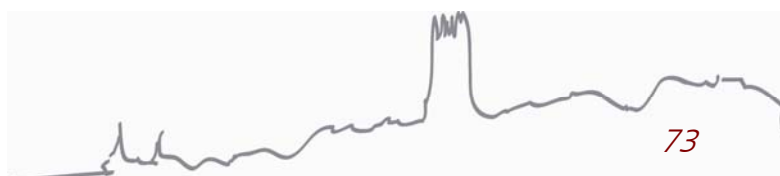
Jean Papy Manika Manzongani, Université Congo - République du Congo

Communication n° 042
Atelier 10
Me 14:45-16:30**PME en Algérie: de la création à la mondialisation.**

Depuis une dizaine d'années l'Algérie vit une transformation radicale de son environnement économique. L'engagement résolu du pays dans la voie de l'économie de marché libère les énergies entrepreneuriales, et une forte dynamique économique est enclenchée se caractérisant par un développement important et rapide de PME dans un cadre encore en transformation. Les jeunes PME évoluent dans un environnement particulièrement turbulent, notamment à cause d'une transition encore inachevée et d'une intégration rapide dans l'économie mondiale.

L'objectif de cette communication est de nous interroger sur les options stratégiques possibles pour les PME face à la menace de la mondialisation. Nous présenterons dans une première partie un état des lieux des PME algériennes. La deuxième partie sera consacrée à la description du cadre institutionnel dans lequel évoluent les firmes, ce qui nous conduira en troisième partie à analyser le comportement des PME dans l'environnement national. Nous finirons en quatrième partie par nous interroger sur les comportements envisageables et les stratégies de défense possibles pour les PME face à un environnement désormais international.

Khalil Assala, Université du Sud Toulon-Var - France



Communication n° 043
Atelier 11
Je 08:30-10:30

Le temps partagé: un outil pertinent pour le recrutement dans les PME?

L'objet de cette communication est d'évaluer l'intérêt que présente le Travail à Temps partagé en matière de recrutement pour une catégorie particulière d'entreprises, dont la place semble de plus en plus importante: les PME.

Pour cela, après quelques caractéristiques (au delà de la taille), nous rappelons les difficultés de Gestion des Ressources Humaines qu'elles connaissent, spécialement quant à l'acquisition de celles-ci, en soulignant le rôle central de leur dirigeant, puis l'opportunité que semble présenter le recours au Travail à Temps Partagé dans ce dernier domaine, tant aux yeux des enseignants chercheurs que des praticiens ou des médias. Suite à une rapide mise en perspective historique, nous tentons d'en établir une définition, avant d'en présenter les différentes formes juridiques: multisalariat, pluriactivité, groupement d'employeurs, entreprise de travail en temps partagé, détachement externe, coopérative d'emplois et d'activités, portage salarial, indépendant. Enfin, nous restituons les résultats d'une recherche exploratoire auprès de différents types d'acteurs de cette voie originale, qui tendent à en corroborer la pertinence, tout en offrant des perspectives de développement.

Marc-André Vilette, Président ANDCP Annecy - France

Communication n° 044
Atelier 11
Je 08:30-10:30

L'intelligence économique: étude de cas d'une pratique managériale accessible aux PME.

Le texte propose une vision managériale de l'intelligence économique, trop souvent assimilée au patriotisme économique. L'étude du cas d'une PME innovante illustre la possibilité de la pratique de l'intelligence économique par des organisations de petite taille, et permet d'envisager une alternative aux opérations de sensibilisation ou aux actions de formation uniquement fondées sur le thème de la « guerre de l'information ».

Sophie Larivet, Ecole Supérieure du Commerce Extérieur, Paris - France

Communication n° 045
Atelier 11
Je 08:30-10:30

Diagnostic préalable à la transmission et stratégie de reprise de la PME: une relation de contingence forte.

Les connaissances relatives aux facteurs de non performance des PME peuvent être utilement restructurées en utilisant un modèle basé sur le « Tableau de bord équilibré » ou « Balanced ScoreCard » (Kaplan et Norton, 1996), enrichi de trois dimensions liées respectivement aux caractéristiques du profil de l'entrepreneur dominant, aux caractéristiques de l'environnement conjoncturel et concurrentiel de la PME et aux caractéristiques de son portefeuille de ressources rares.

Dans une perspective de transmission et donc de reprise de la PME, une analyse des facteurs de non performance basée sur ce référentiel permet, premièrement, de positionner la PME à reprendre au sein d'un des huit profils d'entreprise proposés par Martinet (1988) et d'orienter ensuite la définition de la stratégie de reprise de la PME, concrétisant ainsi la relation de contingence forte liant le diagnostic préalable à la transmission et la définition de la stratégie de reprise d'une PME.

Sarah Santin, HEC Ecole de Gestion de l'Université de Liège - Belgique
Didier Van Caillie, HEC Ecole de Gestion de l'Université de Liège - Belgique

Communication n° 046
Atelier 11
Je 08:30-10:30

Prescription et adoption des outils de gestion dans les PME.
Quels facteurs facilitateurs?

Les cabinets conseil, les associations de promotion des outils de gestion ou encore les institutions représentatives constatent des difficultés à sensibiliser les PME aux outils de gestion.

Mais les dirigeants ont-ils seulement connaissance de l'outil et conscience de ses apports potentiels pour l'organisation? Cette question nous amène à nous interroger sur le rôle des prescripteurs des outils de gestion dans le cadre du processus d'adoption des outils de gestion dans les PME. Pourquoi une telle imperméabilité? Est-elle liée à la construction de l'offre? Est-elle le résultat d'une lecture erronée et déformée de la PME, qui pourrait notamment s'expliquer par la transposition trop fréquente des modes de fonctionnement de la grande entreprise? Plus particulièrement, est-elle liée à une compréhension biaisée des attentes et représentations des directions de PME?

L'objectif de cette communication est d'apporter un éclairage sur le processus d'adoption des méthodes et outils de gestion dans la PME, à partir de deux études de cas, et d'en tirer des enseignements en terme de prescription. Comment favoriser l'adoption des outils de gestion dans les PME?

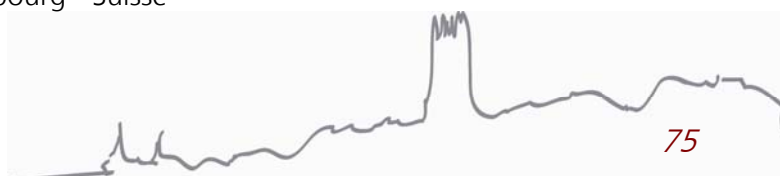
Mohamed Bayad, IAE de Nancy - France
Marie Gallais, Pôle Lorrain de Gestion - France
Christophe Schmitt, GREFIGE-CEREMO, Nancy - France

Communication n° 047
Atelier 11
Je 08:30-10:30

Planification stratégique des systèmes d'information - Un modèle de processus destiné aux PME.

La planification stratégique des systèmes d'information vise à garantir l'approvisionnement de l'information au sein de l'entreprise à long terme. Le modèle proposé comporte: l'analyse de l'organisation, du marché et de la technologie, le profil de l'entreprise avec ses objectifs, la planification des mesures relatives aux plates-formes Web et aux processus d'affaires électroniques ainsi qu'un controlling informatique.

Andreas Meier, Université Fribourg - Suisse
Jean-Marc Zumwald, Clinique Garcia, Fribourg - Suisse



Communication n° 048
Atelier 12
Je 08:30-10:30**Les facteurs de discontinuité des PME à forte croissance.**

Depuis quelques années, les PME à forte croissance attirent l'attention des chercheurs, notamment parce qu'elles sont de fortes créatrices d'emplois et constituent souvent des acteurs clefs dans le dynamisme des régions. Or, on constate que des changements radicaux se produisent souvent dans leur rythme de croissance. Cet article vise à mettre au jour les causes de telles ruptures. Une étude longitudinale rétrospective de sept PME ayant connu au total quatorze brusques accélérations et ralentissements dans leur rythme de croissance révèle que plusieurs événements, relevant tant de décisions internes du dirigeant ou hors de son contrôle, influencent simultanément un changement dans le rythme de croissance. Une certaine chance y jouerait un rôle important, tout comme la motivation de la direction à faire croître l'entreprise. Il semble également que la réussite des initiatives stratégiques visant la croissance dépendrait largement de la proximité de l'entreprise avec sa clientèle, celle-ci lui permettant d'obtenir les informations nécessaires à la prise de décision rapide. Finalement, la disponibilité de ressources complémentaires, tant matérielles qu'immatérielles, se révèle essentielles lorsque vient le temps de saisir des occasions susceptibles d'alimenter la croissance. À l'inverse, des ressources insuffisantes peuvent entraîner un ralentissement.

Pierre-André Julien, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Etienne Saint-Jean, Université Laval - Canada

Josée Audet, Université Laval - Canada

Communication n° 049
Atelier 12
Je 08:30-10:30**Dynamique d'internationalisation des PME Rhône-Alpes.**

L'objectif de cette communication est de présenter les résultats d'une recherche empirique effectuée auprès de cinq PME implantées dans la Région Rhône-Alpes.

D'une part, les cinq études de cas permettent d'illustrer la variété des approches retenues par les PME locales pour s'internationaliser, en insistant sur les modalités coopératives.

D'autre part, elles montrent la complexité du processus d'internationalisation des PME qui résulte autant des contraintes de l'environnement des entreprises que de ses propres choix stratégiques.

La revue de la littérature existante présentée dans la première partie de la communication fournit les principaux points d'ancrage nécessaires à l'analyse et à la compréhension des comportements stratégiques (volontaristes ou déterministes) des PME, des processus d'internationalisation et des modalités d'engagement à l'international.

Signalons enfin, que les éléments présentés dans le cadre de cette communication, constituent un « propos d'étape » d'un projet de recherche global qui porte sur la dynamique d'internationalisation des PME Rhône-Alpes, et dont l'objet final sera de voir comment les PME ont recours aux coopérations inter-entreprises pour assurer leur développement international.

Stéphan Bourcieu, Audencia Nantes Ecole de Management, Nantes - France

Salgado Melchior, Université Claude Bernard Lyon, Villeurbanne - France

Thivin Stéphane, Université Claude Bernard Lyon, Villeurbanne - France

Communication n° 050
Atelier 12
Je 08:30-10:30**Born global en Suisse.**

Le but de cette étude est de tester un modèle qui permettrait de prédire quand une entreprise adopte une approche traditionnelle d'internationalisation et quand elle suit une trajectoire « Born Global ». Autrement dit, il s'agit d'identifier des liens de causalité entre certaines caractéristiques des entreprises. Afin de permettre une généralisation des conclusions, nous avons décidé d'adopter une approche quantitative à large échelle.

L'objectif de cette étude était d'expliquer les facteurs fondamentaux qui contraignent des entreprises à adopter un de ces deux modes d'internationalisation, traditionnellement présentés comme contradictoires par les chercheurs. L'analyse des données permet de tirer des conclusions intéressantes pour les praticiens. Parmi celle-ci, relevons que la majorité des entreprises exportent au plus dans 5 pays, et que, de ce point de vue, l'Allemagne est le partenaire le plus important de PME suisses, le marché allemand servant de marché test.

L'étude fait ressortir clairement le fait que, plus les entreprises sont jeunes, plus le délai qu'elles prennent pour s'internationaliser est court. Ceci implique que les entreprises établies de longue date doivent s'attendre à une concurrence féroce de la part d'entreprises nouvellement créées.

Rico Baldegger, HEG Fribourg - Suisse

Patrick Schüffel, Crédit Suisse, Zurich - Suisse

Mathias Rossi, HEG Fribourg - Suisse

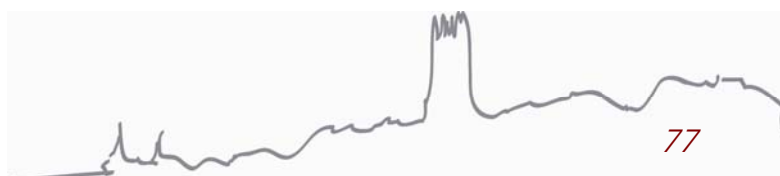
Communication n° 051
Atelier 12
Je 08:30-10:30**L'influence de l'orientation-marché sur la compétitivité export des petites entreprises.**

Peu d'études empiriques se focalisent sur les dimensions ou caractéristiques de l'avantage compétitif à l'export des entreprises (Kaleka, 2002), qui plus est des petites. Différents auteurs (Piercy et al., 1998; Kaleka, 2002; Morgan et al. 2004) ont suggéré que les ressources et 'capacités' de l'entreprise déterminent leur compétitivité export.

A la suite de ces recherches, l'objectif de cet article est dans un premier temps de présenter ce qui rend plus compétitif une petite entreprise sur ses marchés exports. Puis, en utilisant la technique de la régression linéaire, il s'agit d'évaluer l'impact de l'orientation marché sur ces facteurs de compétitivité à l'export.

L'enquête réalisée prend pour support un échantillon de petites entreprises australiennes, néo-zélandaises et françaises, toutes issues du secteur vitivinicole. Globalement, deux grands supports de la compétitivité à l'export apparaissent chez ces petites entreprises: le savoir-faire de l'équipe export ainsi que l'attitude pro active de l'entreprise à rechercher des opportunités d'affaires. Enfin, deux éléments sur trois du concept d'orientation marché ainsi que le degré d'innovation ont un impact positif sur ces deux supports de compétitivité.

Hervé Remaud, University of South Australia, Adelaide - Australie



Communication n° 052
Atelier 13
Je 08:30-10:30

Les équipes entrepreneuriales: cadrage théorique et proposition méthodologique

La notion d'équipe entrepreneuriale est relativement peu étudiée alors que les faits montrent que le phénomène entrepreneurial est souvent, et de façon croissante, à l'initiative de plusieurs individus s'associant pour l'occasion. Le chercheur désirant mener un travail dans ce domaine est confronté au problème que, autant sur le terrain que dans les publications académiques, force est de constater une absence d'acception commune ou partagée de ce qu'est une équipe entrepreneuriale. L'objectif de la communication est d'apporter une première délimitation à la notion d'équipe entrepreneuriale et de présenter la pertinence des terrains envisagés pour la conceptualiser.

Les amalgames entre la notion d'équipe entrepreneuriale et celles d'équipe dirigeante, d'entrepreneuriat collectif ou d'autres formes collectives d'entreprendre sont légions. Cette communication constitue le premier jalon d'un programme de recherche dont l'objet central est l'équipe entrepreneuriale, dont nous discutons ici à la lumière d'un modèle servant de guide pour aboutir à un premier éclaircissement. Celui-ci sera suivi d'une phase empirique sur le terrain, d'une part, de la création d'entreprise issue d'un processus de valorisation de la recherche et, d'autre part, des sociétés coopératives de production (Scop). Avant cette démarche par études de cas, il est montré la pertinence de ces terrains pour l'objet de recherche.

Jérôme Boncler, Université Montesquieu Bordeaux IV - France

Martine Hlady, Université Montesquieu Bordeaux IV - France

Thierry Verstraete, Université Montesquieu Bordeaux IV, Bordeaux Ecole de Management - France

Communication n° 053
Atelier 13
Je 08:30-10:30

Pratiques collectives d'identification d'opportunités: une étude exploratoire.

Plusieurs régions, tant au Québec qu'ailleurs dans le monde, sont actuellement confrontées à des défis importants et doivent conséquemment chercher à diversifier leur tissu économique et à stimuler l'entrepreneuriat sur leur territoire. En ce sens, conscients que la première et plus cruciale des phases du processus entrepreneurial est concernée par l'identification d'opportunités mais également qu'il n'est pas donné à tous d'identifier de telles opportunités, des organismes de développement économique québécois ont commencé à mettre sur pied des démarches collectives de recherche d'opportunités. On sait encore très peu de choses sur le fonctionnement et les résultats de tels programmes. La présente étude avait pour objectif d'examiner et de comparer deux cas d'organismes régionaux ayant mis sur pied de telles démarches collectives d'identification d'opportunités. Bien qu'exploratoire, elle a permis d'identifier certains facteurs susceptibles d'avoir une influence plus ou moins importante sur le fonctionnement et l'efficacité de ces programmes.

Maripier Tremblay, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Camille Carrier, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Communication n° 054
Atelier 13
Je 08:30-10:30**La diversité démographique des équipes entrepreneuriales, une source de créativité?**

Dans le cadre de ce papier, nous nous interrogeons sur l'impact de la diversité démographique d'une équipe entrepreneuriale sur sa capacité à être créative. La diversité démographique d'une équipe représente une source de conflits intragroupes. Ce conflit est double: le conflit cognitif et le conflit affectif. Le conflit cognitif qui naît de l'hétérogénéité des membres d'une équipe entrepreneuriale peut avoir un impact positif sur sa capacité à être créative. Nous émettons dans ce papier l'idée que cette hypothèse ne peut être validée que grâce à une gestion efficace du conflit affectif qui constitue une barrière forte au développement créatif d'une équipe entrepreneuriale.

Sylvie Boisard-Castelluccia, Université du Sud, Toulon-Var - France

Amine Chelly, Université du Sud, Toulon-Var - France

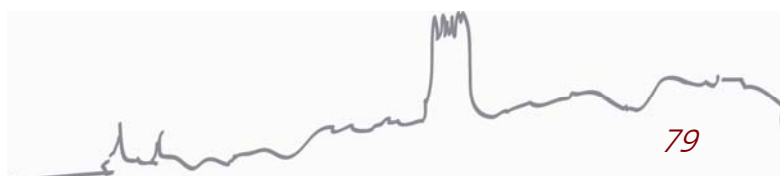
Communication n° 055
Atelier 13
Je 08:30-10:30**Vision partagée dans les équipes de direction de PME: une étude internationale de cas multiples.**

L'article présente la synthèse d'une recherche dont le but visait à décrire et expliquer la formation et l'évolution de la vision partagée (image mentale partagée d'une condition future désirée à réaliser) des équipes de direction de quelques PME brésiliennes et canadiennes. Les méthodes de recherche utilisées sont qualitatives. Les résultats de recherche n'indiquent pas de différences du phénomène étudié dans les PME dues aux variations de région, pays ou secteur d'activité des PME étudiées. Les principaux modèles explicatifs du phénomène étudié apparaissent dans le présent article. Plusieurs besoins de recherche et les implications des résultats sur la pratique du management stratégique sont présentés en conclusion.

Edmilson Lima, Université régionale de Blumenau - Brésil

Communication n° 056
Atelier 14
Je 08:30-10:30**Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME: une étude exploratoire**

Comme il a été démontré dans des études antérieures, faire des affaires à l'étranger est plus complexe que transiger uniquement sur les marchés nationaux ou locaux et ce, pour diverses raisons. L'absence de proximité, la langue, la culture, les façons de faire sont autant de facteurs pouvant freiner le développement international des PME ou, du moins, rendre celui-ci moins rapide que le développement national.



Les défis de l'exportation sont liés notamment à une bonne connaissance du marché vers lequel on destine nos activités, à la mise en marché d'un produit distinctif qui pourra concurrencer les produits locaux ou nationaux, à l'efficacité de la production etc. Pour relever ces défis et favoriser le succès de l'exportation, on misera ainsi sur l'innovation pour assurer un produit distinctif, la veille concurrentielle pour obtenir une information stratégique, les études de marché sur les besoins de la clientèle, les collaborations pour réduire l'incertitude et accélérer le développement de produits/services appropriés. Dans cette perspective, les technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent servir de supports à l'ensemble de ces activités en accélérant l'obtention d'une information riche et pertinente et en facilitant sa diffusion dans l'entreprise, en favorisant l'innovation et en permettant des collaborations fructueuses entre les divers partenaires.

C'est ce que nous proposons de vérifier grâce à l'étude des relations entre les TIC et l'exportation, relation passant par l'innovation, les collaborations, les activités de veille et de recherche d'informations marketing.

Josée St-Pierre, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Marie-Christine Monnoyer, IAE Université, Toulouse - France

Martine Boutary, École supérieure de commerce, Toulouse - France

Communication n° 057

Atelier 14

Je 08:30-10:30

Les PME et leurs importateurs: quelles relations dans un contexte d'économie numérique? Etude exploratoire auprès de PME exportatrices.

De nombreuses PME exportatrices utilisent, dans le cadre de leur développement international, les services d'importateurs à qui elles délèguent la commercialisation de leurs produits sur les marchés étrangers. Ces derniers présentent des avantages: la prise en charge de la commercialisation et des aspects opérationnels de la vente et de la logistique, le retour d'informations issues du marché local sur lequel ils sont implantés. Mais ils ont aussi quelques inconvénients au regard de la réactivité nécessaire ou de l'anticipation autorisée par une connaissance précise et rapide des évolutions de marchés.

Le développement des technologies de l'information offre peut-être de nouveaux éléments de la construction de cette relation importateur/ exportateur. Porteurs d'une promesse d'effacement des distances géographiques, elles permettent d'une part la multiplication des échanges, de façon économique, d'autre part la collecte facilitée de très nombreuses informations en un temps et à des coûts très limités. La question se pose alors de la place qu'elles prennent dans l'établissement d'une relation renforcée entre la PME et ses interlocuteurs étrangers. Peuvent-elles les remplacer? Le temps des importateurs serait-il révolu? Ou serait-ce plutôt leur rôle qui est en cours d'évolution?

Nous mobiliserons différentes approches sur le rôle de l'importateur dans le processus d'internationalisation des PME, la place des TIC dans l'internationalisation des PME, ainsi que le cadre d'analyse de la modernité proposé par Giddens (1994) pour étudier la relation des PME à leurs intermédiaires étrangers. En tenant compte des spécificités de ces entreprises, nous aborderons la question de l'éloignement, de la mise à distance, de la standardisation, autant de thèmes qui ne sont pas toujours entendus lorsqu'on évoque la PME.

Martine Boutary, Ecole supérieure de commerce, Toulouse - France

Communication n° 058
Atelier 14
Je 08:30-10:30**TIC, nouvelle donne pour le développement international des PME de services?**

Cet article présente les résultats d'une recherche sur le développement international de PME du secteur des services aux entreprises. La problématique principale concerne l'analyse stratégique de ces PME internationales et les nouvelles opportunités offertes par le développement récent des technologies de la communication et l'information (TIC). Les modèles stratégiques de développement international qui font référence sont fondés sur des cas de très grandes entreprises et s'appliquent avec difficulté aux petites entreprises: notre recherche s'efforce donc de dégager des axes stratégiques propres aux PME et d'identifier les différences et les ressemblances entre grandes firmes et PME de services. Elle se fonde sur une enquête qui nous a permis de constituer une base de données sur 183 PME de services localisées dans le sud de la France et ayant une activité internationale.

Pierre-Yves Léo, Université d'Aix-Marseille - France
Philippe Jean, Université d'Aix-Marseille - France

Communication n° 059
Atelier 14
Je 08:30-10:30**Quelle relation au marché pour les Très Petites Entreprises? Une analyse quantitative.**

Les Très Petites Entreprises font preuve d'une grande capacité à s'adapter à leurs marchés, voire à les modeler en fonction de leurs stratégies. Cette communication s'attache à différencier les positionnements marchands qui y correspondent. On utilise pour cela les résultats d'une enquête statistique réalisée auprès de 800 Très Petites Entreprises. Les résultats de cette enquête permettent de situer une série de pratiques et de comportements marchands repérés dans les travaux réalisés sur les TPE dans la période récente. Par le biais d'une approche par typologie quantitative, on est conduit à mettre en évidence 8 idéaux-types correspondant à autant de façons de se positionner dans l'univers économique. La démarche permet d'alimenter la réflexion sur les formes du dynamisme marchand et sur son hétérogénéité dans la population des TPE.

Alexandre Mallard, France Télécom – Division R&D - France

Communication n° 060
Atelier 15
Je 08:30-10:30**Vision et turbulence dans les PME qui s'internationalisent.**

Cette étude explore la relation entre la vision des dirigeants et l'internationalisation de leurs PME dans un contexte de stabilité – instabilité de l'environnement. Elle montre qu'une vision claire est hautement utile quand l'environnement est instable à condition de l'ajuster quand elle n'imprime plus la cohérence requise aux actions des dirigeants.

Brahim Allali, Ecole Supérieure de Commerce de Toulouse - France



Communication n° 061
Atelier 15
Je 08:30-10:30

Dynamique entrepreneuriale des immigrants nigériens opérant au Cameroun.

Ce papier explore les stratégies entrepreneuriales de création et de gestion d'entreprises (dynamique entrepreneuriale) par les immigrants nigériens opérant au Cameroun. Les données recueillies à travers une enquête auprès d'un échantillon de 60 répondants révèlent que 48% des entrepreneurs nigériens interrogés ont immigré au Cameroun pour des raisons entrepreneuriales c'est-à-dire dans le but d'investir, de rechercher des opportunités d'affaires ou de créer une entreprise; 52% pour d'autres raisons. Ayant en majorité financé le démarrage de leurs entreprises par les épargnes personnelles et aides de la communauté, ces entrepreneurs opèrent principalement dans les secteurs de vente des pièces de rechange d'automobile et celui de vente des appareils électroniques et électroménagers. Ils opèrent à travers le réseau social. Celui-ci ne constitue pas seulement un levier important en matière d'acquisition du capital et des connaissances nécessaires à la création et à la survie de l'entreprise, de recrutement de la main-d'œuvre mais également un moyen de protection contre les actions hostiles de la société d'accueil et donc contre les risques.

Jean Papy Manika Manzongani, Université Congo - République démocratique du Congo
Sophie Hondt Hermance, Université de Douala - Cameroun

Communication n° 062
Atelier 15
Je 08:30-10:30

L'internationalisation de la PME familiale: apprentissage organisationnel et développement de la connaissance.

L'objectif de la recherche est d'étudier l'internationalisation de la PME familiale en se fondant, d'une part, sur l'approche par les connaissances et en particulier celle de l'apprentissage organisationnel, et d'autre part sur la littérature portant sur les spécificités de l'entreprise familiale. D'un point de vue théorique, l'on réalise une articulation des théories de l'apprentissage et de la création de la connaissance avec les théories séquentielles de l'internationalisation. L'analyse porte sur l'influence des caractéristiques spécifiques de la PME familiale sur son degré d'internationalisation. Il s'agit des trois variables: conservatisme, orientation indépendance et réseautage social. Cette influence s'exerce par le biais d'une variable centrale à savoir la connaissance d'internationalisation. Cette analyse explicative est réalisée grâce aux équations structurelles (LISREL).

Sami Basly, Université Montesquieu, Bordeaux - France

Communication n° 063
Atelier 15
Je 08:30-10:30

Mondialisation de l'économie et émergence des pays asiatiques: réactions de PME québécoises.

L'émergence de l'économie asiatique et d'autres pays considérés jadis comme en voie de développement conjuguée à l'abolition des frontières douanières à l'échelle mondiale, causent des remous dans les échanges commerciaux que subissent les entreprises des pays industrialisés de toutes les tailles, notamment les PME. Selon certains experts, la croissance fulgurante de la Chine est l'un des événements les plus marquants de l'histoire économique moderne (Boisvert, 2004). Ainsi, grâce à une main-d'œuvre abondante et bon marché, la Chine est rapidement

devenue une puissance économique redoutable, se hissant, en quelques années seulement au cinquième rang des pays exportateurs, déclassant du coup le Royaume-Uni. D'ailleurs, d'aucuns constatent que les produits chinois inondent les marchés à des prix défiant toute concurrence étrangère, inquiétant bon nombre d'entreprises dans divers secteurs d'activités, de différents pays à travers le monde parmi lesquels le Canada.

La mondialisation et l'émergence des pays asiatiques accroissent les menaces qui pèsent sur les PME qui ne sont pas en mesure ou capables d'affronter la concurrence. Mais ces mêmes phénomènes peuvent également receler d'importantes opportunités d'affaires et contribuer à la croissance des PME les plus opportunistes et les mieux préparées à ces défis.

Afin de jeter un regard «objectif» sur ce phénomène, nous avons procédé à une enquête auprès d'un groupe de PME à la demande des dirigeants d'une association regroupant des PME québécoises afin de voir dans quelle mesure celles-ci étaient préparées à cette concurrence d'une part et comment celle-ci affectait leur développement d'autre part. Il est apparu un certain nombre de stratégies communes qu'ont utilisées des dirigeants d'entreprises afin de transformer en opportunité cette menace, et aussi pour permettre aux entreprises de se protéger de la situation et d'atténuer les impacts négatifs. Ces résultats, qui seront ramenés dans le contexte de l'internationalisation et de la mondialisation, seront présentés lors du colloque.

Josée St-Pierre, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

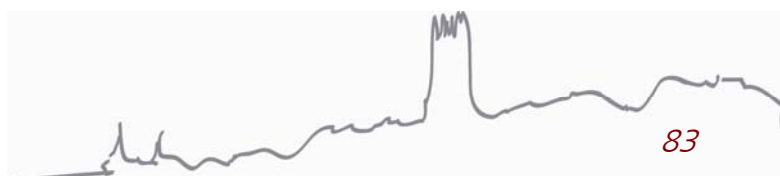
Michel Trépanier, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Communication n° 064
Atelier 15
Je 08:30-10:30

Entreprise moyenne et filiale commune internationale.

Face à la globalisation de l'économie, les entreprises, quelle que soit leur taille, sont amenées à se développer à l'international (Lemaire, 1997). Les PME participent de manière croissante à ce nouvel environnement. Compte tenu de leur hétérogénéité (Torrès, 1999), de la nécessité d'atteindre une taille critique (Joffre, 1986) et de la complexité du phénomène étudié, il est apparu pertinent de s'intéresser aux entreprises de taille moyenne ou ME. Certains travaux de recherche ont remis en cause la théorie par étapes de l'internationalisation des PME (par exemple, Welch et Luostarinen, 1988). Il a été d'ailleurs observé que leur choix résulte d'une stratégie délibérée (Julien, 1994). Ainsi, à leur statut intermédiaire (largement reconnu dans la littérature) peut correspondre une stratégie du même type, c'est pourquoi notre projet de recherche a porté sur les Filiales Communes Internationales ou FCI. La FCI semble une modalité accessible aux ME pour s'implanter à l'étranger favorisant leurs atouts et leur permettant de surmonter leurs contraintes. Cette communication a pour but de présenter l'exemple concret d'une entreprise française de taille moyenne appartenant à l'industrie du papier. Cette ME a choisi de mettre en place des FCI successives. Nous avons donc réalisé au sein de cette entreprise une étude clinique, qui a permis d'identifier neuf FCI (chacune a fait l'objet d'une monographie). Ainsi, nous avons mis en évidence son processus d'expansion à l'étranger et la forme de FCI, qui lui est propre.

Céline Rivat, Université Jean Monnet, Saint-Etienne - France



Communication n° 065
Atelier 16
Je 11:00-13:00**La reprise externe d'entreprise: quelles difficultés pour quels repreneurs?**

La transmission représente un des enjeux importants pour les PME. Cette étape de leur vie risque en effet de compromettre leur pérennité, notamment si les dispositifs d'appui et d'accompagnement ne répondent pas à leurs besoins. Dans ce contexte, mieux connaître le processus de reprise et les difficultés qui le jalonnent permettrait de mieux adapter ces dispositifs. L'objectif de cet article est par conséquent de mieux cerner les difficultés et le vécu d'un type particulier de repreneurs: les repreneurs externes.

La méthodologie utilisée est quantitative et se fonde sur l'exploitation des résultats d'une enquête administrée à un échantillon de 70 repreneurs ayant repris une entreprise au cours des cinq dernières années. Les résultats présentés permettent notamment d'identifier trois profils de repreneurs, inégaux face aux difficultés du processus de reprise.

Christian Picard, Université de Savoie, Annecy - France

Catherine Thevenard-Puthod, Université de Savoie, Annecy - France

Communication n° 066
Atelier 16
Je 11:00-13:00**Crise d'identité du propriétaire-dirigeant suite à la cession de sa PME**

Cet article aborde le problème des freins psychologiques liés à la cession d'entreprise. Cette dernière apparaît en effet, comme une perte pour le cédant de PME. A partir d'une analyse de la littérature, nous proposons un cadre conceptuel mettant en évidence que la perte affecte le concept de soi de l'ex-propriétaire-dirigeant de PME au travers notamment de l'âge subjectif. La crise d'identité engendrée nécessite la mise en œuvre de stratégies d'adaptation, en partie liées à la consommation. L'étude empirique conforte ce cadre et fait ressortir deux acteurs pertinents dans la gestion de cette crise d'identité: le repreneur et les accompagnants.

Cécile Arnould, ESC Bretagne, Brest - France

Sylvie Stéphan, ESC Bretagne, Brest - France

Communication n° 067
Atelier 16
Je 11:00-13:00**La succession dans la PME familiale: par intérêt et par passion!**

Dans le contexte de la succession à la direction des PME familiales, en Suisse romande, nous avons mené une recherche exploratoire sur les motivations et les freins à la relève, tels que les perçoivent les successeurs. Après avoir présenté notre démarche et nos résultats, nous relierons ceux-ci au modèle des bases de l'engagement envers l'EF, développé par Sharma et Irving (2005) à partir de la littérature sur l'engagement organisationnel. Cette démarche permet d'une part, de faire ressortir un profil dominant de successeur dont l'implication envers l'EF serait ancrée surtout dans la base du désir et, d'autre part, de poser les premiers jalons d'une validation de ce modèle théorique.

Lucie Bégin, Haute école de gestion de Genève - Suisse

Communication n° 068
Atelier 16
Je 11:00-13:00**La relève dans les PME au Québec: une revue de la littérature.**

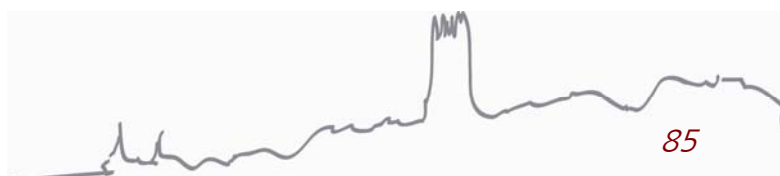
La communication vise d'abord à présenter l'état d'avancement des connaissances sur la relève dans les PME. Par la suite, nous tentons d'identifier des pistes de recherche permettant d'approfondir la compréhension du phénomène et ainsi déboucher sur des propositions pour promouvoir et faciliter le transfert de gestion ou de propriété des PME d'une génération à l'autre. D'entrée de jeu, nous constatons que le monde universitaire est, au chapitre de la relève, tout aussi en retard que le monde des affaires. En effet, très peu de recherches ont été effectuées sur le phénomène de la relève. Toutefois, les travaux répertoriés présentent des études exploratoires fournissant des pistes de recherche fort intéressantes et bien documentées.

Denis Robichaud, Télé-université (UQÀM), Québec - Canada
Eduardo Davel, Télé-université (UQÀM), Québec - Canada

Communication n° 069
Atelier 17
Je 11:00-13:00**Influence de la collaboration sur la performance des PME hôtelières suisses.**

Un grand nombre d'hôtels suisses, de nature familiale, souvent de petite taille et avec une infrastructure vieillissante, se retrouvent actuellement dans des impasses financières graves. Cela est la conséquence d'un marché davantage mondialisé où un nombre grandissant de nouvelles destinations touristiques proposent des offres avec un rapport qualité-prix toujours plus attractif pour les touristes. Ainsi, bien des établissements hôteliers suisses, ayant épuisé leur potentiel d'économie, ne peuvent pas améliorer seuls leurs performances. Par conséquent, ils sont poussés à répondre aux exigences des investisseurs potentiels en présentant un développement de leurs activités par des concepts de coopération avec d'autres établissements hôteliers et/ou d'autres acteurs touristiques permettant des économies d'échelle et de gamme. La coopération étant dans une certaine mesure une obligation, cet article se propose d'étudier si cette coopération se révèle être positive sur les performances des PME hôtelières suisses. A travers l'effet des caractéristiques de la collaboration sur les performances des PME hôtelières suisses, et en adoptant une approche globale du concept de la performance, il ressort que la caractéristique de la collaboration relative à son degré de force est celle qui influence (davantage) les performances de la PME hôtelière suisse. La raison de la collaboration et le type de partenaire n'influencent que très faiblement ces mêmes performances.

Thouraya Gherissi Labben, Ecole hôtelière de Lausanne - Suisse
Andrew Mungall, Ecole hôtelière de Lausanne - Suisse



Communication n° 070
Atelier 17
Je 11:00-13:00**La place des institutions locales dans les stratégies collectives: le cas des activités touristiques.**

Cette recherche vise à étudier le rôle des institutions locales dans les stratégies collectives mises en œuvre par de très petites entreprises. Fondée sur une approche processuelle de quatre études de cas de collectifs, ayant pour objet le développement de l'activité touristique de villes ou villages du sud de la France, la présente étude se focalise sur la relation entre très petites entreprises (TPE) ainsi qu'entre TPE et institutions. Les résultats mettent en lumière le rôle de l'encastrement institutionnel comme facteur explicatif de la pérennité (ou non) des stratégies collectives, et identifient certains facteurs de succès: l'intégration des buts collectifs aux buts individuels des firmes participantes, et la création d'une communauté socio-économique.

Katherine Gundolf, Université de Montpellier - France

Annabelle Jaouen, Montpellier - France

Stéphanie Loup, Université Toulouse - France

Communication n° 071
Atelier 17
Je 11:00-13:00**Analyse conceptuelle de la congruence de trois stratégies de développement pour les entreprises artisanales de la restauration.**

Il s'agit d'un travail conceptuel sur la congruence entre stratégies choisies avec succès par des grandes entreprises de différents domaines et stratégies retenues pour les entreprises artisanales de la restauration de l'Arc Lémanique Suisse. Afin de respecter le canevas mis en place par Filser (2005), une recherche préalable sur le comportement et les attentes du consommateur suisse face à la restauration a été réalisée et synthétisée en introduction. Un premier point établit la sélection des stratégies à partir de l'examen des spécificités managériales des TPE et après un inventaire de la munificence de l'environnement. Trois catégories de stratégies, régulièrement appliquées avec succès par des grandes entreprises, ont été sélectionnées: le partenariat, la singularité ou « Océan bleu », la mass customization ou différenciation différée. Dans un second point, l'article présente un examen des particularités et implications de ces décisions stratégiques sur l'entreprise, puis l'évaluation qualitative et les limites de la congruence de ces stratégies pour les entreprises artisanales de la restauration. Cette étape a nécessité la confrontation des trois grandes lignes stratégiques avec les principales attentes du consommateur suisse, les spécificités des entreprises artisanales de la restauration et les principaux facteurs de l'environnement influençant la faisabilité de l'exécution des stratégies par des entreprises artisanales de la restauration. L'application très récente dans leurs restaurants traditionnels par les grands groupes hôteliers, comme Marriott ou Accor, de ces trois mêmes grandes catégories de stratégies, laisse augurer la validation de ces résultats théoriques sur le terrain ces prochains mois.

Christine Demen Meier, Ecole hôtelière de Lausanne - Suisse

Communication n° 072
Atelier 17
Je 11:00-13:00**Les sites Web des PME hôtelières québécoises: un portrait marketing.**

Au cours des 10 dernières années, Internet a révolutionné les pratiques d'affaires des entreprises. Les PME de service n'échappent pas à la règle et ont suivi le mouvement avec un certain décalage par rapport aux grandes entreprises. Au Québec, dans le domaine de l'hôtellerie, on constate un fossé important par rapport à des nombreux autres secteurs d'activité. Alors que certains hôtels ont compris qu'Internet pouvait représenter un véritable outil de marketing pour se faire connaître, attirer des clients et les fidéliser, d'autres au contraire, n'ont considéré cet outil que de loin. Cette étude se propose de dresser le portrait des variables marketing utilisées par 898 PME hôtelières du Québec réparties dans 20 régions touristiques.

William Menvielle, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Communication n° 073
Atelier 18
Je 11:00-13:00**Internationalisation et performance des PME: l'impact d'une cotation en Bourse.**

Cet article s'interroge sur l'impact de la cotation en Bourse des PME sur leur degré d'internationalisation, en comparaison avec d'autres choix stratégiques. Il tente également d'expliquer l'évolution de certains indicateurs de la performance à travers les changements de la conduite stratégique des dirigeants. L'expansion géographique en est une composante majeure.

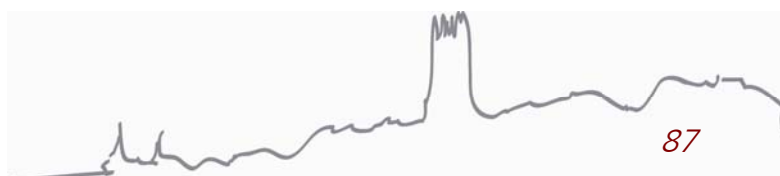
Après avoir brossé quelques travaux sur l'internationalisation et la PME et après avoir justifié l'approche théorique retenue, nous avons amorcé l'étude empirique en exposant la méthodologie et les principaux résultats obtenus.

Il en découle une amélioration du degré d'internationalisation des PME, à l'issue de l'introduction en Bourse. Ce choix stratégique, contrairement à d'autres, a contribué à atténuer l'effet négatif de la Bourse sur la performance économique et financière des sociétés de notre échantillon.

Nazik Fadil, Ecole de management de Normandie, Le Havre - France

Communication n° 074
Atelier 18
Je 11:00-13:00**Financiarisation et filialisation: quelle autonomie pour la PME?**

Deux évolutions du fonctionnement de l'économie sont à la base de la problématique de ce travail: la montée en puissance des groupes d'entreprises et la financiarisation de l'économie, entendue ici comme un processus de prégnance croissante des acteurs financiers sur l'organisation des activités productives. Ces deux processus majeurs de l'économie contemporaine sont pourtant rarement étudiés simultanément.



D'un côté, nombreux sont les travaux qui se préoccupent de l'autonomie de la filiale de groupe. Ceux-ci focalisent leur attention sur l'organisation réelle de la filiale dans son groupe, sans pour autant relever le contexte financier particulier dans lequel elle évolue. De l'autre, un pan croissant de la littérature se consacre aux effets de la financiarisation de l'économie. Ce dernier ne prend par contre que peu en considération la filiale en tant que telle, mais plutôt des entreprises « financiarisées » considérées dans leur globalité. Pourtant, c'est aujourd'hui la filiale (et non l'entreprise ou le groupe) dans un monde où la finance joue un rôle croissant (et non dans un monde où prédominent les logiques industrielles) qui semble aujourd'hui s'imposer comme le nouvel archétype de l'entreprise.

A partir d'une enquête par entretiens effectuée dans des filiales de groupe de l'Arc jurassien suisse, ce travail propose un décryptage des logiques existant dans de telles entités productives. A l'échelle de la filiale, comment sont ressenties ces deux forces? Appartenir à un groupe, dans un contexte financier en pleine mutation, fait de la filiale une entité productive susceptible de se démarquer fortement à la fois des conceptions habituelles de la filiale de groupe et de celles de l'entreprise individuelle financiarisée.

Dès lors, ce travail explore les relations, les complémentarités de ces deux processus. Quelles sont les logiques propres à chacun d'entre eux? Quelles similarités peuvent être identifiées? Quels antagonismes? Dans quelle mesure ces deux évolutions de l'économie sont liées? S'alimentent-ils entre eux ou au contraire s'atténuent-ils?

Frédéric Quiquerez, Université de Neuchâtel - Suisse

Olivier Crevoisier, Université de Neuchâtel - Suisse

Communication n° 075
Atelier 18
Je 11:00-13:00

La contribution des fonds de garantie à la réduction des vides de financement en Côte d'Ivoire.

Cette étude est une contribution à l'amélioration de l'accessibilité des Petites et moyennes entreprises (PME) aux sources de financement externes. Parmi tant d'autres mécanismes d'appui à ces entreprises, notre choix s'est porté sur l'instauration d'un fonds de garantie comme levier permettant non seulement d'annuler en partie le risque encouru par la banque (risque de défaillance de la PME) mais également le risque de rationnement que court la PME.

Pour atténuer ce rationnement, nous recherchons les conditions d'un équilibre de Nash séparateur dans lequel la caution d'un fonds de garantie (FG) permettrait de réduire le risque que supporterait la banque en cas de défaut. Etant donné qu'une couverture totale accroîtrait les risques de hasard moral et de sélection adverse tant au niveau de la banque que de l'entreprise et donc mettrait en péril l'existence du fonds de garantie, et que par ailleurs une couverture insuffisante serait non incitatrice pour la banque, le modèle aboutit à la détermination d'un couple (taux de couverture, frais du FG sur les crédits garantis) qui garantit l'accès de la PME au crédit bancaire.

Enfin, une simulation des résultats théoriques obtenus sera faite dans le cas de la Côte d'Ivoire.

Pour aboutir à ces résultats, nous utiliserons la théorie d'agence et les jeux séquentiels en information incomplète.

Sylvère Yao Konan, Université de Cocody, Abidjan - Côte d'Ivoire

Communication n° 076
Atelier 18
Je 11:00-13:00**Financement participatif et PME: quelles implications entrepreneuriales pour le dynamisme régional?**

Compte tenu des conditions objectives de l'environnement économique au Maroc (marché exigu, faible encadrement, structure productive familiale, etc.), la PME demeure la cellule de base du tissu productif. Son financement revêt dès lors une importance majeure pour le développement économique. Or ce financement rencontre actuellement des difficultés dues à la conjonction de nombreux facteurs. Une conséquence directe de ce phénomène est qu'aujourd'hui, les PME confrontées à des situations particulières trouvent plus de difficultés à se financer et les procédés de financement bancaire deviennent de plus en plus inadaptés à leurs besoins financiers spécifiques.

Face à une telle réalité, le financement participatif peut être la solution de la recherche d'un second souffle financier. C'est ce problème de financement des PME au niveau régional que le présent papier a pour objet d'examiner. L'intérêt principal de cette étude est de montrer en quoi l'émergence des Organismes de Financement Participatif de Proximité (OFPP) permettrait de surmonter les difficultés spécifiques aux PME et de constituer un outil efficace du dynamisme régional.

Pour une profession à ses débuts au Maroc, les axes prioritaires de son développement s'apparentent parfois à des prévisions d'évolution. D'autres sont des recommandations nées des lacunes que l'offre et la demande actuelles du financement participatif laissent subsister.

Ahmed Chakir, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Agadir - Maroc

Communication n° 077
Atelier 19
Je 11:00-13:00**Les stratégies de déploiement des structures d'incubation de projets et d'entreprises: les cas des pépinières et des incubateurs.**

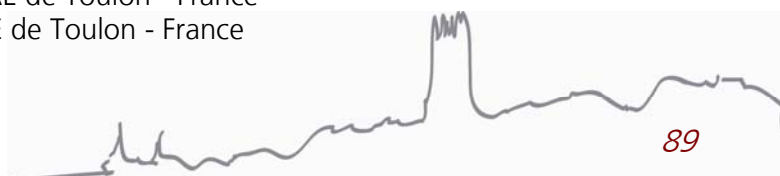
L'appui à la création d'entreprise est devenu le moteur des économies des nations développées et en voie de développement. Ainsi, ces deux dernières décennies, plusieurs structures publiques et privées, ayant pour vocation cet objectif, se sont développées, diversifiées et réorganisées. Parmi celles-ci, nous distinguons principalement les incubateurs d'entreprises et les pépinières d'entreprises.

Cependant, aujourd'hui, en théorie la distinction entre les incubateurs de projets d'entreprises et les pépinières d'entreprises est de plus en plus claire, mais en pratique il est encore difficile de faire cette distinction.

Ce constat sur le terrain est dû principalement à la diversité des stratégies de déploiement adoptées par ces structures. Néanmoins, peu de recherches ont été menées pour identifier et pour expliquer les variables qui poussent ces organismes à adopter telles stratégies.

L'objet de cet article est de proposer un cadre théorique qui permette d'identifier les différents niveaux d'intervention de ces structures et de connaître les principales variables qui peuvent influencer leurs stratégies de déploiement.

Raef Masmoudi, Laboratoire ERMES IAE de Toulon - France
Jihene Zouiten, Laboratoire ERMES IAE de Toulon - France



Communication n° 078
Atelier 19
Je 11:00-13:00

Pression de l'environnement, laboratoires de recherche scientifique et stratégies entrepreneuriales.

Les laboratoires de recherche scientifique, en tant que structures organisées, ont fait l'objet de bien peu d'études de la part des chercheurs en sciences de gestion. Des investigations exploratoires permettent de proposer le constat selon lequel les laboratoires font face à de nouveaux défis. Cela se traduit d'une part, par une contestation de leur légitimité intrinsèque. D'autre part, on assiste à une évolution considérable des attentes des parties prenantes à la recherche, notamment la puissance publique, les apporteurs de ressources financières, la société civile. Cette évolution a pour principale conséquence de générer une pression de l'extérieur assez contraignante sur ces laboratoires qui voient, de ce fait, leurs ressources humaine et budgétaire diminuées, leur liberté d'action contrainte. Pour s'en défaire, les laboratoires pourraient adopter au moins deux types de stratégie. Premièrement, une stratégie d'affrontement frontal avec les principales parties prenantes, notamment la puissance publique. Entre contestations et négociations, un nouvel équilibre des relations peut émerger et leur être favorable. Toutefois, cette stratégie n'est pas pérenne. Une seconde approche pour les laboratoires consisterait à développer des stratégies dites entrepreneuriales. Elles se résument à développer de nouvelles ressources internes ou à trouver de nouvelles opportunités à des ressources existantes.

Ndoubu Dingamyo, Programme Doctoral ESSEC, Cergy-Pontoise - France

Communication n° 079
Atelier 19
Je 11:00-13:00

La problématique complexe de l'accompagnement entrepreneurial et de PME par des organisations non marchandes soumises au contact interculturel.

« If you want to sell what the client buys, you should see the world through the client's eyes ». Dans quelle mesure cette règle évidente du Marketing et du Management par la Valeur est-elle vraie pour les organisations non marchandes soumises au contact interculturel, qu'il s'agisse d'organismes d'accompagnement entrepreneurial d'immigrants en France ou de structures internationales de support au développement du secteur privé (en particulier, la petite et moyenne entreprise) dans les pays en transition?

Afin de répondre à cette question, nous nous appuyons sur des observations ethno-méthodologiques et sur des recherches - actions réalisées au sein et pour le compte de telles organisations.

Sur ces bases, notre réponse à cette question suggère a priori que ces organisations et leurs membres ont à réaliser simultanément un double travail d'appropriation. L'appropriation porte, en effet, au moins autant sur les outils classiques du management que sur la variable interculturelle.

Nous montrons en effet que dans le cas de l'accompagnement de créateurs d'entreprises immigrés, le problème de leur entrée dans la zone de cohérence des 3 E inhérent à tout processus de création se trouve compliqué par un arbitrage interculturel supplémentaire qui en retour, interroge l'accompagnant. Par la suite, nous sommes conduits à décrire la relation entre le porteur de projet et son accompagnateur comme une relation de co-appropriation, l'accompagnant devant s'approprier à la fois le projet, et l'identité culturelle et la stratégie

d'acculturation du porteur tandis que ce dernier doit s'approprier les règles de gestion de son environnement de création.

Cette co-appropriation constitue alors une condition nécessaire pour que la relation Accompagnant-Porteur soit véritablement efficace.

Ayant modélisé cette relation dans les termes d'une grille dynamique d'accompagnement entrepreneurial en situation interculturelle qui est devenue un outil de gestion pour une Boutique de Gestion, nous nous interrogeons alors sur la possibilité de la transposer aux programmes internationaux de support à l'entreprise (PME) dans les pays en transition et sur les conséquences d'une telle transposition.

Thierry Levy-Tadjine, Centre Universitaire de Technologie Franco-Libanais - Liban

Maya Velmuradovam, Université du Sud, Toulon-Var, Université de Bretagne Occidentale - France

Communication n° 080
Atelier 19
Je 11:00-13:00

Le risque entrepreneurial des spin-offs dans un cadre international: le cas INCAM Solutions?

Il est un fait que l'acte d'entreprendre est préalablement pensé et que la décision de remettre en cause une situation de vie équilibrée ne se laisse pas prendre sans avoir une idée claire et précise de ce vers quoi on se dirige. A l'échelle des individus, quelle que soit la qualité de la modalité entrepreneuriale engagée (création ex nihilo, reprise d'entreprise, essaimage, etc.), un jeu de risques entrepreneuriaux subsiste et il suffit parfois d'une mauvaise évaluation ex ante ou d'une variable accidentelle ex post pour qu'un, voire même plusieurs rouages du système mis en place s'enrayent dangereusement. En conséquence, savoir évaluer l'essence de ces risques (dès l'amont d'un processus entrepreneurial) et agir de sorte à en réduire leurs probabilités d'occurrence respectives peut devenir un garde-fou particulièrement utile. Le cas INCAM Solutions nous donne ici l'occasion d'en discuter dans le contexte particulier des spin-offs européennes où les stratégies de sorties sont peu nombreuses pour leurs initiateurs.

Katia Richomme-Huet, IAE de Toulon-Var - France

Julien De Freyman, IAE de Toulon-Var - France

Robert Paturel, IAE de Toulon-Var - France



Communication n° 081
Atelier 20
Je 11:00-13:00

Alignement de la stratégie de fabrication et de la stratégie d'affaires dans les PME: impact sur la performance.

Face aux pressions d'un environnement d'affaires de plus en plus concurrentiel, les PME manufacturières sont appelées à mettre en œuvre des stratégies de fabrication basées sur l'implantation de systèmes de fabrication de pointe, incluant des technologies telles que la CAO/FAO et des applications telles que l'ERP. Dans une perspective théorique de contingence, et à partir de données d'enquête provenant de 307 PME, cette étude examine l'alignement de la stratégie de fabrication des PME avec leur stratégie d'affaires, et ce, en fonction de la typologie reconnue de Miles et Snow, ainsi que les conséquences de cet alignement pour la performance opérationnelle, la productivité et la performance financière de ces entreprises.

Louis Raymond, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Didier Edoukoi, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Communication n° 082
Atelier 20
Je 11:00-13:00

De l'économie administrée à l'économie de marché: quelles stratégies pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale?

L'objectif de consolidation de l'indépendance de l'Algérie conduisit naturellement le nouvel Etat à intervenir directement dans les secteurs productifs et commerciaux en se substituant aux entrepreneurs considérés comme affairistes et suspects par l'opinion publique. Jusqu'à 1988, l'entrepreneur algérien était marginalisé, discrédité et discriminé. Néanmoins, la crise économique et l'augmentation du chômage due aux déficits et aux restructurations des entreprises d'Etat, ont poussé l'Algérie à se lancer dans de grandes réformes afin de mettre en place les mécanismes d'une économie de marché. Depuis 1995, la nouvelle politique s'intéresse de plus en plus à l'entrepreneur pour en faire la pierre angulaire du développement économique. Cependant, ce changement de vision est intervenu dans une économie mondialisée où de nouvelles données s'imposent: l'internalisation des PME des pays développés vient augmenter l'incertitude de l'environnement local de l'entrepreneur algérien.

Dans cette optique, plusieurs questionnements ont été soulevés: comment l'entrepreneur algérien a vécu ce changement? A-t-il stocké du capital social durant l'économie administrée? Comment réagit-il dans cette période de grands changements?

Les réponses apportées dans cette contribution sont de nature exploratoire. En effet, une enquête est en cours de réalisation dans les quatre grandes provinces algériennes. Ces dernières (Alger, Tizi-Ouzou, Oran et Bejaïa) occupent, selon l'Agence Nationale pour le Développement de l'Investissement en 2004, les quatre premières places par rapport au taux de création d'entreprises. Cette contribution rapporte les résultats partiels de l'enquête, car elle concerne une partie de la recherche portant sur la filière de la branche traditionnelle (poterie) de la province de Tizi-Ouzou.

Leïla Melbouci, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou - Algérie

Communication n° 083
Atelier 20
Je 11:00-13:00**Innovation et spoliation: le client, un risque pour les jeunes entreprises innovantes.**

Souvent l'innovateur est conduit à traiter avec ses premiers clients alors que son innovation exige encore ajustements et mises au point. La menace que peut représenter le client est largement occultée dans les travaux en management stratégique mais aussi dans la vie des affaires. L'innovateur est alors particulièrement exposé par les ajustements nécessaires de son innovation et par son besoin de compétences complémentaires.

Le présent travail se propose de déterminer de quelle manière et dans quelles conditions les clients d'un innovateur peuvent s'approprier les bénéfices de l'innovation et quelles mesures les jeunes entreprises innovantes peuvent entreprendre pour se protéger.

Dans notre recherche, la génération de la théorie a été inscrite dans le cadre d'un raisonnement par abduction puis, nous avons créé des artefacts susceptibles d'être mis à l'épreuve. Construit « chemin faisant » le dispositif de recherche s'inscrit dans une perspective infirmationniste tout en présentant certaines caractéristiques propres à la recherche – action. Notre dispositif de recherche s'articule autour de 2 traditions de recherche souvent considérées comme incompatibles.

Enfin, ce travail a permis de mettre en évidence l'idée selon laquelle les petites entreprises innovantes courent un risque de spoliation réel avec leurs premiers clients puis, de montrer que ce risque peut être minimisé. La base de compétences que nous avons modélisées peut devenir un outil de protection et de prévention de l'opportunisme.

Eric Simon, Groupe ESSCA - France

Communication n° 084
Atelier 20
Je 11:00-13:00**Méthodes et outils pour réduire les risques opérationnels dans les PME.**

L'objectif de cette thèse ne se résume pas seulement au titre 'Méthodes et outils pour traiter les risques opérationnels dans les PME'. En effet, cette étude englobe aussi différents principes et considérations pratiques dans le domaine de la gestion des risques qui devraient permettre aux PME de réduire et de maîtriser les risques opérationnels. En plus de certains aspects théoriques relatifs aux risques opérationnels, les travaux de recherche effectués dans cette thèse se concentrent sur le développement d'une méthode et d'un outil d'auto-évaluation. L'outil informatique, dénommé 'Outil d'évaluation SATOE' devrait permettre aux responsables d'identifier les processus métiers qui représentent les risques les plus importants pour les PME et par voie de conséquence de déterminer les processus candidats au workflow. Ainsi des solutions pragmatiques et des méthodes éprouvées pourront être proposées pour réduire les risques opérationnels sur la base des résultats obtenus.

Pierre Tissot, Crédit Suisse, Berne - Suisse



Communication n° 085
Atelier 21
Ve 08:30-10:45**Portrait de l'artisan en manager de projet.**

Perçu comme une figure pré-industrielle et associé le plus souvent aux métiers traditionnels, l'artisanat est un champ encore peu exploré en sciences de gestion. Mais les évolutions actuelles donneront-elles raison à certains qui pensent que les activités émergentes de ce siècle exigeront avant tout des unités de petites dimensions? Si c'était le cas, la figure de l'artisan pourrait alors revêtir les atours de la modernité. Mais comment caractériser cette figure? Nous allons aborder cette question à travers une réflexion menée dans le cadre d'une démarche originale de travail qui s'appuie sur la constitution d'un club régional de dirigeants artisanaux, dont les séminaires sont animés par des universitaires (cf. encadré 1).

La figure de l'artisan, que nous allons ici tenter de caractériser, est ainsi née du travail de terrain mené auprès d'artisans porteurs de l'idée qu'il fallait s'intéresser à la conception et à l'innovation. C'est donc une figure « sélectionnée » par des artisans d'univers parfois traditionnels mais qui considèrent qu'ils conçoivent et innovent, même si c'est bien sûr à des degrés divers et dans des formes variées.

Jean-Pierre Brechet, Université de Nantes - France

Hélène Journe, Université de Nantes - France

Nathalie Schieb-Bienfait, Université de Nantes - France

Communication n° 086
Atelier 21
Ve 08:30-10:45**Entrepreneur français au dix-neuvième siècle: entre le
« (dis)cours magistral » et le « (dis)cours historique ».**

La présente contribution se propose de confronter deux types de discours au sujet de l'entrepreneur, l'un constitué essentiellement de manuels et autres ouvrages pédagogiques français, publiés entre 1820 et 1920; l'autre constitué par un « récit de vie » fondé sur l'histoire de l'entreprise Bapterosses, de Briare (Loiret), de 1850 à 1960.

L'étude montre d'abord que les textes magistraux éludent la question de l'entrepreneur, pour évoquer la question du capitaliste, puis du patron, et enfin du dirigeant salarié.

Cette « ignorance » est expliquée et confortée par l'histoire de l'entreprise Bapterosses, dans la mesure où l'entrepreneuriat et l'édification d'une entreprise est conçue en France comme un mode d'accession à un statut social supérieur de notable, au travers du patronat, pour que les générations suivantes accèdent à la haute bourgeoisie.

Michel Marchesnay, Université de Montpellier - France

Communication n° 087
Atelier 21
Ve 08:30-10:45**Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale?**

Deux grandes questions intéressent les chercheurs qui travaillent sur l'intention entrepreneuriale: Comment apparaît-elle? Quel est son lien avec l'acte de création? C'est à la seconde interrogation que notre communication apporte une contribution. En effet, nous nous posons la question de la stabilité de l'intention: Est-elle un état d'esprit constant?

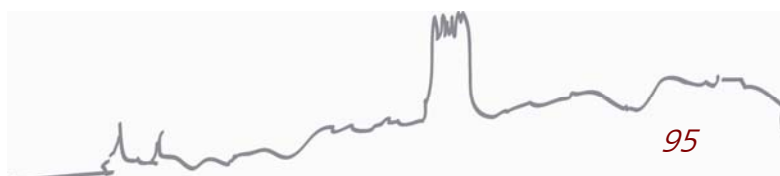
Notre travail de recherche se base sur 210 étudiants inscrits en Master 1 et 2 de la faculté de sciences économiques et de gestion de Nantes. Nous avons constaté que l'I.E pouvait s'étendre sur une durée relativement longue, au cours de laquelle son intensité pouvait considérablement varier. Ce résultat montre les limites des modèles explicatifs actuels qui n'intègrent pas cet état de mobilité. De plus, il met à mal les espoirs de certains chercheurs qui souhaitent produire un modèle prédictif capable de distinguer les personnes qui seraient potentiellement de futurs créateurs.

Régis Moreau, Université Catholique d'Angers, Nantes - France

Communication n° 088
Atelier 21
Ve 08:30-10:45**Modéliser et singulariser le phénomène entrepreneurial.**

Alors que la recherche francophone en entrepreneuriat est encore en phase de structuration, l'objet de cet article est de proposer un modèle intégrateur de l'aventure entrepreneuriale qui complète le modèle bien connu des 3 E en lui adjoignant notamment le modèle des 3 F et celui des 3 P. Une telle tentative n'est, à première vue, pas nouvelle au sein de la communauté académique focalisée sur le champ de l'entrepreneuriat puisque telle était l'intention de la modélisation proposée par VERSTRAETE (1999; 2002; 2003). Toutefois son modèle qui permet de singulariser l'entrepreneuriat par rapport aux autres actions humaines (extra-singularité du phénomène) n'explique pas la singularité de l'entrepreneuriat de certains publics: entrepreneuriat africain, des femmes, des immigrés, des néo-ruraux, des sportifs de haut niveau, des jeunes, des chercheurs publics, etc. (intrasingularité du phénomène). Le modèle que nous proposons rend compte simultanément des deux niveaux de singularité, tout en revêtant une ambition didactique pour guider et accompagner concrètement les porteurs de projets ou les entrepreneurs en herbe souhaitant comprendre ce qu'on leur propose.

Thierry Levy-Tadjine, Centre Universitaire de Technologie - Franco-Libanais
Robert Paturel, Université du Sud, Toulon-Var - France



Communication n° 089
Atelier 21
Ve 08:30-10:45**Le métier de l'entrepreneur: le processus d'acquisition de compétences.**

L'entrepreneuriat tient une place de plus en plus importante dans l'économie nationale et régionale. Ceci se vérifie notamment en Lorraine où les grandes entreprises d'hier ont disparu au profit d'une restructuration autour des PME. Parallèlement à cette évolution, il convient de constater que plus de la moitié des entreprises ont disparu au bout de cinq ans et que près de 80 % des artisans ont changé en l'espace de 10 ans (INSEE, 2004). Ces différents chiffres sous-entendent qu'entreprendre ne s'improvise pas, loin de là.

Face à l'importance économique des entrepreneurs dans le développement économique local, il est important de le considérer comme un métier à part entière. Comme la plupart des métiers, il existe des connaissances et des compétences à acquérir, favorisant le développement du métier. Il en va de même lorsque les personnes partagent leurs expériences autour d'un métier commun, on parlera de diffusion des compétences liées à un métier.

A la lumière de ces quelques éléments, il est possible de comprendre un grand nombre de défaillances des entreprises existantes. Ces défaillances sont loin d'être liées aux produits ou aux services proposés par l'entreprise, mais plutôt à une méconnaissance du métier d'entrepreneur. Bien souvent, les personnes sont formées par rapport à un domaine d'expertise bien précis et rarement par rapport aux compétences nécessaires dans le domaine de l'entrepreneuriat. Cela se comprend notamment par le fait qu'une des grandes différences entre l'entrepreneur et les autres acteurs qui œuvrent dans les organisations, c'est que "l'entrepreneur définit l'objet qui va déterminer son propre devenir" (Filion, 1997). Dans cette perspective, le métier d'entrepreneur renvoie notamment à des compétences particulières que l'on ne retrouve nécessairement pas dans les autres métiers. Quelles sont ces compétences et comment les acquérir ou les développer?

Mohamed Bayad, GREFIGE-CEREMO, Nancy - France

Yosra Boughattas, GREFIGE-CEREMO, Nancy - France

Christophe Schmitt, GREFIGE-CEREMO, Nancy - France

Communication n° 090
Atelier 22
Ve 08:30-10:45**La démarche des entrepreneurs naissants: étude nationale et perspectives internationales.**

Pendant trois ans, plus d'une centaine de créateurs d'entreprise canadiens ont été suivis tout au long de la période de démarrage de leur entreprise. Un certain nombre d'entre eux est parvenu à rentabiliser leur entreprise. L'information recueillie durant cette période permet de mieux comprendre ce qui caractérise à la fois ces entrepreneurs, leur projet, de même que le processus pour parvenir à cette réussite.

Cet article fait part des principaux résultats de cette recherche et présente de façon concrète les aspects pratiques du processus de création d'entreprise, comme l'ont vécu les entrepreneurs qui ont réussi.

Yvon Gasse, Université Laval - Canada

Teresa V. Menzies, Brock University, Ontario - Canada

Monica Diochon, St. Francis Xavier University, Nova Scotia - Canada

Communication n° 091
Atelier 22
Ve 08:30-10:45**Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes.**

Cette étude permet de mieux connaître le processus de création d'entreprises ainsi que les problèmes rencontrés par leurs créateurs. Aux fins de cette étude réalisée au Québec auprès de 200 créateurs d'entreprises en 2004, nous avons scindé le processus de création d'une nouvelle entreprise en quatre étapes: 1) initiation, 2) préparation, 3) démarrage, 4) consolidation. Les données sont présentées à partir de quatre régions et de trois secteurs: secondaire, services, technologies. Nous avons constaté que le processus est assez similaire dans les différents secteurs sauf dans le secteur technologique. Un processus de création d'une nouvelle entreprise dure une année. En médiane, les entreprises mettent six mois à vendre le premier produit/service et 22,5 mois à atteindre le seuil de rentabilité après avoir pris la décision de lancer l'entreprise. Le processus de création d'une entreprise tend à devenir plus complexe, en particulier par l'augmentation du nombre de partenaires. On constate des faiblesses majeures au niveau des connaissances en marketing et en ventes. Il ressort clairement de cette étude que les entrepreneurs ont davantage besoin d'une formation qui les prépare à créer, démarrer, gérer et pérenniser une petite entreprise. Un accompagnement tout au long des quatre étapes du processus de création de leur entreprise apparaît comme primordial et non seulement au cours des deux premières étapes comme c'est le plus souvent le cas. Ce texte présente et analyse les faits saillants des résultats de cette recherche.

Louis Jacques Filion, HEC Montréal - Canada
Cândido Borges, HEC Montréal - Canada
Germain Simard, HEC Montréal - Canada

Communication n° 092
Atelier 22
Ve 08:30-10:45**Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en région wallonne. Identité et dynamique push pull.**

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

Olivier Giacomini, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve - Belgique
Frank Janssen, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve - Belgique
Jean-Luc Guyot, Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique, Jambes - Belgique
Olivier Lohest, Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique, Jambes - Belgique



Communication n° 093
Atelier 22
Ve 08:30-10:45**Le sens giratoire, le chameau et le projet entrepreneurial:
réflexions sur la place du projet pour aborder le phénomène
entrepreneurial.**

Quel lien existe-t-il entre un sens giratoire, un chameau et un projet entrepreneurial? A travers cette question, la communication se propose de mettre en évidence l'importance du projet entrepreneurial dans le processus de structuration des organisations. Nous terminerons cette proposition par des actions mises en place auprès des entrepreneurs afin de les aider à construire et à piloter leur projet entrepreneurial.

Christophe Schmitt, GREFIGE-CEREMO, Nancy - France

Mohamed Bayad, IAE de Nancy - France

Communication n° 094
Atelier 23
Ve 08:30-10:45**Les compétences entrepreneuriales: définition et construction
d'un référentiel.**

Depuis quelques années, la formation à l'entrepreneuriat suscite un fort engouement de la part de nombreux acteurs: structures d'accompagnement à la création, grandes entreprises, établissements universitaires et grandes écoles. Pour tous ces acteurs, la question de la compétence est un élément central. Plus particulièrement, une des problématiques essentielles est la mise en œuvre d'une ingénierie capable de répondre aux besoins spécifiques des créateurs d'entreprise, à savoir un travail de fond, diagnostique et analytique sur leur capacité à entreprendre. L'objectif de cet article est double: proposer, dans une première partie, une synthèse de la littérature sur les concepts centraux que sont l'entrepreneuriat, la compétence et les compétences entrepreneuriales. Elaborer ensuite, dans une seconde partie, un référentiel de compétences entrepreneuriales, construit dans un premier temps à partir de référentiels existants et d'hypothèses. Cet outil sera soumis, dans un second temps, à une validation auprès des accompagnateurs de porteurs de projets au sein d'incubateurs. La perspective, à terme, est de concevoir un référentiel de compétences opératoire et prescriptif, intégrant des niveaux de maîtrise et une optique de prescription d'un parcours de formation adapté pour le créateur.

Eric Michaël Laviolette, Advancia, Paris - France

Christophe Loue, Advancia, Paris - France

Communication n° 095
Atelier 23
Ve 08:30-10:45**L'apprentissage interculturel des PME/PMI: expériences d'entrepreneurs en Bretagne et en Basse-Saxe.**

Dans un contexte de globalisation, le besoin des entreprises en compétences interculturelles ne cesse de croître. Les entreprises européennes - qu'il s'agisse de grandes entreprises ou de PME/PMI - sont de plus en plus engagées dans des processus de négociation internationale et de management interculturel. A travers cet article, nous poursuivons l'objectif de décrire les compétences que les entrepreneurs de PME/PMI de régions excentrées telles que la Bretagne et la Basse-Saxe développent, principalement à partir de leurs expériences professionnelles. Afin d'identifier ces compétences, nous décrivons la méthodologie qualitative et exploratoire à l'aide de laquelle nous répertorions les compétences interculturelles des entrepreneurs à travers une analyse de contenus narratifs. Nous tentons également à l'aide d'une grille de catégories analytiques de tirer des conclusions sur la nature des compétences interculturelles identifiées afin de détecter si elles manifestent un caractère distinctif chez les entrepreneurs des PME/PMI interrogés.

Christophe Morace, Ecole Supérieure de Commerce, Bretagne Brest - France
Herbert Schulze, Carl von Ossietzky Universität, Oldenburg - Allemagne

Communication n° 096
Atelier 23
Ve 08:30-10:45**Le déterminisme de la perception du risque entrepreneurial, dans le choix formel/informel: le cas du Maroc.**

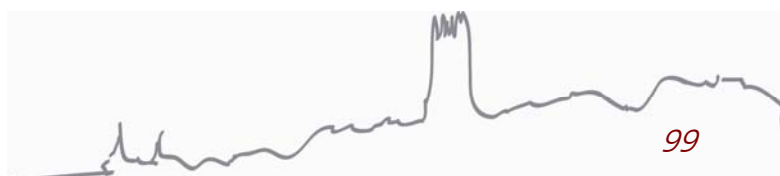
A travers une démarche qualitative, basée sur deux études de cas, la présente communication vise l'exploration des déterminants de la perception du risque entrepreneurial et leur influence sur le choix du secteur informel. Un secteur qui demeure très actif et qui représente une échappatoire des différents obstacles existant dans le secteur formel et qui peuvent inhiber la dynamique entrepreneuriale. Les deux études de cas ont permis d'avoir une image des attitudes et des comportements des entrepreneurs face à ces obstacles.

Fatimaezzahra Rachdi, Université du Sud Toulon-Var - France
Abdelatif Khalid, Université du Sud Toulon-Var - France

Communication n° 097
Atelier 23
Ve 08:30-10:45**Les dimensions linguistiques et l'internationalisation des PME: l'impact sur les stratégies entrepreneuriales.**

Cet article présente une réflexion théorique et pratique sur les problématiques associées aux stratégies d'internationalisation des PME. L'article présente une revue des principaux facteurs d'internationalisation et des dimensions linguistiques qui leur sont associées. À partir de mini cas, l'article traite des stratégies linguistiques respectives de la PME et de la grande entreprise.

André Cyr, Institut de recherche sur les PME, UQTR, Trois-Rivières - Canada



Communication n° 098
Atelier 24
Ve 08:30-10:45

Entre spécificité de l'objet et diversité du champ: proposition d'un cadre d'analyse pour les PME dans la recherche en stratégie.

La remise en question dont a fait l'objet le courant de la spécificité des PME a redonné une actualité à la question du statut des PME dans les recherches en gestion. C'est du point de vue des travaux en management stratégique que nous avons voulu aborder cette problématique, à travers l'analyse de la place attribuée aux PME dans les contributions des conférences AIMS et SMS entre 1996 et 2005. Représentant respectivement 14% et 5% des articles discutés chaque année, les recherches en PME confèrent pour la grande majorité d'entre elles un statut de champ d'étude aux petites et moyennes entreprises. Une nouvelle fois, c'est à la question de la définition des entreprises de petite et moyenne dimension que renvoient les termes du débat. Face à une actualisation des classifications quantitatives, certaines propositions tentent de trancher avec cette approche essentiellement comptable. Au final, nous suggérons un cadre d'analyse fondé sur l'acception européenne de la notion de PME, définissant une zone d'étude pour la recherche sur la PME-objet, délimitée par les frontières de la PME-champ.

Hervé Goy, CoActiS (EA), IUT de Saint-Étienne - France

Communication n° 099
Atelier 24
Ve 08:30-10:45

La perspective constructiviste de la stratégie en contexte de PME: une voie de renouvellement.

Dans cet article, nous soutenons l'idée que le recours à la perspective constructiviste pour étudier la construction de la stratégie en PME permet à la fois de dépasser l'opposition processus délibéré – processus émergent qui marque en partie le champ de la stratégie, et de mieux capturer la richesse et les subtilités de ce processus tel qu'il se déroule dans le contexte de ces entreprises.

La perspective constructiviste se penche autant sur la dynamique animant les phénomènes sociaux que sur l'importance des éléments constituant ces phénomènes dans cette dynamique. Appliquée à la formation de la stratégie, cette perspective conduit le chercheur à concevoir ce processus comme étant le fruit de l'interaction entre l'organisation et son contexte, interaction médiatisée par les actions et les conversations entre les acteurs organisationnels et ceux de l'extérieur (Ford et Ford, 1995; Giordano, 1998; Lounsbury et Glynn, 2001; Rouleau, 2001). Tel que nous en discutons, cette perspective conduit à réexaminer diverses explications avancées pour comprendre le processus de formation de la stratégie dans les PME, telles les analyses déterministes de l'approche écologique (Carroll et Delacroix, 1982; Wholey et Brittain, 1986), celles qui ne considèrent pas les spécificités des petites entreprises (Robinson, 1979; Gibb et Scott, 1985; Morris et al., 2005), et les explications nettement volontaristes (Carland et al., 1984; Cossette, 1996; Fillion, 1996).

Suite à l'identification de cinq principales caractéristiques pouvant définir ce qu'est une PME, nous démontrons en détail comment la perspective constructiviste éclaire l'influence qu'elles exercent sur le processus de formation de la stratégie. C'est justement cette vision différente, mettant en relief les interprétations des acteurs, leurs interactions et soulignant le rôle prépondérant des échanges entre les individus, qui permet, à notre avis, de renouveler la réflexion sur l'impact des caractéristiques des PME sur le processus de formation de leur stratégie. Ce regard permet d'avoir une compréhension approfondie des enjeux liés à ce

processus et de développer une approche plus fine de la stratégie telle qu'elle est produite et reproduite en contexte de PME. Nous concluons en présentant quelques considérations méthodologiques liées à la conduite de recherches empiriques adoptant cette perspective.

Maria Elisa Brandão Bernardes, HEC Montreal - Canada; Fundação Dom Cabral - Brésil
Viviane Sergi, HEC Montréal - Canada

Communication n° 100
Atelier 24
Ve 08:30-10:45

Une approche proxémique de la PME: le cas de l'incertitude stratégique.

Les travaux inhérents aux PME laissent augurer une spécificité induisant des modalités de gestion particulières des entreprises de petite dimension. Toutefois, sur quels ressorts repose cette spécificité? Cette recherche met en avant le concept de proximité afin de comprendre les tenants de la spécificité évoquée. En effet, la thèse qui sera défendue sera que la spécificité de la gestion des PME est la proximité. De nombreuses études ont démontré la préférence des PME, par l'intermédiaire de leur propriétaire-dirigeant, pour des relations de proximité (en ce qui concerne les choix stratégiques, la transmission, le mode de financement, le recrutement,...). Nous chercherons à affiner cette vision en essayant de voir l'impact de cette proximité en ce qui concerne la perception d'incertitude de la part des PME. Sur la base d'une étude quantitative menée auprès de 239 PME, nous essayerons de vérifier deux propositions de recherche: la proximité est un réducteur d'incertitude et la proximité est un facteur de performance. Pour ce faire, nous envisagerons la perception de différents acteurs (Etat, concurrents, clients, fournisseurs, employés) regroupés en fonction de leur degré de proximité (éloigné, intermédiaire, proche) de la part de notre échantillon. Les résultats obtenus nous conduiront à envisager l'importance des relations de proximité.

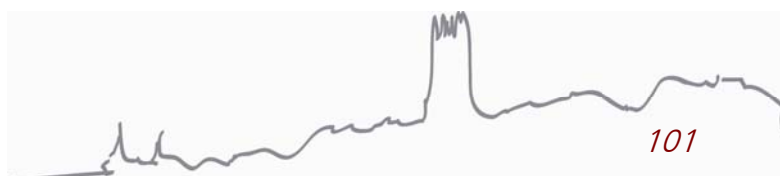
Olivier Torres, Université Montpellier III - France
Gaël Gueguen, Université Montpellier III - France

Communication n° 101
Atelier 24
Ve 08:30-10:45

Dimensions cognitives et décisionnelles dans les stratégies d'internationalisation des PME.

Issu d'un programme de recherche en cours sur l'étude de l'internationalisation des PME en termes de Stratégies Entrepreneuriales, ce papier conceptuel revient sur deux dimensions parmi les cinq retenues pour établir une grille de lecture du processus d'internationalisation des PME dans un continuum Entrepreneuriat /Stratégique.

Ainsi, après avoir présenté cette grille de lecture de l'internationalisation des PME sous la forme d'une décomposition de ce continuum Entrepreneuriat/Stratégique en cinq dimensions cognitive, décisionnelle, contextuelle, opérationnelle et organisationnelle; nous reviendrons plus particulièrement sur la mise en perspective des deux dimensions cognitive et décisionnelle.



Dans cet examen, nous insisterons sur deux points en particulier. Le premier consistera à s'interroger sur le type de rationalité sous-jacente dans ce processus en présentant les propositions de S.Saravathy en terme de « Causation » et « d'Effectuation ». Le second nous conduira à la question du degré de réalisation personnelle du dirigeant: l'engagement à l'international de la PME peut-il correspondre à une forme d'accomplissement entrepreneurial?

Claude Etrillard, IUT de Vannes - France

Communication n° 102
Atelier 25
Ve 08:30-10:45

L'influence des motivations pression-attraction («push-pull») sur la conduite d'une petite entreprise lors de la phase de création: une comparaison hommes/femmes.

On assiste ces dernières décennies à un accroissement du nombre d'entreprises créées par des femmes. Cependant, malgré le nombre accru d'entrepreneures, les recherches en entrepreneurship rapportent que les femmes sont deux fois moins susceptibles de démarrer une entreprise que les hommes et que leurs entreprises sont souvent plus petites quant à leurs caractéristiques organisationnelles et moins portées vers la croissance que les entreprises appartenant à des hommes. Plusieurs modèles théoriques étudiant la performance organisationnelle font ressortir la motivation comme un facteur clé de la performance entrepreneuriale. Cette approche est fondée sur l'idée que la motivation explique une grande part des comportements des entrepreneurs qui influent directement sur la performance de leur entreprise.

Plus précisément, notre étude examinera les motivations d'un échantillon de femmes et d'hommes propriétaires de jeunes entreprises repérés dans le cadre du sondage du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Canada sous l'angle de la catégorisation pression-attraction (« push-pull »). Peu d'études en entrepreneurship ont été menées sur cet aspect des motivations qui tente d'expliquer la création d'entreprises selon 2 catégories distinctes: d'un côté, le groupe attraction (« pull ») qui associe la création d'entreprises à des notions d'opportunité et de choix et, de l'autre, le groupe pression (« push ») qui définit plutôt la création d'entreprises comme une décision forcée (ex: un licenciement). Nous espérons que les résultats obtenus permettront de mieux comprendre l'impact des motivations pression-attraction sur le comportement des entrepreneurs lors de la création d'entreprises et d'offrir des explications aux différences observées entre les PME dirigées par des femmes et celles dirigées par des hommes.

Yves Robichaud, Université Laurentienne Sudbury, Ontario - Canada
Rolland LeBrasseur, Université Laurentienne Sudbury, Ontario - Canada
J. Terence Zinger, Université Laurentienne Sudbury, Ontario - Canada
Nathaly Riverin, HEC Montréal - Canada

Communication n° 103
Atelier 25
Ve 08:30-10:45**De l'universalisme à la contingence culturelle: réflexion sur l'intention entrepreneuriale.**

A travers une analyse conceptuelle, cet article a pour objectif d'explorer le rôle de la culture nationale dans l'intention entrepreneuriale. En se basant sur l'étude des théories de l'intention entrepreneuriale, et des principales recherches faites sur l'entrepreneuriat et la culture nationale, nous proposons une approche qui permet d'intégrer les différents niveaux d'analyse de la culture nationale et de prendre en considération leurs incidences sur la formation de l'intention entrepreneuriale.

Mohamed Bayad, Université Nancy - France
Malek Bourguiba, Université Nancy - France

Communication n° 104
Atelier 25
Ve 08:30-10:45**Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens: étude exploratoire.**

Malgré l'évidence du rôle principal joué par l'entrepreneuriat consistant à mener le développement économique et créer l'emploi, peu d'efforts ont été fournis pour le considérer du point de vue des jeunes aux fins d'enrichir de plus en plus les connaissances sur le sujet. Il est important, pour la promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes, de reconnaître les différentes raisons qui amènent les jeunes à lancer une entreprise.

Plusieurs facteurs peuvent inciter les jeunes entrepreneurs à choisir la voie de l'entrepreneuriat, des facteurs positifs tels: la volonté d'accomplissement personnel, l'identification d'une occasion d'affaire intéressante, la quête d'autonomie, et des facteurs négatifs qui relèvent par exemple du licenciement, désir de cesser de chômer, insatisfaction au travail, manque d'opportunités de carrières et de promotion, discrimination, de conflits au travail...

Toutefois, la présente étude a pour objet la compréhension du mécanisme motivationnel des jeunes entrepreneurs tunisiens. Elle vise à atteindre les objectifs suivants: dévoiler quelles sont les principales motivations qui poussent un jeune Tunisien à entreprendre; quelle est la source principale de ses motivations: sont-elles dictées uniquement par un taux de chômage qui est en perpétuelle évolution chaque année surtout pour les jeunes diplômés ou bien est-ce dû à des caractéristiques personnelles; une volonté pour l'entrepreneuriat qui représente une source importante d'emploi, de moyen de subsistance et de dynamisme économique.

Emna Baccari, Laboratoire ERMES (Toulon), EDHEC Nice - France



Communication n° 105
Atelier 25
Ve 08:30-10:45**L'entrepreneuriat en quête de paradigme: apport de l'école autrichienne.**

Les chercheurs en entrepreneuriat s'interrogent régulièrement sur les fondements théoriques de leur discipline. Existe-t-il un paradigme ou faut-il retenir une lecture multiparadigmatique? Les années 2000 sont marquées par un regain d'intérêt pour l'approche fondée sur les opportunités. Cette approche s'inspire largement des travaux issus de l'école autrichienne. L'intérêt de ce courant est de fournir à l'entrepreneuriat un ancrage tant épistémologique que théorique. L'objectif de cette contribution est de proposer une analyse de ce courant en montrant sa complémentarité avec d'autres approches telles que le paradigme de la création d'organisation ou le paradigme de la création de valeur.

Karim Messeghem, IUT d'Avignon - PRATIC - France

Communication n° 106
Atelier 26
Ve 08:30-10:45**La formation qualifiante et transférable: un enjeu stratégique et opérationnel pour les PME du Québec.**

Cet article demande plus spécifiquement de cerner les pratiques et les enjeux de la formation qualifiante et transférable dans le contexte particulier des PME au Québec. La formation dans les PME est effectivement un sujet prioritaire. Plus de 98% des entreprises de la province de Québec comptent moins de 100 employés (Statistique Canada, 2000). Or, si la formation est une composante essentielle de la compétitivité de ces entreprises, on y observe un développement plus lent des pratiques de développement des compétences. De plus, les TPE (très petite entreprise) et les PME ont une préférence marquée pour la formation à l'interne, la formation sur le tas. Il importe de poser un regard plus attentif sur ce qui se passe en termes de formation qualifiante et transférable au sein des PME québécoises. Cet article permet donc de comprendre les enjeux selon la perception de plusieurs acteurs sociaux et fournit un cadre conceptuel permettant d'obtenir une analyse approfondie des perspectives relatives à la formation qualifiante et transférable. La méthodologie utilisée, résulte d'une recherche exploratoire et est donc qualitative soit, des entrevues semi-structurées et l'analyse de contenu.

Daniel Beaupré, Université du Québec, Montréal - Canada

Communication n° 107
Atelier 26
Ve 08:30-10:45**L'impact du capital humain et organisationnel sur les stratégies de qualité et d'innovation des PME.**

Ce travail essaie de prouver l'influence du capital humain et organisationnel sur les stratégies de qualité et d'innovation que déploie la petite et moyenne entreprise (PME) dans ses efforts pour s'internationaliser. Dans cette recherche, le capital humain, y compris l'expérience, l'intelligence et les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur tandis que le capital organisationnel est un concept qui regroupe les processus, les routines et la culture qui partagent les employés. D'une part le capital humain intégré par l'expérience, l'intelligence et les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur, et d'autre part, le capital organisationnel défini comme un ensemble de

processus, routines ainsi que la culture qui partagent les salariés. Cette recherche s'appuie sur la vision de la stratégie fondée sur l'approche par les ressources de l'entreprise, à partir d'un questionnaire appliqué sur un échantillon de petites et moyennes entreprises situées dans une ville au sud du Mexique, et dont les résultats signalent qu'il existe une relation positive et significative entre le capital organisationnel et les stratégies de qualité et d'innovation.

Tirso Suarez-Nunez, Université Autonome du Yucatan - Mexique

Marlene Martin, Université Autonome du Yucatan - Mexique

Communication n° 108
Atelier 26
Ve 08:30-10:45

Le rôle des experts-comptables dans l'utilisation de l'information différentielle par les PME québécoises.

Le principal objectif de la présente étude empirique est d'accroître la validité externe de celle de Lavigne et Gosselin (2004). Pour confirmer le rôle des cabinets d'experts-comptables dans l'utilisation des traitements différentiels (règles comptables plus simples) lors de la préparation des états financiers, nous avons réalisé une enquête postale, avec un court questionnaire, auprès de 300 cabinets de comptables agréés du Québec (taux de réponse de 54 %). Les résultats montrent que plus de la moitié (56 %) des PME admissibles utilisent au moins un traitement différentiel. De plus, les cabinets d'experts-comptables de type régional ou international sont les plus susceptibles d'utiliser des règles comptables plus simples. Nous n'avons toutefois pas constaté de différences statistiquement significatives selon la taille de la ville dans laquelle œuvrent les cabinets d'experts-comptables. Le critère de simplicité et d'économies de temps ou d'argent est invoqué une fois sur deux par les répondants, pour justifier l'utilisation d'un ou de plusieurs traitements différentiels. L'analyse plus poussée montre que ce sont surtout les experts-comptables œuvrant au sein de cabinets régionaux et internationaux qui invoquent ce critère en raison vraisemblablement de leur structure plus importante de coûts. La présente étude empirique contribue donc à démontrer et à expliquer l'influence du type de cabinets d'experts-comptables sur les choix des PME relatifs à leurs états financiers.

Jocelyne Gosselin, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

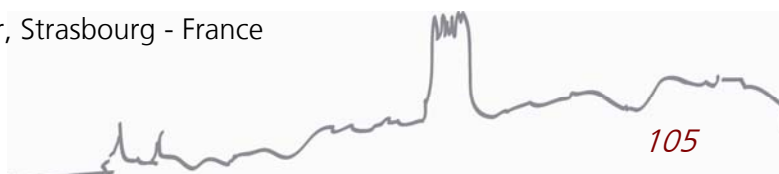
Benoît Lavigne, Université du Québec, Trois-Rivières - Canada

Communication n° 109
Atelier 26
Ve 08:30-10:45

La tontine d'entreprise au service des compétences collectives en Afrique: une étude de cas.

Cet article s'interroge sur les conditions d'émergence et de développement des compétences collectives en contexte africain caractérisé par la diversité culturelle des populations. La question posée est la suivante: la tontine d'entreprise peut-elle favoriser le développement des compétences collectives dans les entreprises africaines? Après avoir présenté les principales conceptualisations des compétences collectives et proposé qu'elles se construisent autour des communautés de pratique, l'étude de cas est développée. L'analyse du cas révèle que la tontine d'entreprise, forme particulière de communauté de pratique, constitue un levier original de développement des compétences collectives dans une entreprise camerounaise de taille moyenne.

Raphaël Nkakleu, Université Louis Pasteur, Strasbourg - France



Communication n° 110
Atelier 26
Ve 08:30-10:45**Knowledge-Management, compétence et engagement dans les PME en contexte de changement.**

Le Knowledge-Management (KM) est une pratique ou une exhortation en vogue dans le discours des managers aujourd'hui. Pour certains tels Hatchuel (2002) à défaut de fondements théoriques et épistémologiques solides, ce ne serait toutefois qu'un slogan qui concernerait de surcroît davantage les grandes entreprises que les PME. Qu'en est-il vraiment? Pour les auteurs de cette communication, il manque un chaînon dans la tentative de conceptualisation de la relation compétence-performance dans les discours sur le KM: l'engagement des acteurs. Conformément à ces ambitions, la communication explicite d'abord l'enjeu du chaînon manquant dans les réflexions actuelles sur le KM avant d'esquisser une nouvelle théorisation du concept qui n'est pas sans implications pratiques. En effet, les auteurs s'appuient sur leurs interventions en PME pour souligner la visée opérationnelle du tryptique ordonné Compétence-Engagement-Performance.

Jean-Pierre Vaudelin, Campus des Cézeaux, Aubière - France

Olivier Devise, Campus des Cézeaux, Aubière - France

Thierry Levy-Tadjine, Université de Saint-Esprit de Kaslik - Liban

Communication n° 111
Atelier 13
Je 08:30-10:30**Entre hypermodernité et solidarité, le paradigme de la SCOP.**

A travers l'exemple de TPE constituées en Sociétés Coopératives Ouvrières de Production (SCOP), une version amendée de l'hypofirme hypermoderne (Marchesnay, 2004) est proposée. Ces entreprises peuvent être qualifiées d'hypermodernes, et donc porter les attributs de l'hyper-individualisme, alors que la coopération est inscrite dans leurs fondements juridiques. Cette forme juridique serait-elle propice à la naissance (ou la redécouverte ?) de l'hypofirme hypermoderne ?

Gilles Guieu, Université de la Méditerranée, Aix-Marseille II, France

Sophie Claye-Puaux, Université de la Méditerranée, Aix-Marseille II, France

Résumé des tables rondes

Table ronde n° 1 Me 17:00-18:45

La responsabilité sociale de l'entreprise est-elle soluble dans la PME?

Organisateur: **Alain Lapointe**, ESG-UQAM, École des sciences de la gestion, Canada

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).

Pourtant, on ne peut s'empêcher de remarquer que des voix importantes manquent à l'appel; ainsi en va-t-il de 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. Serait-ce que « la RSE n'est pas soluble dans la PME »? Cette question est le pivot d'un ensemble de préoccupations que les participants de cette table ronde sont appelés à explorer.

Participants:

- **Marie-Noëlle Auberger**, Consultante en RSE
- **Sandrine Berger-Douce**, Maître de conférences, IAE de Valenciennes, Chercheure, Laboratoire LARIME
- **Jean-Marie Courrent**, Maître de conférences, Sciences de la gestion, Université de Perpignan
- **Françoise Quairel-Lanoizelle**, Maître de conférences, Sciences de la gestion, Chercheure, GREFIGE, Université Paris Dauphine
- **Rudy Iovino**, Propriétaire-dirigeant de Iovino Industries, Ancien président de la section CJD de Montpellier

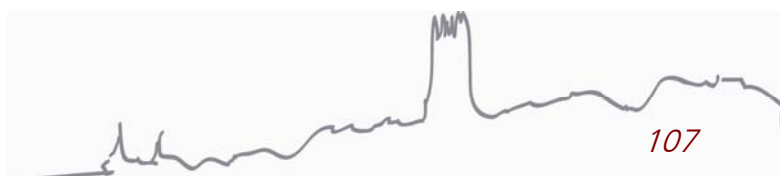


Table ronde n° 2
Me 17:00-18:45**La toute petite entreprise (TPE) est-elle spécifique?**

Organisatrices: **Annabelle Jaouen**, Groupe Sup de Co Montpellier, France
Katherine Gundolf – ERFI – ISEM – Université de Montpellier I, France

Si les spécificités des PME sont aujourd'hui largement admises dans la recherche en gestion, il n'en demeure pas moins que les travaux sur le sujet englobent souvent des firmes aux tailles et caractéristiques fortement différenciées. Ainsi, les très petites entreprises (TPE), constituant plus de 90% des firmes françaises, sont-elles généralement intégrées dans des recherches portant plus généralement sur les PME, celles-ci s'intéressant elles-mêmes aux firmes de plus de 50 salariés. Or, une entreprise moyenne de deux cents salariés peut-elle être comparée à une microstructure de deux ou trois personnes?

Si la logique admet l'inconséquence de cette question, l'absence de travaux portant spécifiquement sur la TPE demeure flagrante. Ceci pourrait s'expliquer par le manque de corpus théorique stable, de fondements communément admis, voire d'un consensus quant à la spécificité de la TPE. Pourtant, « faut-il rappeler que ces « illustres inconnues » [les TPE] sont omniprésentes dans toutes les sphères de l'économie et de la société? Faut-il rappeler que leur poids est d'autant plus important que celles-ci sont évoluées? Faut-il rappeler que les activités émergentes de ce siècle exigeront avant tout des unités de petite dimension? » (Marchesnay, 2003, p 110). Quelques travaux notent la nécessité de dissocier cet objet de recherche (Pacitto, Julien et Meier, 2002¹; Torrès, 2003²; Marchesnay, 2003³; Jaouen, 2004⁴), cette dernière mettant notamment en avant l'existence de profils de dirigeants spécifiques aux TPE. Qu'en est-il au niveau des systèmes de gestion, des réseaux, ou des relations avec les institutions? Les TPE sont-elles de « petites » PME ou relèvent-elles de processus différents?

Ainsi, en réunissant des chercheurs travaillant sur le sujet, l'objectif de cette table ronde est de discuter de la spécificité de la toute petite entreprise, tant aux niveaux stratégiques, qu'organisationnels ou comportementaux.

Participants:

- **Olivier Torres**, Université Paul Valéry Montpellier 3
- **Jean-Claude Pacitto**, IUT TC
- **Christophe Schmitt**, GREFIGE-CEREMO Nancy
- **Stéphanie Loup**, Université Paul Sabatier Toulouse 3

¹ Pacitto J-C, Julien P-A et Meier O (2002), Les TPE sont-elles spécifiques ?, *Piccola Impresa/Small business*, 2 : 35-61

² Torrès O (2003), Petitesse des entreprises et grossissement des effets de proximité, *Revue française de Gestion*, 29(144) : 119-138

³ Marchesnay M (2003), La petite entreprise : sortir de l'ignorance, *Revue française de Gestion*, 29(144) : 107-118

⁴ Jaouen A (2004), Spécificités des alliances stratégiques dans le cas des très petites entreprises, *Revue de l'Economie Méridionale*, 208

Table ronde n° 3
Me 17:00-18:45**Chercheurs académiques-Dirigeants de PME: même combat?**

Organisateur: **Thierry Levy-Tadjine**, Maître de Conférences en Sciences de Gestion,
Laboratoire ERMES, Toulon, France

L'objectif de cette table ronde est d'interroger deux mondes très différents afin de discuter en quoi recherche académique et management des PME peuvent et, peut-être doivent, s'auto-alimenter et non se rejeter. Sur la base d'expériences réussies des participants à la table ronde, des pistes de réflexion seront proposées afin de fournir des solutions destinées à concilier les deux univers.

Ces pistes se référeront au langage très distant pour l'instant entre les deux catégories d'acteurs, aux publications pas toujours en harmonie avec la demande sociale, à la différence d'appréciation quant à l'opérationnalité des outils issus des recherches, à des normes d'évolution de carrière distinctes, aux a priori négatifs sur les représentations des uns et des autres, etc.

Participants:

- **Louis-Michel Barnier**, Délégué Général, ALEXIS
- **Yvon Gasse**, Professeur à l'Université Laval, Québec
- **Guy Michoud**, Consultant et Professeur à l'ESC St-Etienne
- **Zhan Su**, Professeur à l'Université Laval, Québec
- **Katia Richomme**, Maître de Conférences en Sciences de Gestion, chargée d'études pour l'Assemblée Permanente des Chambres des Métiers.

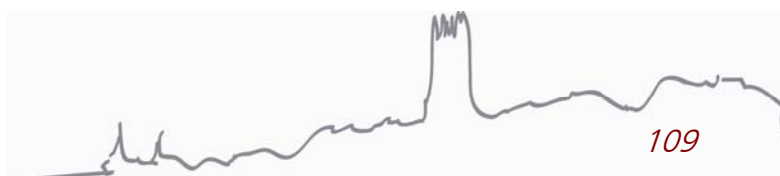


Table ronde n° 4
Me 17:00-18:45**L'inconduite en recherche chez les producteurs de connaissances en entrepreneuriat et PME.**

Organisateur: **Pierre Cossette**, Ecole des sciences de la Gestion, Université de Montréal, Canada

Les chercheurs dont les travaux portent sur l'entrepreneuriat ou la PME sont, comme tous les autres chercheurs, inévitablement confrontés à un moment ou à un autre à des questions d'ordre éthique relatives à l'intégrité en recherche. Bien qu'il y ait là un concept un peu ambigu, l'inconduite en recherche renvoie généralement à toute tentative pour tromper, par des affirmations fausses ou par omission d'informations importantes, à propos de ce qui a été fait, des résultats obtenus ou encore de la paternité des idées ou des mots employés, que ce soit lors de la soumission d'un projet de recherche, de sa réalisation ou de la diffusion de ses résultats. Cependant, les normes qui devraient guider les chercheurs ne sont pas toujours très explicites et varient parfois en fonction du contexte spatio-temporel. Les membres de l'AIREPME et autres participants du CIFEPME de Fribourg seront invités à réfléchir sur la gravité et la fréquence de certains comportements questionnables sur le plan éthique, ainsi que sur les normes qui devraient guider notre communauté de chercheurs. Les causes attribuées à ces problèmes et les solutions susceptibles d'y être apportées seront également discutées.

Participants:

- **Yvon Gasse**, Faculté des sciences de l'administration, Université Laval, Québec
- **Alain Fayolle**, Professeur EM Lyon
- **Michel Marchesnay**, Professeur des universités françaises, Université de Montpellier I
- **Louis Jacques Fillion**, HEC Montréal

Table ronde n° 5
Me 17:00-18:45**Controverses sur les modèles d'intention entrepreneuriale:
avancées et faux débats.**

Organisateur: **Jean-Pierre Boissin**, CERAG Université Pierre Mendès, Grenoble, France

Différents travaux ont été conduits sur l'intention entrepreneuriale sur le plan international. Ils se sont largement inspirés du modèle de Krueger fondé sur la théorie du comportement planifié de Ajzen. Cette dernière théorie a suscité une première controverse en s'appuyant sur les travaux de Giddens. L'action peut précéder l'intention ou pour le moins l'intention n'implique pas nécessairement l'action. Dès lors, le modèle de Krueger ne serait que partiel. Une seconde controverse met en avant que le lien entre l'intention entrepreneuriale et l'acte entrepreneuriale n'est pas établi. Les modèles resteraient partiels et ne permettraient pas de rendre compte du processus entrepreneurial dans sa globalité.

Toutefois, les recherches sur l'intention entrepreneuriale ont été réalisées dans des contextes précis. En particulier, les travaux sur des chercheurs publics ou des étudiants sont précisément des populations où l'acte entrepreneuriale est rare surtout dans le domaine de la création d'entreprise. Dès lors, des études sur la seule intention peuvent se justifier face à la population étudiée. L'objet n'est pas de rendre compte d'un processus entrepreneurial complet notamment la détection et l'exploitation d'opportunité !

Participants:

- **Sandrine Emin**, Institut Universitaire de Technologie Angers
- **Nathalie Schieb-Bienfait**, Université de Nantes
- **Jacques Arlotto**, Institut National des Télécommunications INT EVRY
- **Régis Moreau**, Université Catholique d'Angers, Nantes, France

Table ronde n° 6
Je 14:45-16:30**La transmission d'entreprise.**

Organisateurs: **François Brouard**, Carleton University Ottawa, Canada
Louise Cadieux, Université du Québec Trois-Rivières, Canada

Cette table ronde a pour objectif de mieux comprendre les réels enjeux de la transmission des PME, tant en ce qui concerne le transfert de la direction que celui de la propriété. Tour à tour, chacun des intervenants sera appelé à discuter autour de la problématique d'ensemble selon les différentes perspectives:

- Allant de la transmission familiale à la transmission à un tiers n'ayant jamais eu de contact avec l'entreprise avant de la reprendre
- Permettant de cerner également les différentes pratiques et points de vue selon les pays des chercheurs qui interviendront dans cet atelier.

Participants:

- **Louise St-Cyr**, Hautes Études Commerciales, Montréal
- **Bérangère Deschamps**, Université Pierre Mendès-France, Grenoble
- **Oliver Germain**, École de Management de Normandie



Table ronde n° 7
Je 14:45-16:30

**Recherche-Action et accompagnement entrepreneurial;
 l'accompagnement entrepreneurial d'un public singulier, les
 immigrés, comme cas d'école.**

Organisateur: **Thierry Levy-Tadjine**, Maître de Conférences en Sciences de Gestion, Toulon, France

L'objectif de cette table ronde organisé avec le soutien d'*A.L.E.X.I.S.-Boutiques de Gestion de Lorraine* est double:

1. Dans une perspective inductionniste, il s'agit d'engager une réflexion sur les pratiques d'accompagnement en partant de la problématique de l'accompagnement d'un public singulier, le public issu de l'immigration. Au sein d'A.L.E.X.I.S. comme dans d'autres structures (Collectif des Femmes, 3CI...), la réflexion sur les modalités d'accompagnement de ce public singulier a, en effet, conduit à remettre à plat l'ensemble des pratiques professionnelles et à redéfinir le rôle de l'accompagnement. L'accompagnement de ce public fait donc figure de cas d'école pour engager une réflexion plus large sur l'accompagnement entrepreneurial.

2. En réunissant des praticiens et des chercheurs qui coopèrent sur le sujet, cette table ronde est aussi l'occasion d'évoquer les partenariats possibles entre acteurs de l'accompagnement à la création d'entreprise et chercheurs en entrepreneuriat. Les participants retenus ont, en effet, tous été impliqués dans de tels partenariats.

Participants:

- **Louis-Michel BARNIER**, Délégué Général, A.L.E.X.I.S.
- **Simon FAYOLLE**, Chargé d'études, A.L.E.X.I.S.
- **Jules Nazard FOGUE**, Expert-Comptable, Secrétaire-General du Réseau des Hommes d'Affaires Africains
- **Raphaël NKAKLEU**, Maître de Conférences ESSEC de Douala, Université Louis Pasteur, Strasbourg
- **Placide MUAMBA**, Maître de Conférences en Sciences de gestion
- **Robert PATUREL**, Professeur des Universités, Directeur du Laboratoire ERMES, Université du Sud-Toulon-Var
- **Aurélien POTAKY**, responsable du Collectif des femmes de Louvain-la-Neuve (organisme d'accompagnement)
- **Etienne PIGUET**, spécialiste de l'entrepreneuriat immigré en Suisse

Table ronde n° 8
Je 14:45-16:30**L'enseignement de l'entrepreneuriat: entre innovation et tradition.**

Organisateur: **Berthe A. Lambert**, Directrice du programme *executive* MBA, Rimouski, Canada

Il existe un consensus de plus en plus grand concernant le rôle clé que le système d'éducation doit jouer dans le développement d'une culture entrepreneuriale. Cette table ronde se veut une réflexion sur l'évolution des outils pédagogiques en entrepreneuriat. Les analystes s'entendent pour affirmer que l'innovation est au centre des préoccupations de la recherche sur la PME; mais qu'en est-il des outils pédagogiques? Plusieurs chercheurs universitaires (Feldman; Harris, Forbes & Fletcher; Vesper & Gartner) expriment leurs inquiétudes concernant l'absence d'efforts de renouvellement dans le secteur de l'enseignement de l'entrepreneuriat.

Participants:

- **Yvon Gasse**, Directeur du Centre d'entrepreneuriat et de PME
- **Richard-Marc Lacasse**, Responsable des cours «Études sur l'entrepreneurship» et «Création d'entreprises & développement régional» à l'UQAR
- **Brahim Allali**, Ecole Supérieure de Commerce de Toulouse

Table ronde n° 9
Je 14:45-16:30**Université et Entrepreneuriat: un panorama international.**

Organisateur: **Christophe Schmitt**, GREFIGE-CEREMO, Nancy, France

La place de l'entrepreneuriat au sein de l'université se généralise de plus en plus et ce quelque soit le pays. Mais derrière cette réalité, le sens de la relation entre Université et Entrepreneuriat prend souvent des formes différentes. A travers cette table ronde, il s'agit avant tout de dresser le portrait des expériences menées dans différents pays comme la Belgique, la France, l'Iran, le Maroc, le Mexique, le Québec, la Turquie, la Suisse et le Vietnam. Derrière ces portraits, l'objectif est notamment de faire ressortir les difficultés rencontrées au sein des universités pour développer des actions de formation, de recherche et de valorisation dédiées à l'entrepreneuriat. Cette table ronde vient prolonger l'ouvrage qui vient de sortir intitulé "Université et Entrepreneuriat: Une relation en quête de sens".

Participants:

- **Sandrine BERGER-DOUCE**, Université de Valenciennes
- **Frank JANSSEN**, Université Catholique de Louvain
- **Pierre-André JULIEN**, Université du Québec à Trois-Rivières, Québec
- **Josée SAINT-PIERRE**, Université du Québec à Trois-Rivières, Québec
- **Carlos LOPEZ MONSALVO**, Université de Monterrey
- **Robert PATUREL**, Université de Toulon
- **Abdelhamid SKOURI**, Université de Fès
- **Mohamed BAYAD**, Université de Nancy2

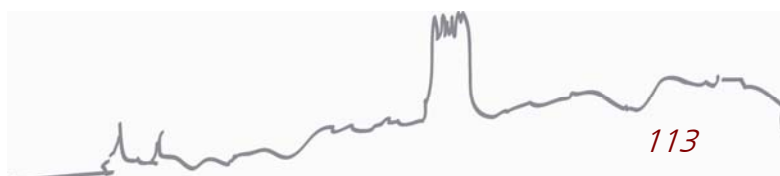


Table ronde n° 10
Je 14:45-16:30**Différences dans la conception et l'utilisation des cas dans l'enseignement de l'entrepreneuriat et de la gestion de PME.**

Organisateur: **Louis Jacques Fillion**, HEC Montréal, Canada

La conception, l'utilisation et la publication d'études de cas vont en augmentant partout dans le domaine de l'entrepreneuriat et de la PME. Les adeptes de cette méthode sont en augmentation et on ne remet plus en cause l'utilité de cette approche comme méthode pédagogique pour stimuler et faciliter l'apprentissage. Cette croissance apporte une prolifération de nouveaux cas écrits, utilisés et publiés chaque année.

Ceci est vrai pour de nombreuses institutions, mais aussi dans presque tous les colloques en entrepreneuriat, en particulier dans les colloques réservés aux échanges sur les études de cas; mentionnons ici celui de la WACRA et celui de la NACRA. Nous pouvons aussi constater qu'Allied Academies accordent une grande place aux études de cas lors de ses colloques régionaux et en particulier lors de son colloque annuel en entrepreneuriat. Même Babson a cessé d'utiliser sur une aussi grande échelle les cas du Harvard Business School pour développer ses propres cas qui sont dorénavant utilisés dans presque tous les cours de cette institution classée le numéro un aux États-Unis dans l'enseignement de l'entrepreneuriat.

Participants:

- **Camille Carrier**, Université du Québec à Trois-Rivières
- **Alain Fayolle**, EM Lyon
- **Marion Polge**, Université Montpellier I
- **Jacques Baronet**, Université de Sherbrooke

Les entreprises et organisations qui soutiennent le 8^{ème} CIFEPME

Sponsors principaux

Crema SA
Euresearch
Fabromont AG
HES-SO - Haute école spécialisée de Suisse occidentale
La Bâloise Assurances
UBS

Contributions de soutien

Chambre fribourgeoise du commerce de l'industrie et des services (CFCIS)
Etat et commune de Fribourg
Interprofession du Gruyère
Interprofession du Vacherin fribourgeois
La Zurich Assurances
Union patronale du canton de Fribourg

