

Thierry LEVY-TADJINE

Laboratoire ICI - Université de Bretagne Occidentale

Intention entrepreneuriale ou intuition organisationnelle ?

Résumé

Dans les recherches récentes en entrepreneuriat, le succès des modèles d'intention inspirés des travaux de Ajzen et Shapero est indéniable. Ce succès est certainement lié à leur commodité d'utilisation et à leur fort pouvoir répliatif.

Il n'en demeure pas moins que certains auteurs, même parmi ceux qui les utilisent et les défendent, en discutent certaines hypothèses. Il s'agit alors de critiques internes. Ainsi, pour certains, l'erreur des modèles initiaux est d'avoir supposée l'indépendance des variables explicatives de l'intention entrepreneuriale et notamment de la désirabilité et de la faisabilité perçues (Krueger et Kickul, 2006 ; Brannback et al., 2007 ; etc.). D'autres encore critiquent un manque de contextualisation des modèles. Pourtant de telles discussions n'invitent pas à une remise en cause radicale des théories de l'intention entrepreneuriale. Elles plaident pour de meilleurs fondements psychologiques des concepts utilisés ou pour une plus grande prudence méthodologique et statistique. L'objet de cette contribution est de proposer une interrogation plus radicale fondée sur la nature même de l'entrepreneuriat et notamment sur sa dimension projective à vocation d'émergence organisationnelle. Au final, nous proposons de substituer le concept d'Intention organisationnelle au concept d'Intention entrepreneuriale.

Mots clefs : l'entrepreneur, épistémologie et méthodologie, cognition, autres : modèles d'intention entrepreneuriale.

Intention entrepreneuriale ou intention organisationnelle ?

Thierry LEVY-TADJINE

Professeur HDR, Université St-Joseph de Beyrouth (USJ) et Université Libanaise,

Membre du Laboratoire ICI – Université de Bretagne Occidentale

Thierry.levy@univ-st-etienne.fr; thierry.levy@usj.edu.lb

Résumé : Dans les recherches récentes en entrepreneuriat, le succès des modèles d'intention inspirés des travaux de Ajzen et Shapero est indéniable. Ce succès est certainement lié à leur commodité d'utilisation et à leur fort pouvoir répliatif.

Il n'en demeure pas moins que certains auteurs, même parmi ceux qui les utilisent et les défendent, en discutent certaines hypothèses. Il s'agit alors de critiques internes. Ainsi, pour certains, l'erreur des modèles initiaux est d'avoir supposée l'indépendance des variables explicatives de l'intention entrepreneuriale et notamment de la désirabilité et de la faisabilité perçues (Krueger et Kickul, 2006 ; Brannback et al., 2007 ; etc.). D'autres encore critiquent un manque de contextualisation des modèles. Pourtant de telles discussions n'invitent pas à une remise en cause radicale des théories de l'intention entrepreneuriale. Elles plaident pour de meilleurs fondements psychologiques des concepts utilisés ou pour une plus grande prudence méthodologique et statistique. L'objet de cette contribution est de proposer une interrogation plus radicale fondée sur la nature même de l'entrepreneuriat et notamment sur sa dimension projective à vocation d'émergence organisationnelle. Au final, nous proposons de substituer le concept d'Intention organisationnelle au concept d'Intention entrepreneuriale.

Mots clefs : 1. L'entrepreneur; 23. Epistémologie et Méthodologie ; 27. Cognition ; 35. Autres : Modèles d'Intention entrepreneuriale.

Intention entrepreneuriale ou intention organisationnelle ?

Dans les recherches récentes en entrepreneuriat, le succès des modèles d'intention inspirés des travaux de Ajzen (1985, 1991) et Shapero (Shapero, 1975 ; Shapero et Sokol, 1982) voire de la synthèse proposée par Krueger (1993) est indéniable (Emin, 2003 ; Boissin et al., 2005; Tounes, 2006 ; Aliouat et Ben-Cheikh, 2009 ; pour ne citer ici que quelques travaux francophones...). Ce succès est certainement lié à leur commodité d'utilisation et à leur fort pouvoir répliatif.

Il n'en demeure pas moins que certains auteurs, même parmi ceux qui les utilisent et les défendent, en discutent certaines hypothèses. Il s'agit alors de critiques internes. Pour Tokatlioglu (2010), il conviendrait d'approfondir la notion de désir entrepreneurial et de dépasser la notion floue de désirabilité. Pour d'autres, l'erreur des modèles initiaux est d'avoir supposée l'indépendance des variables explicatives de l'intention entrepreneuriale et notamment de la désirabilité et de la faisabilité perçues (Krueger et Kickul, 2006 ; Brannback et al., 2007 ; Dubard-Barbosa, 2008, 105). D'autres encore critiquent un manque de contextualisation des modèles. Saleh (2011) montre ainsi que le modèle initial de Krueger (1993) est globalement validé pour les étudiants des filières proches de la Gestion sur lesquels il est régulièrement testé mais partiellement invalidée pour les étudiants de filières scientifiques. Dans leur cas, la faisabilité perçue du passage à l'acte n'apparaît pas comme une variable significative de l'intention entrepreneuriale.

Pourtant de telles discussions n'invitent pas à une remise en cause radicale des théories de l'intention entrepreneuriale. Elles plaident pour de meilleurs fondements psychologiques des concepts utilisés (théorie des buts, théorie du désir dans le cas de Tokatlioglu) ou pour une plus grande prudence méthodologique et statistique. L'objet de cette contribution est de proposer une interrogation plus radicale fondée sur la nature même de l'entrepreneuriat et notamment sur sa dimension projective à vocation d'émergence organisationnelle. De ce fait, la première partie de ce texte, après un bref rappel des travaux de Ajzen et Shapero et de leurs disciples, tentera de souligner les insuffisances conceptuelles et pratiques de l'application de ces modèles dans le cadre du processus entrepreneurial. La seconde partie esquissera une nouvelle perspective en proposant de substituer le concept d'Intention organisationnelle au concept d'Intention entrepreneuriale en en discutant les enjeux.

1. Les modèles d'Intention entrepreneuriale, des modèles sur-centrés sur l'individu.

Nous commencerons par rappeler les fondements des modèles d'Ajzen et de Shapero pour montrer leur contribution réelle à la microéconomie de l'entrepreneuriat (1.1) puis nous montrerons que du fait de leur focalisation sur le choix de la carrière entrepreneuriale par l'individu, ils occultent la dimension organisationnelle qui caractérise pourtant l'entrepreneuriat (1.2).

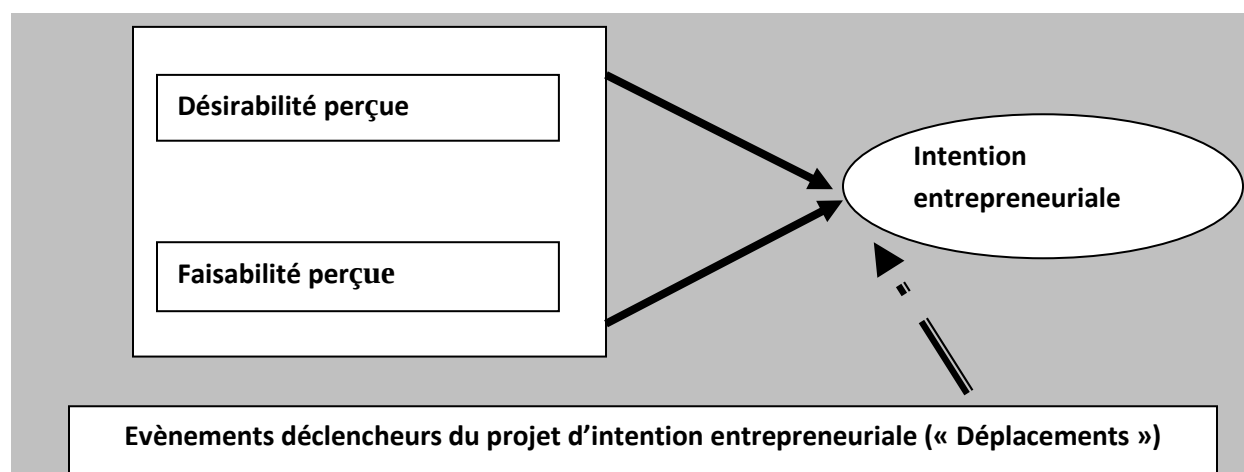
1.1. Les fondements psychosociologiques de l'entrepreneuriat.

La plupart des travaux analysant l'intention entrepreneuriale font référence aux modèles de l'évènement entrepreneurial de Shapero (Shapero, 1975 ; Shapero et Sokol, 1982) et à la théorie du comportement planifié (Ajzen et Fishbein, 1975, 1980) et Ajzen (1982, 1987, 1991). Cette

dernière introduit l'influence des normes sociales sur l'intention individuelle et a sur ce point, fait l'objet de nombreuses critiques récentes. Parmi d'autres, Conner et Armitage (1998), Boissin et Emin (2007), Boissin et al, (2005) ont ainsi montré dans des contextes différents que la norme sociale n'était pas un déterminant significatif de l'intention de créer une entreprise. Pour Krueger (1993), sur la base du modèle de Shapero, l'intention d'entreprendre résulte de deux Meta-variables : la désirabilité et la faisabilité perçues. La perception de désirabilité de l'acte fait référence aux systèmes de valeurs individuelles. D'après Shapero et Sokol (1982), elle se construit par l'influence de la culture, de la famille, des pairs, et des contextes professionnels et scolaires.

La perception de faisabilité fait référence à l'accès aux ressources nécessaires : financières, relationnelles et humaines. L'environnement peut être un élément facilitateur ou au contraire inhibant. La structure schématique de la modélisation qui en découle se trouve donc résumée par la figure 1 qui suggère que plus la désirabilité et la faisabilité perçues sont élevées, plus importante sera l'intention entrepreneuriale.

Figure 1. Le modèle schématique de Shapero.



Ce faisant, comme le notent Magakian et Degeorge (2010, p. 80), dans ces modèles, « *l'intention est une perception qui permet d'appréhender la création d'entreprise comme une voie de carrière possible* ». Et de fait, en identifiant les valeurs, les croyances et les motivations (ainsi que les facteurs de « déplacement » selon Shapero¹), ces approches offrent **une microéconomie du comportement entrepreneurial** complémentaire à celle que proposent Minniti et Bygrave (1999)² mais ils n'expliquent pas le phénomène entrepreneurial d'émergence

¹ Dans un article intitulé « *les fondements microéconomiques de l'entrepreneuriat* », les auteurs proposent un modèle formalisé dans lequel la décision de devenir entrepreneur résulte d'un choix rationnel d'optimisation affecté par le degré de sensibilité individuelle aux opportunités du marché (*alertness*) et par les influences intersubjectives de l'entourage. On retrouve ainsi, sous une forme simplifiée et mathématisée, l'influence de l'attitude, de la norme sociale et du contrôle perçu sur l'intention de devenir entrepreneur (théorie de Azjen) ce qui prouve la dimension microéconomique de l'approche behavioriste de l'intention entrepreneuriale.

² Rappelons que pour Shapero, la désirabilité et la faisabilité perçues se combinent avec un « *déplacement* » qui joue le rôle de facteur déclencheur de l'intention entrepreneuriale. Le déplacement

organisationnelle. En particulier, si on se réfère aux travaux de Weick (2005, 2006) sur l'émergence des possibilités de développement organisationnel, on constate que ces approches intègrent bien les croyances et les désirs que mentionne l'auteur comme éléments constitutifs de la projection stratégique mais négligent l'aspect imaginatif qui est pour lui essentiel. Dans cette perspective, l'imagination renvoie à la vision organisationnelle, thème qu'occultent les modèles behavioristes de l'intention entrepreneuriale.

En conséquence, la question posée par ces modèles et par les enquêtes qu'ils fondent, consiste à savoir s'ils sont compatibles avec les représentations conceptuelles du phénomène entrepreneurial.

La réponse est plutôt négative. En reprenant la perspective célèbre de Stevenson et Jarillo (1990) qui distinguaient trois approches pour qualifier la recherche en Entrepreneuriat (l'approche centrée sur les faits³, l'approche centrée sur les individus, et l'approche centrée sur le processus), il ne fait aucun doute que ciblant des entrepreneurs potentiels, les modèles d'intention se limitent à l'approche par les traits en cherchant à répondre (partiellement) aux questions « *Who and Why* » (Qui sont les entrepreneurs potentiels ? Pourquoi ont-ils l'intention d'entreprendre ?). Dès lors, les modèles d'intention usuels supportent la critique sévère de Gartner (1988) qui opposait à cette perspective, une approche alternative de l'entrepreneuriat centrée sur le processus d'émergence organisationnelle (approche *How*).

1.2. L'oubli de la vision organisationnelle ?

Cette perspective prolongée par Bygrave et Hofer (1991) pour qui l'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter, invite à penser l'entrepreneuriat comme une dialogique. Elle a notamment été développée en France par Bruyat (1993) et par Verstraete (1999). Le premier propose de représenter le phénomène entrepreneurial dans les termes d'une dialogique complexe entre l'Individu (le Sujet) et la Création de Valeur Nouvelle qui constitue l'objet du processus entrepreneurial (Bruyat, 1993, pp. 56-57). Le second modélise ce processus dans les termes d'une dialogique entrepreneur-organisation pour souligner que l'action de l'entrepreneur vise à la création de valeur par création et impulsion d'une organisation.

Selon Bruyat (1993, p. 239 et sq.), l'individu est indissociable de son projet et il serait alors vain d'interroger un individu sur son désir d'acquérir le statut d'entrepreneur si on ne l'interroge pas sur son projet, l'intervieweur devant alors apprécier la cohérence homme-projet qui correspond à l'intersection E1-E2 dans le « modèle des 3 E » de Paturel (1997)⁴.

Pour Verstraete (op. cit.), le phénomène entrepreneurial, comme toute action humaine, repose sur trois dimensions: cognitive, praxéologique, et structurale, et se caractérise par une dialogique

peut être positif (un héritage ou un gain à la loterie qui ouvre des possibilités nouvelles de financer un projet entrepreneurial ; la rencontre avec un client potentiel...), neutre (la fin d'un cycle d'études ou la sortie du service militaire qui obligent à un choix de carrière...) ou négatif (une perte d'emploi, un divorce, un exil migratoire...).

³ Répondant en quelque sorte à la question « *What* » (Que fait l'entrepreneur ?), il s'agit d'une approche fonctionnelle directement héritée des grands auteurs de la Théorie Economique tels que Jean-Baptiste Say (1803), Joseph Schumpeter (1935) ou Isaac Kirzner (1983).

⁴ Le « modèle des 3 E » rappelle pédagogiquement qu'un bon projet doit mettre en cohérence l'Entrepreneur et ses aspirations (E1), l'Entreprise entendue comme ensemble de ressources et de compétences mobilisées ou disponibles (E2) et évidemment l'Environnement (E3).

Individu-Organisation. Dans cette perspective, avoir l'intention d'entreprendre, c'est avoir l'intention de créer une organisation nouvelle ou d'impulser de la nouveauté dans une organisation à reprendre (repreneuriat) ou existante (intrapreneuriat). Cela suppose comme le suggère Ajzen la planification d'un comportement d'action et de structuration. Pour autant, cette projection relève déjà de la dimension cognitive⁵ puisqu'avoir l'intention d'agir suppose étymologiquement « tendre vers » et « mettre en tension ». En rêvant de devenir entrepreneur, l'individu esquisse une vision organisationnelle plus ou moins développée et plus ou moins réaliste. Avant l'engagement, sa vision sera souvent influencée par les modèles entrepreneuriaux qui l'entourent. Comme le note Verstraete (1997, p. 32), « *la vision est antérieure à l'action mais perdure durant l'action* » (éventuelle si on se limite au stade de l'intention) ce qui sous-entend qu'il ne peut y avoir d'intention entrepreneuriale sans vision organisationnelle (proposition 1) même erronée.

Proposition d'étape 1 : Dans toute intention entrepreneuriale crédible, existe au moins une esquisse de vision organisationnelle même erronée ou inadaptée aux réalités du marché...

Et de fait, si les études utilisant les modèles d'intention précités livrent des scores d'intention entrepreneuriale éloignées des réalités chiffrées de la création et de la reprise d'entreprises, on peut penser que l'écart substantiel provient du caractère erroné ou inadéquat des visions implicites des interviewés (proposition programmatique 2).

Proposition programmatique 2 : En n'interrogeant pas les individus sur leur vision organisationnelle et en n'en questionnant pas la pertinence, les modèles behavioristes de l'intention entrepreneuriale sont de mauvais prédicteurs du passage à l'acte entrepreneurial et n'ont d'autre utilité que de révéler le niveau de désirabilité du statut social d'entrepreneur.

L'oubli de la vision organisationnelle est un thème récurrent des enquêtes appliquant les modèles behavioristes. Ainsi, depuis Ajzen et Fishbein (1980), l'opérationnalisation de l'intention entrepreneuriale se focalise sur la mesure (par échelles de Likert) de la probabilité de création ou de reprise d'entreprise, la probabilité d'une carrière salariale et la préférence entre l'entrepreneuriat et le salariat⁶. Ce type d'approches peut donner lieu à des résultats aberrants (et absolument non prédictifs du passage à l'acte). Ainsi, contributeur de l'ouvrage de Schmitt (2008), Levy-Tadjine (2008a) rapporte qu'avec ce type d'échelles, il a pu constater sur un échantillon représentatif de 110 personnes que 83% des étudiants libanais avaient l'intention de devenir entrepreneurs et préféraient cette voie au salariat, toutes universités confondues. Pour autant, même si le libanais est réputé pour être entreprenant, il va sans dire que moins du quart passera à l'acte...

⁵ Si on peut, en effet, considérer que ce n'est que lors du passage à l'acte que l'individu contribue à structurer son environnement et s'engage dans l'action, il va sans dire que la première des trois composantes (la pensée stratégique ; la réflexivité ; l'apprentissage) de la dimension cognitive qu'identifie Verstraete (1997, 32-33) est déjà à l'œuvre lors de l'émergence de l'intention.

⁶ L'opérationnalisation des perceptions des aptitudes entrepreneuriales acquises par le suivi de formations spécialisées qu'ont proposée Kolvereid (1997 ; 52) et Tkachev et Kolvereid (1999 ; 276-277) relève de la même critique.

Pour dépasser ces critiques, il faudrait donc pouvoir interroger les individus sur leur vision organisationnelle et en quelque sorte, les interroger sur leur intention organisationnelle. Au préalable, ceci suppose d'élaborer une théorisation alternative de l'intention entrepreneuriale. Tel est l'objet des lignes qui suivent.

2. Peut-on modéliser l'intention organisationnelle ?

Chercher à rendre compte de la vision organisationnelle de l'individu qui selon les enquêtes issues des modèles behavioristes dit avoir l'intention d'entreprendre, oblige à identifier les différentes facettes du concept. En parallèle, il n'est pas anodin de relever qu'une théorisation de l'intention organisationnelle a déjà été proposée dans une perspective conventionnaliste (Charmettant, 2010). Il conviendra donc de la discuter voire de la dépasser. Cette partie sera donc structurée comme suit. Dans une première section, nous envisagerons les caractéristiques de la vision organisationnelle (2.1) puis nous montrerons que l'approche de Charmettant n'offre qu'une réponse partielle pour expliquer l'intention organisationnelle (2.2) ce qui nous conduira à compléter le travail en esquissant des propositions pour réconcilier intention entrepreneuriale au sens des modèles de Ajzen et al. et intention organisationnelle au sens de Charmettant (2.3).

2.1. Les trois niveaux de la vision organisationnelle

Reprenant la définition de Filion (1991), Bourguiba et Schmitt (2008) définissent la vision de l'entrepreneur comme « *une image, projetée dans le futur, de la place qu'on veut voir occupée éventuellement par ses produits sur le marché, ainsi que l'image du type d'organisation dont on a besoin pour y parvenir* ».

Cette définition assez large a le mérite de pouvoir s'appliquer à l'individu qui déclare avoir l'intention d'entreprendre. Il va sans dire que selon son degré d'engagement, la formalisation présumée de l'organisation qu'il anticipe sera plus ou moins aboutie. Toujours est-il que dans cette perspective, l'intention de devenir entrepreneur ne deviendra effective (et donc susceptible d'un comportement planifié dans les termes de Ajzen) que sur la base d'idées d'affaires ou d'opportunités et sur la base d'une imagination organisationnelle permettant d'y répondre comme le suggérait Weick (2005, 2006, op. cit.).

Partant de cette approche, Bourguiba et Schmitt (2008. 176) considèrent que la vision stratégique de l'entrepreneur recouvre trois dimensions successives mais néanmoins inter-agissantes que sont la conception, la problématisation et la traduction.

Cette trilogie cognitive ouvre une voie pour mesurer l'intensité organisationnelle (et donc entrepreneuriale) comme nous le résumons dans le tableau 1.

En effet, selon que sa vision organisationnelle est acceptable et cohérente (niveau 2) ou non (niveau 1), l'intention est plus ou moins abstraite et virtuelle. Au niveau de la problématisation (niveau 2), l'entrepreneur potentiel esquisse un couple produit-marché réaliste quitte à envisager plusieurs scénarii... Mais ce n'est que s'il est capable de formaliser et de traduire son projet tel que l'attendent les parties prenantes (niveau 3) qu'on pourra attester de l'intensité réelle de son intention entrepreneuriale et organisationnelle. Pour Bourguiba et Schmitt op. cit., p. 181), « *la traduction est importante car la vision de l'entrepreneur n'est pas transposable telle quelle. Elle nécessite bien souvent de passer d'un niveau tacite à un niveau explicite. (...) Des outils comme le plan d'affaires sont intéressants* » pour ce faire.

Tableau 1 : Les trois niveaux d'élaboration de la vision organisationnelle et l'intensité de l'intention entrepreneuriale.

Niveau	Phase d'Elaboration de la vision organisationnelle	Déclinaison au niveau de l'intention organisationnelle	Intensité de l'intention entrepreneuriale
Niveau 1	Conception	Celui qui a l'intention d'entreprendre a « <i>dans sa tête</i> » (Bourguiba et Schmitt, op. cit. p. 177) une représentation du (ou des) couple(s) produit-marché et de l'organisation qui lui permettraient de devenir entrepreneur.	Intention floue Les représentations peuvent encore être inadaptées au marché ou aux attentes de l'individu. Aucun test de cohérence n'a encore été effectué...
Niveau 2	Problématisation	Celui qui déclare avoir l'intention d'entreprendre s'est engagé dans des questionnements lui permettant de valider la cohérence et la faisabilité de son projet (Bourguiba et Schmitt, op. cit. p. 179) et en premier lieu de s'en convaincre lui-même.	Intention réelle mais moyenne La problématisation vise, entre autres, à garantir la viabilité du couple produit-marché intentionnellement envisagée. Pour autant, rien ne garantit encore que les parties prenantes (financeurs notamment) y adhéreront... Leur adhésion suppose une « traduction »...
Niveau 3	Traduction	Celui qui déclare avoir l'intention d'entreprendre, apes avoir validé la cohérence et la faisabilité de son projet, a cherché à faire partager son intention et son projet. So intention est donc attestée (ou au moins attestable) par d'autres...	Intention solide (forte probabilité de passage à l'acte).

Cette grille va maintenant nous permettre de situer l'une des tentatives les plus intéressantes de la littérature pour définir l'intention organisationnelle.

2.2. Le choix d'un monde de production ou l'intention organisationnelle problématisée

En suivant Salais et Storper (1993), Charmettant (2010) considère que l'intention organisationnelle adapte le projet et les produits « *que réalise l'entreprise* » aux mondes de production possibles. Pour Charmettant (op. cit., p. 99) , « *diriger une entreprise, c'est d'abord la destiner à accéder à un certain monde de production parmi ceux qui sont possibles* » ce qui

suppose aussi la possibilité de « *changer de monde* » en raison de la diversité envisageable⁷. Dans cette perspective, l'analyse de l'intention organisationnelle d'un individu devra donc évaluer son idéation des mondes possibles et sa projection dans ceux-ci voire sa capacité de flexibilité (c'est-à-dire d'adaptation à un autre « *monde de production* ») mais Charmettant n'évoque pas la capacité de l'entrepreneur potentiel ou du dirigeant à convaincre sur ce projet ce qui relèverait de la traduction. A défaut, l'intention organisationnelle décrite relève bien de la problématisation.

En croisant technologie et processus de production esquissés et marchés envisagés, Salais et Storper identifient (comme l'illustre le tableau 2), quatre « mondes de production » dont l'intérêt est qu'ils demeurent assez génériques pour qu'un non-entrepreneur même s'il formalise peu son projet, puisse théoriquement s'y projeter...

Tableau 2 : Les quatre mondes de production de Salais et Storper, un cadre simplifié pour la problématisation de l'intention organisationnelle.

	Technologie et procès de production	
Marchés envisagés	Produits spécialisés	Produits standards
Produits dédiés	1. <i>Monde de production interpersonnel</i>	2. <i>Monde de production marchand</i>
Produits génériques	3. <i>Monde de production immatériel</i>	4. <i>Monde de production industriel</i>

L'entrée par les marchés envisagés invite celui qui projette d'entreprendre à se référer aux travaux de Franck Knight et à se demander si la demande qui lui sera adressée sera prévisible (notion de risque au sens de Knight) ou incertaine (notion d'incertitude au sens de l'auteur cité). Dans le premier cas, il pourra mettre sur le marché des produits génériques. Dans le second, il devra élaborer des produits dédiés.

De même, pour l'autre entrée du tableau, il s'agit de savoir si la production peut être normalisée (cas des produits standards) ou si la technique de production est basée sur les compétences personnelles qui caractérisent notamment les activités artisanales et fait alors l'objet de produits spécialisés ou individualisés...

Il en résulte quatre mondes de production possibles pour celui qui a le projet de devenir entrepreneur.

Dans la première configuration (*monde de production interpersonnel*), chaque client est considéré comme unique et le produit doit lui être parfaitement adaptée ce qui suppose une « *production différenciée de haute qualité* » (Salais et Storper, op. cit., p. 64). Au contraire, dans le *monde marchand*, la demande est de même nature mais le projet table sur une standardisation

⁷ Cet accent sur la diversité du réel marque bien l'ancrage conventionnaliste de la théorie des « *mondes de production* ». Il se rapproche ainsi des travaux de Boltanski et Thevenot (1987, 1991) qui inventorient la pluralité des espaces de justification des actions sociales, et des applications qui en découlent que ce soient pour identifier les modèles de management de la qualité dans l'entreprise (Gomez, 1994, 222) ou élaborer une nouvelle théorie économique de l'entreprise (Levy-Tadjine, 2008b, 33-34). On le retrouve encore dans le texte programmatique signé par les principaux auteurs conventionnalistes français (Eymard-Duvernay et al., 2006).

de la production. Un projet intentionnellement viable dans ce registre misera sur de gros efforts de communication et de publicité pour convaincre le client de son unicité (même virtuelle). *Le monde de production immatériel* (configuration 3) traduit de la part du porteur potentiel de projet, une volonté forte d'innover en créant un produit qui a vocation à être largement utilisé. Salais et Porter (op. cit., p. 65) évoquent alors des « *produits de haute technologie fondés sur d'importants investissements en Recherche et Développement* ». Pour autant, la production demeure artisanale ou limitée en séries. La *Fontaine à rires* de Haldun Altan (Sabonnadiere et Blanco, 2005, 44) relève de ce schéma. Le créateur de *i-makina* proposait « *un dispositif électronique assez simple capable de reproduire selon un scénario programmé à l'avance, des séquences enregistrées d'une gamme très variée de rires, allant du rire d'enfant, au rire éclatant d'une personne très extravertie. Selon le porteur, cette fontaine de rires était d'une efficacité incomparable pour dispenser une ambiance de détente et de bonne humeur* » par exemple dans des centres commerciaux ou dans des lieux d'attente (salle d'attente ; queue a un guichet...) (Sabonnadiere et Blanco, op. cit.). La production relevait effectivement des attentes spécifiques des clients (en termes de sons et de programmation des rires) et ne pouvait faire l'objet de grandes séries. Au contraire, dans le monde industriel (configuration 4), le futur entrepreneur peut chercher à « *s'adresser à une demande anonyme qui cherche un produit aux caractéristiques fixes* » que garantit l'élaboration de procédures routinières de production.

Si ces configurations peuvent se révéler abstraites pour un individu qui 'a qu'une vague intention d'entreprendre, elles ont le mérite de l'obliger à s'interroger sur sa projection organisationnelle. Dans l'axiomatic de Salais et Storper (1993) comme de Charmettant (2010), elles relèvent cependant bel et bien de l'intention puisque pour ces auteurs dans la lignée des travaux de Boltanski et Thevenot (1991), les mondes possibles envisagés doivent faire l'objet d'une « *épreuve de réalité* » pour devenir (ou on) des mondes réels.

On peut aisément admettre que l'épreuve de la traduction puisse constituer un début d'épreuve de réalité (Callon et Latour, 1991)

Pour autant et malgré l'intérêt du travail de Charmettant et al. pour inviter l'entrepreneur à problématiser son intention organisationnelle, le bilan de cette revue est paradoxal. D'un côté, les théories classiques de l'intention organisationnelle se focalisent sur la désirabilité et sur la faisabilité perçues. Ce faisant, comme nous le proposons au terme de la partie 1, elles se limitent aux aspects individuels et aux ressources de l'entrepreneuriat (Cohérence E1-E2 selon le modèle de Paturel précité). De l'autre côté, l'approche conventionnaliste de l'intention organisationnelle et des mondes possibles se focalise sur le marché (E3) et sur le choix des modes de production (E2) en négligeant un aspect pourtant fondamental de la vision et de la projection entrepreneuriale, l'aspiration de l'individu (E1). Ceci nous conduit à présent à envisager alternativement quels seraient les contours d'une intention entrepreneuriale à visée organisante. Ceci suppose d'ajouter au travail de Charmettant et al., un questionnement sur les motivations et ambitions de l'entrepreneur en herbe. Le modèle des 3 F combinable avec le modèle des 3 E (Levy-Tadjine et Paturel, 2006) l'autorise. Il faut, en outre, enrichir la description par le débat sur la traduction.

2.3. Vers une modélisation de l'intention entrepreneuriale à visée organisante, complètement problématisée et traductible.

Si effectivement, les travaux de Charmettant et al. conduisent à penser qu'il n'existe pas d'intention entrepreneuriale à visée organisante sans identification par l'individu de ses mondes de production possibles, il faut aussi interroger ce dernier sur ses ambitions entrepreneuriales. Il n'y a, en effet, pas d'intention sans but. Le modèle des 3 F (Levy-Tadjine, Paturel, 2006) qui distingue trois mesures de la performance, l'efficacité (F 1), l'efficience (F 2) et l'effectivité (F 3) permet cette lecture.

En effet, plusieurs travaux ont montré que dès la phase d'intention entrepreneuriale, certains porteurs de projet se montrent altruistes en survalorisant en fait l'effectivité (F3) et en minorant les objectifs financiers et productivistes de leur affaire (F1, F2). C'est le cas des éco-entrepreneurs (Ivanko et Kivirist, 2008) A la limite, certains de ces entrepreneurs potentiels seraient dans une situation d'absence de problématisation (F3 seule), situation que l'on rencontre parfois chez certains candidats éco-entrepreneurs éloignés des préoccupations économiques du monde des affaires.

Dans le modèle, F 1 interroge le candidat entrepreneur sur ses objectifs chiffrés (revenu escompté ; profit espéré ; etc.) tandis que F2 permet de situer ceux-ci par rapport à la concurrence et donc d'évaluer l'importance de l'intention (a-t-il esquissé une étude environnementale ou on ?). F 3, enfin, se focalise sur le niveau de satisfaction des (futurs) parties prenantes de l'entreprise. Les critères pertinents en la matière peuvent toucher aussi bien les parties prenantes internes (satisfaction du personnel au travail avec suivi de l'évolution des conditions de travail, de rémunération, etc.) que celles externes (satisfaction des clients, des fournisseurs, etc.). On peut alors rapprocher chacun de ces niveaux et leur combinaison des trois phases constitutives de la vision stratégique (Tableau 3).

Tableau 3 : Mise en relation des trois niveaux d'élaboration de la vision organisationnelle et des applications possibles du modèle des 3 F

Niveau	Phase d'Elaboration de la vision organisationnelle	Eléments décrivant la motivation de l'individu selon le modèle des 3 F	Intensité de l'intention entrepreneuriale
Niveau 1	Conception	F1 ou F3 seuls. Dans le premier cas (F1), l'entrepreneur potentiel esquisse (ou éventuellement idéalise) ce qu'il peut attendre du marché. Dans le second cas (F3), il fonde une intention entrepreneuriale floue sur un projet altruiste (par exemple au service de l'Eco-entrepreneuriat ou à but social).	Intention floue
Niveau 2	Problématisation	F1 + F2 La problématisation oblige à un premier positionnement par rapport à l'existant (concurrents ; clients ; etc...)	Intention réelle mais moyenne
Niveau 3	Traduction	F1 + F2 + F3 En introduisant les parties-prenantes (F3) dans sa vision organisationnelle, l'individu s'engage déjà dans le processus de traduction et crédibilise ainsi son projet même s'il e reste au stade de l'intention.	Intention solide (forte probabilité de passage à l'acte).

Ce parallèle montre bien que les questionnements pour évaluer le degré d'intention entrepreneuriale sont plus complexes que ne le laisseraient penser les approches behavioristes. Si l'entrepreneur impulse de l'organisation (Verstrate, 1999), on ne saurait se limiter à ses perceptions de désirabilité statutaire et de faisabilité financière. Il convient de questionner sa vision organisationnelle et sa propension à la traduction faute de quoi, son intention déclarée demeurera un vœu pieux... Le cas de M. SERK illustre particulièrement l'enjeu de la propension à la traduction. L'auteur de cette contribution l'avait reçu alors qu'il candidatait pour intégrer un stage long (six mois) de formation à la création et à la reprise d'entreprises financé alors par *l'Agence Nationale Pour l'Emploi* (avant son intégration à *Pole Emploi*).

Ancien entrepreneur du BTP en Algérie, il avait fui son pays pour des raisons politiques et avait obtenu le droit d'asile en France fermement décidé à y monter une affaire dans le secteur qu'il connaissait bien. Sa motivation à intégrer le stage de formation mentionné au sein de l'Université de St-Etienne venait de sa conscience des écarts juridiques et réglementaires entre son pays d'origine et son pays d'adoption **ce qui prouve sa problématisation** et conforte l'intensité de son intention entrepreneuriale d'autant qu'au préalable il avait pris soin de faire valider ses qualifications professionnelles algériennes par un stage auprès de l'AFPA, Association Française de Formation Professionnelle pour Adultes). Toutefois, lors de son entrée dans le dispositif d'accompagnement et au cours des six mois du stage, il se refusa toujours à présenter une esquisse de plan d'affaires écrit en argumentant qu'il n'en n'avait pas besoin du fait de ses bons contacts avec ses clients potentiels et avec son banquier prêt selon lui, à lui faire crédit sur la

base de son patrimoine personnel et sur la base de son savoir-faire technique... **Au final, il faudra plus d'un an et demi, le temps de la traduction, pour qu'il démarre réellement son affaire sur St-Etienne et sa région...**

Ce cas prouve sans conteste la stabilité de l'intention de cet individu dans le temps. Pourtant **si deux ans plus tôt, on lui avait soumis un questionnaire inspiré des modèles behavioristes, on en aurait aussitôt conclu à sa forte intention entrepreneuriale mais une telle mesure aurait été peu prédictive de son engagement organisationnel.**

Cet exemple et les réflexions qui le précèdent, invitent donc à relativiser la portée et l'intérêt des modèles classiques d'intention entrepreneuriale pour leur privilégier une approche plus centrée sur l'émergence organisationnelle (qui suppose l'engagement dans un processus de traduction de la vision entrepreneuriale vis-à-vis des parties prenantes du projet).

Conclusion :

De fait, dans ces lignes, nous avons suggéré l'incomplétude des modèles traditionnels d'intention en soulignant que par leur focalisation sur les perceptions psychosociologiques de l'individu, ils occultaient la dimension organisationnelle du phénomène entrepreneurial. Pour autant, il ne fait aucun doute que chercher à modéliser l'intention organisationnelle (en questionnant l'individu sur sa vision stratégique) comme nous y invitons conduirait à un changement épistémologique profond. La mutation envisagée encouragerait notamment davantage le recours aux méthodologies qualitatives qu'aux méthodologies quantitatives actuellement mobilisées⁸. Mais on peut penser que ce n'est qu'à ce prix que l'analyse de l'intention entrepreneuriale (à visée organisante) ne deviendra un bon prédicteur de l'engagement entrepreneurial.

Pour autant, pour affiner le concept d'intention organisationnelle et prolonger la critique constructive des modèles behavioristes⁹, de nombreuses voies n'ont pas été explorées dans ce texte exploratoire.

De nombreux travaux (Dubard-Barbosa, 2008, chapitre 3; Giacomini et al., 2010) invitent à prendre en compte la situation d'emploi de l'interrogé en gageant que celle-ci et la motivation entrepreneuriale qui en résulte (Volontaire ou Contrainte) conditionnent sa vision stratégique et notamment le choix du secteur d'activité¹⁰.

Par ailleurs, ce texte comme les modèles incriminés n'ont pas fait état de l'entrepreneuriat collectif alors même que certains comme Johannisson (2002) défendent l'idée que l'entrepreneuriat est par nature collective. L'introduction du collectif dans les modèles d'intention ouvrirait une sérieuse brèche vers l'intention organisationnelle et contribuerait à répondre au programme revendiqué par Sheperd et Krueger (2002). Nul doute que ces

⁸ Indépendamment de l'idéologie, c'est en ce sens au moins qu'on peut parler de changement épistémologique dans la lignée des définitions de Piaget (1967), la méthodologie ne constituant qu'un aspect particulier de l'Epistémologie (Avenier, 2010, 6).

⁹ Pour autant, comme le suggérait un relecteur, si nous avons opté dans ce texte pour une voie radicale de remise en cause des modèles usuels de l'intention entrepreneuriale, il n'est pas exclu d'envisager un chemin plus orthodoxe en cherchant à intégrer des variables relatives à la vision entrepreneuriale dans la mesure de l'intention. Techniquement, ceci nous paraît assez compliqué à envisager mais nul doute que cette perspective pourrait inspirer des chercheurs comme Krueger et Carsrud dont les travaux mentionnés en ouverture de ce texte montrent l'application qu'ils portent à l'amélioration permanente de leurs outils.

¹⁰ Giacomini et al. (2010) montrent notamment la surreprésentation des entrepreneurs contraints dans les secteurs à faible barrières à l'entrée tels que le commerce et les services ce qui confirme les travaux de Levy-Tadjine (2004) sur les entrepreneurs immigrés en situation précaire.

perspectives légitiment de reconcevoir l'intention entrepreneuriale comme intention organisationnelle.

Références bibliographiques:

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. in Kuhl J., Beckmann J. (Eds.), *Action control: From cognition to behavior*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer-Verlag.

Ajzen, I. (1991), Theory of planned behaviour, *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50 : 179–211.

Ajzen I., Fishbein M. (1990), *Understanding attitudes and predicting social behaviour*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New-Jersey.

Aliouat B., Ben Cheikh A. (2009), Les déterminants environnementaux de l'intention de créer une start-up en TIC: cas des ingénieurs tunisiens, Colloque de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sophia-Antipolis, octobre, CD-Rom.

Avenier M.J. (2010), Retrouver l'Esprit de la vallée du Constructivisme en remontant à ses sources épistémiques, *Cahier de recherche du CERAG*, 2010-03 E4, CERAG, Grenoble.

Boissin J-P., Chollet B., Emin S. (2005), Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat - Eléments d'analyse pour l'action, Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, 5-8 juin, Angers, France.

Boissin J-P., Emin S. (2006), Une moindre fibre entrepreneuriale chez les femmes dès l'université ?, 8ième Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 25-27 octobre, Fribourg, Suisse.

Boltanski L., Thevenot L. (1987), *Les économies de la Grandeur*, PUF, Paris.

Boltanski L., Thevenot L. (1991), *De la justification*, Gallimard, Paris.

Bourguiba M., Schmitt C. (2008), Aider l'entrepreneur à concevoir une vision, in C. Schmitt (Ed), *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*, Presses Universitaires du Québec.

Brannback M., Carsrud A.L., Kickul J, Krueger N.F. (2007), "Watch out, Isaac"- Reconstructing Entrepreneurial Intentions, presented at the 4th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange Conference, 6-9 Février, Brisbane (Queensland, Australie), cité in Dubard-Barbosa (2008).

Bruyat C. (1993), *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse de doctorat ès sciences de gestion, sous la direction de R. Paturel, Université Pierre-Mendès-France, Grenoble 2.

Bygrave W.D., Hofer C.W. (1991), Theorizing about entrepreneurship, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Winter, pp. 3-22.

Callon M., Latour B. (1991), *La science telle qu'elle se fait*, La découverte, Paris.

Charmettant H. (2010), Accéder à un monde de production valide : l'intention organisationnelle dans une perspective conventionnaliste, in C. Cadiou (ed.), *A la recherche de l'intention*, Presses Universitaires de Rennes, pp. 99-120.

Conner, M., Armitage, C. J. (1998), Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research, *Journal of Applied Social Psychology*, 28: 1429-1464.

Dubard-Barbosa S. (2008), *La perception du risque dans la décision de création d'entreprise*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, sous la direction de A. Fayolle, Université Pierre-Mendez-France, Grenoble 2; Prix FNEGE 2008 de la meilleure thèse en Entrepreneuriat.

Emin S. (2003), *L'intention de créer un entreprise des chercheurs publics : le cas français*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, sous la direction de R. Paturel, Université Pierre-Mendes-France Grenoble II. Prix FNEGE de la meilleure thèse transversale en Sciences de Gestion.

Filion L.J. (1991), *Visions et relations*, Editions de l'Entrepreneur, Montreal.

Gartner W.B. (1988), "Who is an entrepreneur?" is the wrong question, *American Journal of Small Business*, 12 (4), Spring, p. 11-31.

Giacomin O., Janssen F., Guyot J.L., Lohest O. 2010), Entrepreneuriat contraint et volontaire, quel impact sur le choix sectoriel des entrepreneurs ?, *Revue Internationale PME*, vol. 23 (3-4), 211-243.

Gomez P.Y. (1994), *Qualité et théorie des conventions*, Economica, Paris.

Ivanko J., Kivirist L. (2008), *ECOpreneuring: putting Purpose and the Planet before Profits*, New society Publishers

Kirzner I.M. (1983), *Perception, opportunity and profit: studies in the theory of entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago.

Kolvereid L. (1997), Predictions of Employment Status Choice Intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol 21 (1), 47-57.

Krueger N.F. (1993), The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability, *Entrepreneurship Theory & Practice*, fall, 5-20.

Krueger N.F., Kickul J. (2006), So you thought the Intentions Model was simple ? Navigating the complexities and interaction of cognitive Style, Culture, Gender, Social norms and Intensity on the pathway to Entrepreneurship, Paper presented at the US Association Small Business and Entrepreneurship Conference, cité in Dubard-Barbosa (2008).

Johannisson B. (2002), Entrepreneurship as a collective phenomenon, *Document de travail, Scandiavian Institute for Research in Entrepreneurship*, Vaxjo University, cité in S. Berger-Douce (2010), La fabrique d'une stratégie collective entrepreneuriale orientée environnement, *Revue Internationale PME*, vol. 23 (3-4), 123-154.

Levy-Tadjine T. (2004), *L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, sous la direction de R. Paturel, Université du Sud-Toulon-Var. Prix FNEGE de la meilleure thèse en entrepreneuriat.

Document téléchargeable sur : http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00410048_v1/

Levy-Tadjine T. (2008a), Le Liban est-il un mauvais élève du point de vue de la relation Université-Entrepreneuriat, in C. Schmitt (Ed.), *Université et Entrepreneuriat*, Presses Universitaires de Nancy, p. 61-72.

Levy-Tadjine T. (2008b), *Intersubjectivité et singularités en Entrepreneuriat et en Sciences de Gestion*, Travaux d'Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de Gestion (HDR), Université de Bretagne Occidentale (Brest). Document téléchargeable sur:

http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/41/00/50/PDF/Singularites_et_Intersubjectivite_en_Entrepreneuriat-VDef-RECTO-VERSO.pdf

Levy-Tadjine T., Paturel R. (2006), Essai de modélisation triadique du phénomène entrepreneurial, in C. Fourcade, G. Pache, R. Perez (eds), *La Stratégie dans tous ses états, Mélanges en l'honneur du Professeur Michel Marchesnay*, EMS.

Magakian J.L., Degeorge J.M. (2010), De l'intention au processus d'idéation : quelle relation organisationnelle ?, in C. Cadiou (ed.), *A la recherche de l'intention*, Presses Universitaires de Rennes, p. 71-97.

Minniti M., Bygrave W. (1999), The Microfoundations of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol 23, (4), summer, 41-52.

Paturel R. (1997), *Pratique du Management stratégique*, Presses Universitaires de Grenoble, collection La Gestion en plus.

Piaget J. (1967), *Logique et connaissance scientifique*, Gallimard, Paris.

Sabonnadiere J.M., Blanco S. (2005), *La création d'entreprises innovantes*, Lavoisier-Hermes, Paris.

Salais R., Storper M. (1993), *Les mondes de production*, Editions de l'EHESS, Paris.

Saleh L. (2011), *L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, sous la direction de C. Schmitt, Université de Nancy II.

Say J.-B. (1803), *Traité d'économie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent ou se consomment les richesses*, Calmann-Lévy Éditeur, 1972, Collection Perspectives de l'économie - Les fondateurs, 572 pages, Paris.

- Schumpeter J. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz, Paris.
- Schmitt C. (2008) (Ed.), *Université et Entrepreneuriat*, Presses Universitaires de Nancy.
- Searle J.R. (1995), *The construction of social reality*, The Free Press, New-York.
- Shapero A. (1975), The displaced, uncomfortable entrepreneur, *Psychology today*, 9, 83-88.
- Shapero A., Sokol L. (1982), The social dimensions of entrepreneurship, in Kent C. A., Sexton D. L., Vesper K. H. (eds), *The encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 72-90.
- Sheperd D., Krueger N. (2002), An Intentions-Based Model of Entrepreneurial teams' social cognition, *Entrepreneurship Theory & Practice*, Winter, 167-184.
- Stevenson H.H., Jarillo J.C. (1990), A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management, *Strategic Management Journal*, 11, p. 17-27
- Tkachev A., Kolvereid L. (1999), Self-Employment intentions among Russian students, *Entrepreneurship and Regional Development*, 11, 269-280.
- Tokatlioglu S. (2010), Contribution à l'explication de l'intention de création d'entreprise : le cas des femmes entrepreneurs en Turquie, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, sous la direction de R. Paturel, Université de Bretagne Occidentale.
- Tounes A. (2006), L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français, *La Revue des sciences de gestion*, 219, Mai-juin, 57-65.
- Verstraete T. (1999), *Entrepreneuriat; connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'Harmattan, collection Economie et Innovation.
- Weick K. (2005), Organizing and failures of imagination, *International Public Management Journal*, vol. 8, 3, cité in Magakian et Degeorge (2010).
- Weick K. (2006), The role of imagination in the organizing of Knowledge, *European Journal of Information Systems*, vol. 15, pp. 446-452, cité in Magakian et Degeorge (2010).