



**HAL**  
open science

## Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale des porteurs de projets français

Servane Delanoë, Franck Brulhart

► **To cite this version:**

Servane Delanoë, Franck Brulhart. Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale des porteurs de projets français. *Revue Internationale PME*, 2011, 24 (1), pp.43-70. halshs-00743793

**HAL Id: halshs-00743793**

**<https://shs.hal.science/halshs-00743793>**

Submitted on 8 Dec 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français<sup>1</sup>

Servane DELANOË  
Toulouse Business School

Franck BRULHART,  
Aix-Marseille Université et LEST CNRS UMR7317

---

<sup>1</sup> Les auteurs remercient la CRCI et le réseau des CCI de Bretagne. Sans l'aide de leurs équipes cette recherche n'aurait pas été possible. Les auteurs tiennent également à remercier les évaluateurs anonymes pour la pertinence de leurs commentaires et de leurs suggestions, qui leur ont permis d'améliorer de façon substantielle la qualité de cet article

## INTRODUCTION

L'influence positive de l'entrepreneuriat sur la croissance économique, l'innovation, la création d'emplois ou encore les gains de productivité est aujourd'hui très largement reconnue (Audretsch et Fritsch, 2003 ; Reynolds, 2005). Toutefois, la prise de conscience dans les années 80 de l'importance de l'entrepreneuriat pour les économies modernes est allée de pair avec le constat que le phénomène sous-jacent, le processus entrepreneurial, était alors très peu compris (Reynolds, 1987). Il est aussi rapidement apparu que ce processus entrepreneurial ne commence pas avec la création d'entreprise, mais bien avant, lorsqu'un individu fait le choix de s'engager dans une démarche visant à créer une organisation (Reynolds, 2005). Cette étape renvoie à la phase « d'émergence organisationnelle » (Katz et Gartner, 1988) ou « d'entrepreneuriat naissant » (Reynolds *et al.*, 1994). Si les recherches menées dans différents pays sur des entrepreneurs naissants ont contribué à une meilleure compréhension du phénomène (Johnson *et al.*, 2005 ; Reynolds, 2005), la jeunesse du champ et les résultats encore contradictoires obtenus nécessitent de poursuivre les efforts d'investigation afin de mieux comprendre cette phase (Fayolle *et al.*, 2005 ; Johnson *et al.*, 2005). Dans ce contexte, l'objectif de cet article est d'étudier la phase d'entrepreneuriat naissant grâce à un modèle d'intention adapté de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), afin de préciser le rôle et l'importance respective des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français.

Le comportement entrepreneurial, lorsqu'il est défini en tant que création d'une organisation (Gartner, 1988), est précédé par l'intention d'une personne et illustré par la prise d'informations en vue d'entreprendre la mise en place du projet (Katz et Gartner, 1988). Même si le lien effectif entre intention et comportement final reste à démontrer (Boissin et Emin, 2006), l'utilisation d'un modèle d'intention dans notre article vise à identifier les antécédents susceptibles d'influencer l'intention entrepreneuriale et à faire progresser le champ en palliant des insuffisances de la littérature existante (Katz, 1990 ; Fayolle et Degeorge, 2007 ; Krueger, 2007). Certes, des démarches de recherches similaires ont déjà été appliquées aux cas de chercheurs français (Emin, 2004) ou d'étudiants de plusieurs pays (Kolvereid, 1996 ; Krueger *et al.*, 2000 ; Autio *et al.*, 2001 ; Boissin *et al.*, 2008). Cependant, il n'existe, à notre connaissance, aucune étude centrée sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale d'entrepreneurs naissants engagés dans une prise de conseil sur leurs projets alors que les recherches menées sur l'accompagnement de nouvelles entreprises (Leyronas et

Sammut, 2000 ; Sammut, 2003) ou d'entreprises portées dans des incubateurs ou des pépinières (Messeghem et Sammut, 2007) confirment l'intérêt de tels terrains d'étude.

Dans une première partie, nous nous appuyons sur les modèles d'intention afin d'identifier le rôle et l'importance respective des antécédents de l'intention entrepreneuriale pour des entrepreneurs naissants, ce qui nous conduit à formaliser nos hypothèses de recherche. La seconde partie de cet article est consacrée à la présentation de la méthodologie mobilisée ainsi qu'à l'exposé et à la discussion des résultats obtenus.

## 1. REVUE DE LA LITTÉRATURE ET FORMULATION DES HYPOTHESES

Les facteurs explicatifs de la volonté d'entreprendre varient en fonction des individus (Shapiro et Sokol, 1982). Ainsi, par exemple, les chercheurs distinguent l'entrepreneuriat d'opportunité de l'entrepreneuriat de nécessité selon que l'entrepreneur cherche à exploiter une opportunité d'affaire qu'il a préalablement identifiée ou qu'il s'engage dans la voie entrepreneuriale par défaut d'autres options (Reynolds *et al.*, 2002). D'autres différencient entre entrepreneurs « naturels », « inévitables » ou « accidentels » (Fitzsimmons et Douglas, à paraître) selon les perceptions de désirabilité et de faisabilité de l'acte entrepreneurial exprimées par la personne. Pour les entrepreneurs « naturels », l'entrepreneuriat est à la fois hautement désirable et faisable. Pour les « inévitables », il est hautement désirable mais moins faisable ce qui va amener la personne à rechercher activement une opportunité à exploiter. Enfin pour les « accidentels », il apparaît faisable suite à l'identification d'une opportunité d'affaire, mais n'était pas auparavant considéré comme une option de carrière désirable par la personne (Fitzsimmons et Douglas, à paraître). Dans ce dernier cas, l'intention peut ne devenir apparente qu'après le déclenchement du processus entrepreneurial (Fayolle et Degeorge, 2007).

Nous considérons ici le cas d'un processus entrepreneurial caractérisé par l'expression d'une volonté individuelle (quelles que soient les motivations à l'origine de cette volonté) qui se traduit sous forme d'intention et nécessite ensuite une préparation, plus ou moins longue selon les projets (Katz et Gartner, 1988) afin d'aboutir à l'action. C'est d'ailleurs cette posture qui a, dès les années 80, amené les chercheurs en entrepreneuriat à s'intéresser aux modèles incorporant l'intentionnalité du comportement entrepreneurial (Shapiro et Sokol, 1982 ; Bird, 1988 ; Katz et Gartner, 1988). Si les cadres théoriques utilisés pour étudier la création d'entreprise restent variés, les modèles d'intention présentent en effet l'avantage de prendre en compte l'hétérogénéité des situations rencontrées et l'aspect processuel du phénomène

(Bird et Jelinek, 1988 ; Davidsson, 2005), offrant ainsi des perspectives de recherche prometteuses (Krueger, 2007). Le modèle retenu ici est adapté de celui d'Ajzen (1991) en étant combiné avec la notion d'auto-efficacité développée par Bandura (1986). Dans cette première partie, nous décrivons donc les différents éléments du modèle retenus pour cette étude : intention, attitude, norme subjective et auto-efficacité entrepreneuriale perçue.

### **1.1. MODELE D'INTENTION ENTREPRENEURIALE**

Chaque utilisation des modèles d'intention fait référence à un comportement cible précis. En effet, l'intention d'entreprendre un comportement qu'on contrôle apparaît comme « le meilleur indicateur individuel prédisant ce comportement » (Fishbein et Ajzen, 1975, p. 369). Dans le cadre de notre recherche, le comportement concerné renvoie à la création d'entreprise ou d'activité, rejoignant ainsi la définition de « création d'une organisation » proposée comme objectif des processus d'émergence (Gartner, 1988). Les porteurs de projets, engagés à la fois dans la vie active et dans une démarche de collecte d'informations sur la création d'entreprise, se trouvent face à un choix de carrière important, ce qui justifie le recours aux modèles d'intention (Krueger, 1993). Cet article se concentre sur l'intention affichée par ces aspirants entrepreneurs à créer une entreprise à plus ou moins brève échéance. Nous cherchons à analyser l'impact de trois antécédents identifiés dans la littérature comme influençant l'intention entrepreneuriale : l'attitude envers l'entrepreneuriat, la norme subjective, et l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue (Ajzen, 1991 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Krueger *et al.*, 2000).

### **1.2. ATTITUDE ENVERS L'ENTREPRENEURIAT**

De manière générale, l'attitude correspond à la « disposition à répondre de façon favorable ou défavorable à un objet psychologique » (Ajzen et Gilbert Cote, 2008, p. 289). Désirabilité perçue (Shapiro et Sokol, 1982 ; Krueger *et al.*, 2000) ou attrait (Krueger et Carsrud, 1993) pour l'entrepreneuriat renvoient aussi à cette attitude. Plus la personne a une évaluation positive d'un comportement, autrement dit plus elle a une attitude favorable, plus son intention de l'entreprendre devrait être élevée (Ajzen et Gilbert Cote, 2008).

L'attitude envers la création d'entreprise peut être définie soit de façon directe (Krueger *et al.*, 2000), soit en opposition à une carrière salariée (Kolvereid, 1996). Elle dépend donc non seulement de l'évaluation que fait la personne du comportement entrepreneurial dans l'absolu, mais aussi des alternatives professionnelles qui s'offrent à elle et des bénéfices liés à chaque

option de carrière. En ce sens, l'attitude envers l'entrepreneuriat comprend un élément de coût d'opportunité, « le manque à gagner, lié à la meilleure autre alternative disponible, qui est abandonné en conséquence du choix sélectionné » (Cassar, 2006, p. 611), puisque choisir une carrière indépendante implique de renoncer à certains avantages attribués au statut de salarié (et vice-versa). Plus le renoncement aux autres alternatives est perçu comme nécessitant des sacrifices (coûts d'opportunité) élevés, plus les bénéfices attendus de l'activité indépendante doivent être élevés pour que la personne s'y engage (Amit *et al.*, 1995). Dans cette étude, nous définissons l'attitude envers l'entrepreneuriat comme la préférence d'une personne pour une activité indépendante par rapport à une activité salariée. De plus, nous proposons ici que cette préférence dépend notamment du niveau de coûts d'opportunité personnels et professionnels liés au choix de cette activité qu'elle est prête à accepter (Amit *et al.*, 1995).

Attitude et coûts d'opportunité font généralement l'objet de recherches séparées. Des recherches sur des étudiants ont montré un lien positif entre attitude envers l'entrepreneuriat et intention entrepreneuriale (Krueger *et al.*, 2000 ; Autio *et al.*, 2001 ; Boissin *et al.*, 2007). Cet effet positif a aussi été retrouvé chez des chercheurs publics français engagés dans la vie active (Emin, 2004). Par ailleurs, dans le contexte de la création d'activité, de faibles coûts d'opportunité salariaux et la disposition à supporter les coûts d'opportunité liés au renoncement à une carrière salariée ont été identifiés comme pouvant être liés au choix d'une carrière indépendante (Evans et Leighton, 1989 ; Amit *et al.*, 1995).

***H1 : L'attitude envers l'entrepreneuriat a une influence positive significative sur l'intention entrepreneuriale.***

### **1.3. LA NORME SUBJECTIVE**

La norme subjective désigne la pression sociale perçue par un individu à entreprendre (ou pas) certains comportements. Son effet dépend à la fois de l'approbation ou de la désapprobation attendue par l'individu de la part de son entourage envers le comportement envisagé et de l'importance qu'il accorde à cet avis (Ajzen, 1991). Dans le contexte de la création d'entreprise, la norme subjective dépend, d'une part, de l'encouragement qui est attendu par l'individu envers son engagement dans un projet de création de la part de son entourage proche et, d'autre part, de l'importance qu'il accorde à cette opinion (Kolvereid, 1996). Plus la combinaison de ces deux effets est favorable, autrement dit plus la norme subjective est élevée, plus l'intention de la personne de s'engager dans le comportement devrait être élevée (Ajzen, 1991).

Toutefois, les résultats concernant l'effet de la norme subjective sur l'intention de comportement entrepreneurial restent divergents. Certains ne parviennent pas à isoler un impact significatif de cet élément (Krueger *et al.*, 2000 ; Emin, 2004), alors que d'autres lui attribuent un effet positif significatif sur l'intention entrepreneuriale d'étudiants (Kolvereid, 1996 ; Engle *et al.*, 2010).

***H2 : La norme subjective a une influence positive significative sur l'intention entrepreneuriale.***

#### **1.4. AUTO-EFFICACITE ENTREPRENEURIALE PERÇUE**

Dans sa théorie du comportement planifié, Ajzen fait référence au contrôle comportemental perçu comme étant la facilité ou difficulté perçue par un individu à réaliser un comportement (Ajzen, 2002). Ce concept apparaît particulièrement proche de la notion d'auto-efficacité perçue qui « s'intéresse non pas aux capacités de la personne, mais aux jugements concernant ce que la personne peut faire avec les compétences qu'elle possède » (Bandura, 1986, p. 391). Ajzen admet la similarité entre les deux concepts (Ajzen, 2002) et note que, bien que confirmant une distinction entre les deux notions, la recherche existante semble indiquer que l'auto-efficacité perçue serait un antécédent plus important des intentions et actions que le contrôle comportemental perçu (Ajzen, 2001). De ce fait, dans cet article, et à la suite d'autres auteurs (Krueger et Carsrud, 1993 ; Carr et Sequeira, 2007 ; Linan et Santos, 2007 ; Boissin *et al.*, 2008), nous faisons le choix de mobiliser le concept d'auto efficacité entrepreneuriale perçue (AEEP), dans le cadre du modèle de comportement planifié. Ce concept constitue ainsi le troisième antécédent de l'intention au sein de notre modèle, et se définit comme la croyance d'une personne dans sa possession des compétences nécessaires à la réussite de son projet de création d'entreprise (De Noble *et al.*, 1999).

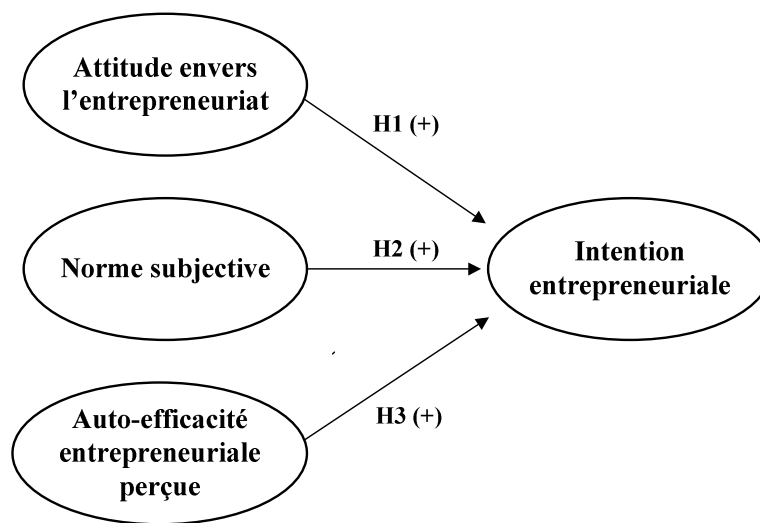
De façon générale, l'auto-efficacité perçue influence le choix des activités dans lesquelles une personne va s'engager et « plus l'auto-efficacité perçue est élevée, plus la probabilité que la personne s'engage dans des tâches représentant un défi, persiste plus longtemps dans leur réalisation, et réussisse la réalisation de ces tâches, est élevée » (Bandura, 1986, p. 397). Ainsi, comme pour l'attitude et la norme subjective, la théorie suggère que l'auto-efficacité perçue a un impact positif sur l'intention.

Les recherches convergent sur l'influence positive de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue sur l'intention entrepreneuriale (Krueger, 1993 ; Krueger *et al.*, 2000 ; Emin, 2004 ; Boissin *et al.*, 2007 ; Kickul *et al.*, 2008). De plus, des études récentes ont souligné l'existence d'un lien

positif entre l'activité entrepreneuriale et des concepts voisins de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue, comme la capacité entrepreneuriale perçue de l'entrepreneur naissant (Townsend *et al.*, 2010), ou encore la croyance subjective dans ses capacités entrepreneuriales (Koellinger *et al.*, 2007).

***H3 : L'auto-efficacité entrepreneuriale perçue a une influence positive significative sur l'intention entrepreneuriale.***

**Figure 1: Modèle d'hypothèses**



Adapté de Ajzen (1991)

## **2. METHODOLOGIE, RESULTATS ET DISCUSSION**

Afin de pouvoir mener à bien cette étude, nous avons mis en place un partenariat avec la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie (CRCI) et les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) de Bretagne. Grâce à ce partenariat, un questionnaire a pu être administré à 506 personnes venues assister à des réunions d'information sur la création d'entreprise animées par le réseau des CCI. Nous présentons ci-dessous les détails de la méthodologie retenue, avant de détailler et discuter les résultats obtenus.

### **2.1. METHODOLOGIE**

Cette partie justifie le mode de collecte des données, précise les choix d'opérationnalisation des variables mobilisées dans le modèle et présente les modalités de test des hypothèses.



## **Population de recherche et collecte des données.**

L'échantillon que nous avons retenu est composé de porteurs de projets s'adressant à un organisme d'aide à la création d'entreprise. Cette approche répond à la volonté d'étudier le phénomène avant qu'il ne se produise effectivement et d'interroger les individus alors qu'ils sont face à un choix de carrière (Krueger, 1993). Elle permet d'inclure dans l'étude des personnes qui prendront la décision de ne pas mener leur projet à terme, ce qui a été identifié comme pouvant apporter des nouvelles connaissances au champ (Van Auken, 1999). Enfin, en interrogeant les individus au début du processus nous éliminons les problèmes de biais rétrospectifs reconnus comme pouvant être particulièrement importants chez les entrepreneurs naissants (Cassar et Craig, 2009). Au final, l'échantillon retenu est constitué de 506 personnes en début de parcours de création d'entreprise, relatif à un taux de réponse de 83%. Ce taux de réponse élevé s'explique par le mode d'administration du questionnaire. En effet, les entrepreneurs ont été interrogés entre Octobre 2008 et Janvier 2009 lors de leur participation à des réunions d'information sur la création d'entreprise organisées par des CCI dans l'Ouest de la France. Les questionnaires auto-administrés ont été distribués en début de réunion par les animateurs des réunions et collectés immédiatement.

## **Mesures des variables**

Dans le cadre de cette étude, nous nous sommes appuyés sur des mesures préexistantes issues de la littérature. Les variables du modèle ont donné lieu à des mesures multi-items évaluées sur une échelle bipolaire en sept points. La plupart des variables de contrôle ont été mesurées sur des échelles binaires, que nous avons transformées en « variables muettes »<sup>2</sup> (« *dummy variables* ») codées 0 / 1 suivant en cela les recommandations de Hardy (1993), ou des échelles métriques de tailles diverses. Les échelles multi-items ont alors été testées afin de s'assurer de leur validité convergente, de leur validité discriminante et de leur fiabilité. Pour cela, une Analyse en Composante Principale (ACP) a été réalisée sur l'ensemble des items constitutifs des variables explicatives engagées dans l'analyse de même que sur les items relatifs à la variable à expliquer. Nous avons, au préalable, vérifié la pertinence de l'ACP en ayant recours successivement au test de sphéricité de Bartlett et au test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) complété par les mesures de MSA (« *Measure of Sampling Adequacy* »). Après

---

<sup>2</sup> Cette technique permet de représenter l'information qu'elle contient en termes quantitatifs, ce qui autorise son utilisation dans une analyse de régression.

une rotation Varimax, nous avons purifié les échelles. Enfin, nous nous sommes penchés sur la fiabilité des facteurs issus de l'analyse factorielle en utilisant l'alpha de Cronbach. Ce processus nous a conduits à modifier les échelles initiales et nous a permis de faire émerger de nouveaux construits (*cf.* annexe A).

- Variable à expliquer :

La mesure de l'intention entrepreneuriale a été développée et adaptée sur la base d'une combinaison des échelles proposées par Gundry et Welsch (2001) et Fayolle *et al.* (2006). Cependant, l'analyse factorielle exploratoire (ACP) nous a conduit à constater le caractère multidimensionnel de notre échelle de mesure de l'intention entrepreneuriale et, de ce fait, à distinguer deux dimensions différentes de notre concept initial d'intention entrepreneuriale : l'intention et la détermination. La première dimension (ou intention) est exclusivement professionnelle et fait directement référence à la volonté de devenir entrepreneur ; la seconde dimension (détermination) rend compte du degré de priorité de cette volonté dans la vie du répondant et inclut donc une mise en perspective par rapport à d'autres objectifs non-professionnels (*cf.* annexe A pour le détail de la mesure des deux échelles).

- Variables explicatives :

La mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue est issue de la combinaison des mesures proposées par Boissin *et al.* (2007) et des recommandations des conseillers en création d'entreprise consultés durant l'élaboration du questionnaire. L'ACP nous a conduits à distinguer quatre construits distincts pour cette mesure (*cf.* annexe A) : le premier renvoie à la gestion des procédures administratives et juridiques (auto-efficacité entrepreneuriale administrative), le deuxième regroupe l'appréhension des risques, des marchés, des clients et des concurrents (auto-efficacité entrepreneuriale stratégique), le troisième concerne le management des personnes (auto-efficacité entrepreneuriale managériale) et le quatrième est lié à l'obtention de fonds (auto-efficacité entrepreneuriale de financement). L'échelle d'attitude envers l'entrepreneuriat a été construite sur la base des mesures proposées par Gundry et Welsch (2001) ainsi que Linan et Chen (2009). A l'issue de l'analyse en composante principale, trois items ont été retenus sur les six items initialement mobilisés (*cf.* annexe A). Enfin, la variable de norme subjective a été développée sur la base d'Ajzen (1991) et de son utilisation en entrepreneuriat (Kolvereid, 1996). Ce construit combine des items rendant compte de l'encouragement de l'entourage de l'entrepreneur naissant, pondéré par l'importance que ce dernier accorde à cet encouragement. L'analyse en composante principale nous a conduits à ne garder qu'un construit fondé sur trois items (*cf.* annexe A).

- Variables de contrôle :

Il était important d'intégrer dans notre modèle statistique certaines variables qui auraient pu constituer une explication alternative à l'intention entrepreneuriale. Pour cela, nous avons intégré 8 variables dans le modèle de recherche pour éviter les interprétations abusives liées à la présence de ces facteurs actifs non contrôlés et pour tester leur pouvoir explicatif. Ces facteurs ont donc été retenus sur la base de la littérature et de leur influence potentielle sur l'intention entrepreneuriale. Pour cela, nous avons d'une part retenu certaines variables démographiques (âge, nationalité, statut professionnel, sexe de l'entrepreneur naissant), mais aussi des variables relatives au capital humain de l'entrepreneur naissant (expérience professionnelle, participation à un projet de création d'entreprise antérieur, niveau d'étude) ainsi qu'une variable rendant compte de l'état d'avancement du projet de création d'entreprise.

L'annexe B présente les principales statistiques descriptives relatives aux variables intégrées dans l'analyse. Les coefficients de corrélation présentés apparaissent acceptables en ce qui concerne le risque de multicollinéarité ; en outre, ce dernier est écarté par le biais d'une série de tests supplémentaires (cf. infra).

### **Test des hypothèses**

Pour tester nos hypothèses de recherche, nous avons eu recours à une analyse de régression. Nous avons écarté le risque de multicollinéarité en réalisant l'analyse de régression successivement sur 100%, 85% et 90% de l'échantillon (stabilité des coefficients bêta). En outre, les valeurs de VIF (*Variance Inflation Factors*) pour les variables explicatives du modèle sont inférieures à 5. Pour évaluer l'ajustement du modèle, nous nous sommes appuyés sur le F test de Fisher-Snedecor ainsi que sur le coefficient de détermination ( $R^2$ ). Nous rendons également compte de la significativité des coefficients bêta (t de Student) pour chacune des variables indépendantes de l'analyse. L'utilisation des coefficients bêta standardisés pour commenter les résultats issus de l'analyse de régression nous permet d'éliminer les difficultés potentielles qui seraient issues de l'utilisation d'échelles de mesure différentes (Hair *et al.*, 2010). Enfin, nous avons testé le caractère aléatoire de la distribution des termes d'erreur (diagramme des résidus) ainsi que l'homoscédasticité des résidus (diagramme de dispersion), et le caractère non autocorrélé des termes d'erreur par le biais d'un test de Durbin Watson.

## 2.2. RESULTATS

Cet article vise à analyser l'influence de l'attitude envers l'entrepreneuriat, de la norme subjective et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue sur l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français. L'ACP initiale nous a amenés à conduire deux analyses, la première portant sur l'intention entrepreneuriale elle-même, et la seconde sur la détermination entrepreneuriale des porteurs de projets. Nos résultats valident partiellement nos hypothèses en soulignant une influence positive et différenciée de ces trois variables sur l'intention entrepreneuriale. Les tableaux 1 (relatif à l'impact des antécédents sur l'intention) et 2 (relatif à l'impact des antécédents sur la détermination) ci-dessous présentent les résultats des analyses de régression visant à valider nos hypothèses.

Les différents modèles présentés dans le tableau 1 permettent de valider globalement nos hypothèses H1, H2 et H3 en ce qui concerne l'intention entrepreneuriale. En effet, ces résultats soulignent une influence positive significative de trois dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale (modèles 1 et 5). Nos résultats montrent également un effet positif de la norme subjective (modèles 2 et 5). Enfin, l'attitude envers l'entrepreneuriat apparaît comme un antécédent majeur de l'intention (modèles 4 et 5). De manière complémentaire, il est intéressant de noter l'influence négative significative du niveau d'étude sur l'intention (modèles 1, 2 et 3) ainsi que l'impact positif de l'état d'avancement du projet (modèles 1 à 5). De plus, l'effet positif de l'attitude envers l'entrepreneuriat sur l'intention apparaît supérieur à l'effet de l'auto-efficacité entrepreneuriale administrative et managériale, lui-même étant supérieur à l'effet de la norme subjective (modèle 5).

Les modèles présentés dans le tableau 2 visent à identifier les antécédents de la détermination entrepreneuriale et permettent de compléter et d'enrichir les résultats issus du tableau 1. Ces résultats renforcent tout d'abord le constat de l'influence positive de l'état d'avancement du projet et l'impact négatif du niveau d'étude sur la détermination (modèles 1 à 5). En revanche, de manière inattendue, le fait d'avoir participé à des projets de création antérieurs semble influencer négativement la détermination (modèles 2 et 5). Ces résultats permettent d'autre part de confirmer la validation de l'hypothèse H3 en soulignant l'importance du rôle de l'attitude envers l'entrepreneuriat (modèles 4 et 5). L'hypothèse H2 concernant la norme subjective n'est que partiellement validée dans le contexte de la détermination. Lorsqu'elle est analysée isolément, on retrouve l'impact positif et significatif, mais lorsque l'ensemble des variables sont introduites dans le modèle cet impact diminue fortement et n'est plus significatif (modèles 3 et 5). Des différences par rapport à la première analyse sont aussi

apparentes en matière d'auto-efficacité entrepreneuriale, puisque dans cette deuxième analyse, seule l'auto-efficacité stratégique montre une influence positive significative sur la détermination (modèles 2 et 5), ce qui nous permet de ne valider que partiellement l'hypothèse H1. Enfin, comme pour le modèle concernant l'intention, on peut constater un effet positif de l'attitude envers l'entrepreneuriat sur la détermination supérieur à l'effet de l'auto-efficacité entrepreneuriale, lui-même étant supérieur à l'effet de la norme subjective (modèle 5)

**Tableau 1 : Résultats de l'analyse de régression (intention entrepreneuriale)**

<b>Variable dépendante : Intention entrepreneuriale (ICE32,33,37)</b>					
<b>Variables explicatives :</b>	Modèle 1	Modèle 2	Modèle 3	Modèle 4	Modèle 5
<i>Variables de contrôle :</i>					
Nombre d'années d'expérience professionnelle (EXPROF)	-0,001	0,008	-0,009	0,012	-0,014
Participation à des projets antérieurs (PROJA)	-0,005	-0,039	-0,038	-0,027	-0,050
Niveau d'étude supérieur à Bac+2 (ETUD5)	-0,129**	-0,090*	-0,126**	-0,009	-0,038
Age de l'entrepreneur (AGE)	-0,061	-0,058	0,019	-0,035	0,019
Sexe de l'entrepreneur (SEXE)	0,029	0,021	-0,014	0,027	0,022
Nationalité de l'entrepreneur (NATION)	0,007	-0,027	-0,036	-0,035	-0,083
Statut (actif ou non actif) (ACTIF)	-0,078	-0,041	-0,029	-0,065	-0,029
Etat d'avancement du projet (NBACT)	0,343***	0,236***	0,356***	0,243***	0,212***
<i>Variables indépendantes :</i>					
Auto-efficacité entrepreneuriale administrative (AEEP13,14,16)		0,125**			0,138**
Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique (AEEP 6,7,8)		0,094			0,064
Auto-efficacité entrepreneuriale managériale (AEEP 9)		0,154***			0,179***
Auto-efficacité entrepreneuriale de financement (AEEP 11)		0,118**			0,031
Norme subjective (SE x SI 27,28,29)			0,289***		0,112**
Attitude envers l'entrepreneuriat (AE 23,24,25)				0,541***	0,385***
R <sup>2</sup> ajusté	0,127	0,209	0,201	0,391	0,408
F test	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

\*\*\* p<0,01 ; \*\* p<0,05 ; \* p<0,1

**Tableau 2 : Résultats de l'analyse de régression (détermination entrepreneuriale)**

<b>Variabiles explicatives :</b>	<b>Variable dépendante : Détermination entrepreneuriale (ICE 34,36)</b>				
	Modèle 1	Modèle 2	Modèle 3	Modèle 4	Modèle 5
<b><i>Variabiles de contrôle :</i></b>					
Nombre d'années d'expérience professionnelle (EXPROF)	-0,044	-0,102	-0,055	-0,052	-0,109
Participation à des projets antérieurs (PROJA)	-0,043	-0,110**	-0,085	-0,061	-0,133**
Niveau d'étude supérieur à Bac+2 (ETUD5)	-0,266***	-0,270***	-0,200***	-0,166***	-0,133**
Age de l'entrepreneur (AGE)	-0,068	-0,004	0,001	-0,020	0,021
Sexe de l'entrepreneur (SEXE)	0,059	0,059	-0,008	0,070	0,028
Nationalité de l'entrepreneur (NATION)	0,071	0,056	0,014	0,034	-0,009
Statut (actif ou non actif) (ACTIF)	0,053	0,042	0,076	0,054	0,045
Etat d'avancement du projet (NBACT)	0,166***	0,112**	0,158***	0,080*	0,039
<b><i>Variabiles indépendantes :</i></b>					
Auto-efficacité entrepreneuriale administrative (AEEP13,14,16)		0,061			0,093
Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique (AEEP 6,7,8)		0,139*			0,146**
Auto-efficacité entrepreneuriale managériale (AEEP 9)		0,088			0,078
Auto-efficacité entrepreneuriale de financement (AEEP 11)		0,059			0,007
Norme subjective (SE x SI 27,28,29)			0,190***		0,047
Attitude envers l'entrepreneuriat (AE 23,24,25)				0,473***	0,427***
R <sup>2</sup> ajusté	0,104	0,165	0,187	0,305	0,336
F test	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

\*\*\* p<0,01 ; \*\* p<0,05 ; \* p<0,1

### 2.3. DISCUSSION

Cette application des modèles d'intention à des porteurs de projets français illustre l'intérêt de l'approche dans un tel contexte. Plusieurs remarques s'imposent à la lecture de nos résultats. Tout d'abord si on analyse l'influence de chacun des antécédents individuellement, les trois apparaissent comme influençant à la fois l'intention et la détermination des porteurs de projets à devenir entrepreneurs.

Les chercheurs s'accordent généralement sur l'effet significatif de l'attitude et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue sur l'intention (Fitzsimmons et Douglas, à paraître) et nos résultats ne font pas exception. En ce qui concerne l'impact controversé de la norme subjective (Kolvereid, 1996 ; Krueger *et al.*, 2000 ; Emin, 2004), nos résultats soulignent un effet significatif positif de cette variable sur l'intention et la détermination. Nous pensons que cet effet pourrait être lié à l'importance du capital social, le réseau social permettant à un individu d'accéder à des ressources qu'il ne possède pas directement (Aldrich et Martinez, 2001), au stade auquel se trouvent nos répondants. En effet, il a été montré que durant le montage de projet les entrepreneurs naissants mobilisent leurs proches pour tester leurs idées (Greve et Salaff, 2003), pour les aider à rassembler des ressources nécessaires à leur activité, ou encore pour des conseils, de l'information et du soutien moral (Birley, 1985). Ainsi, certains auteurs considèrent que l'encouragement reçu de la part de proches est une composante significative du capital social d'un individu (Davidsson et Honig, 2003). D'autre part, l'opérationnalisation retenue pour ce construit et les référents sélectionnés suite à l'ACP (on note notamment, l'absence de la famille parmi les items retenus) pourraient avoir joué un rôle (Krueger et Kickul, 2006). A ce sujet, compte tenu de la relative jeunesse du champ de l'entrepreneuriat, le manque d'instruments de mesure communs a par ailleurs déjà été cité comme pouvant influencer les résultats des études entreprises dans différents contextes (Kickul *et al.*, 2005).

Concernant l'impact relatif différencié des antécédents de l'intention et de la détermination, nos résultats peuvent être interprétés à la lumière de Ajzen (1991) qui précise qu'ils peuvent, selon les contextes, présenter des contributions variables voire ponctuellement non significatives à l'explication de l'intention (Ajzen, 1991). De fait, si les modèles d'intention sont aujourd'hui reconnus comme étant particulièrement adaptés au domaine de l'entrepreneuriat, ils « ne sont pas nécessairement universels (...). Les intentions des entrepreneurs peuvent suivre différents chemins » (Krueger et Kickul, 2006, p.1). Des



éléments de contingence, liés à la culture, au sexe, aux styles cognitifs ou à l'origine géographique pourraient expliquer une hiérarchie variable des antécédents quant à l'importance de leur impact sur l'intention ou la détermination.

Ainsi par exemple, l'influence plus importante de l'attitude envers l'entrepreneuriat par rapport à l'auto efficacité perçue nous permet de confirmer les conclusions obtenues par de précédentes études françaises (Emin, 2004), qui se démarquent de recherches menées dans d'autres pays (Krueger *et al.*, 2000 ; Autio *et al.*, 2001). Ce constat suggère, comme proposé par d'autres (Emin *et al.*, 2005 ; Krueger et Kickul, 2006), un effet culturel important sur l'importance relative des antécédents de l'intention entrepreneuriale. La prépondérance de l'attitude envers l'entrepreneuriat a également des implications pratiques. En effet, cela indique que l'attrait perçu et la réduction des coûts d'opportunité perçus constituent des leviers d'action pour augmenter l'intention et la détermination dans le contexte français. En pratique, il semble donc que, plus que des informations techniques sur le montage de projet, les actions visant à augmenter l'attractivité du statut d'entrepreneur par rapport à celui de salarié sont celles susceptibles d'avoir le plus d'effets dans ce pays. Concernant la réduction des coûts d'opportunité, des dispositifs tels que le congé pour création d'entreprise ou le statut récemment créé d'auto-entrepreneur, qui permettent tous deux de travailler sur une création d'entreprise sans avoir à abandonner son emploi salarié, paraissent susceptibles d'avoir des effets sur l'intention et la détermination des entrepreneurs naissants français.

Certains résultats concernant nos variables de contrôle prêtent aussi à discussion. Concernant l'intention entrepreneuriale, l'effet de l'état d'avancement du projet saute aux yeux. Nous interprétons cela comme une illustration du principe d'escalade dans l'engagement décrit par Bruyat (1993). Plus l'individu avance dans le processus, plus il entreprend des actions en vue de créer son activité, et plus son engagement est fort et il lui devient difficile d'abandonner le projet (Bruyat, 1993 ; Fayolle et Degeorge, 2007). D'un côté pratique, cette variable illustre aussi l'hétérogénéité des projets auxquels doivent répondre les conseillers en création d'entreprise et la nécessité d'adapter les prestations qu'ils proposent à des profils très différents. De fait, même si nous avons fait le choix de les conserver dans l'analyse, il est probable que certains porteurs de projets de notre étude soient très proches du lancement de leur activité.

Concernant la détermination entrepreneuriale, l'impact négatif significatif de l'éducation sur la détermination peut surprendre. Toutefois, si on raisonne en termes de coût d'opportunité, un niveau d'éducation élevé peut refléter un nombre d'options professionnelles plus large pour l'entrepreneur qui se sent donc moins 'pressé' de s'engager dans une création

d'entreprise (Amit *et al.*, 1995). Toujours dans ce modèle, la participation à un projet antérieur a un effet négatif qui peut paraître surprenant. Il faut toutefois rappeler que, dans notre étude, cet effet négatif concerne la détermination de l'individu à entreprendre, autrement dit la place qu'a ce projet de création d'entreprise dans sa vie. Un tel effet négatif a déjà été signalé sur la probabilité de se lancer dans une création d'entreprise aux Etats-Unis (Kim *et al.*, 2006). Une des limitations soulignées par ces auteurs pour leur étude est aussi présente dans la nôtre : l'opérationnalisation retenue ne permet pas de différencier entre les projets précédents ayant échoué et ceux ayant réussi. Nous pensons aussi que ce coefficient négatif pourrait refléter que les leçons tirées par ces individus de leurs expériences précédentes incluent à la fois un intérêt maintenu pour la création d'entreprise et la volonté qu'un engagement dans un nouveau projet ne se fasse pas au détriment d'autres aspects de leur vie.

### CONCLUSION

Alors qu'il n'existe, à notre connaissance, aucune étude centrée sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale d'entrepreneurs naissants engagés dans une prise de conseil sur leurs projets, nos résultats permettent de montrer l'influence significative de l'auto-efficacité entrepreneuriale, de la norme subjective et de l'attitude envers l'entrepreneuriat. En outre, notre étude introduit la possibilité d'une distinction entre intention et détermination entrepreneuriale. Enfin, nous soulignons le rôle prédominant de l'attitude envers l'entrepreneuriat parmi les antécédents de l'intention, mais également le rôle différencié de la norme subjective et des diverses composantes de l'auto efficacité, selon que l'on considère l'intention ou la détermination entrepreneuriale. En ce sens, l'analyse menée nous permet d'identifier des points de convergence avec d'autres recherches françaises (concernant la prépondérance de l'attitude envers l'entrepreneuriat par exemple), mais aussi des divergences (en ce qui concerne l'effet de la norme subjective, ici significatif). Cela souligne la nécessité de continuer les recherches dans ce domaine dans le pays. La volonté des pouvoirs publics français d'encourager la création d'entreprise est constamment réaffirmée. Nos résultats indiquent que des actions visant à réduire les coûts d'opportunités d'une carrière entrepreneuriale par rapport à une carrière salariée pourraient, en agissant au niveau des principaux concernés, les porteurs de projets, encourager l'entrepreneuriat dans le pays. L'engouement affiché pour le régime récemment créé d'auto-entrepreneur qui permet de démarrer une activité tout en conservant son emploi salarié nous semble illustrer ce phénomène. Concernant les programmes de sensibilisation ou de formation à l'entrepreneuriat, le fait que les dimensions administratives et managériales d'une part et la

dimension stratégique de l'auto-efficacité entrepreneuriale d'autre part, soient celles qui conditionnent respectivement l'intention et la détermination, indique que c'est sur ces aspects qu'ils devraient se concentrer en premier lieu. Enfin, même si son effet est moins prononcé que celui des autres antécédents, l'influence décelée pour la norme subjective sur l'intention des porteurs de projet suggère qu'outre le soutien technique, les encouragements et le soutien moral prodigués par les conseillers en création d'entreprise pourraient avoir un effet positif sur l'intention entrepreneuriale. De plus, si notre interprétation concernant le lien avec le capital social est correcte, les organismes d'aide à la création d'entreprise pourraient aussi viser à pallier le manque de réseau social de soutien de certains porteurs de projets en leur permettant d'échanger sur leurs projets avec des interlocuteurs appropriés.

Un certain nombre de limites sont à souligner cependant, notamment en comparaison avec d'autres recherches internationales auxquelles nous avons fait référence. Le choix de la population étudiée (des porteurs de projets s'adressant à un organisme de soutien à la création d'entreprise) peut amener des biais concernant le profil des porteurs de projets présents dans notre étude, notamment dus au fait qu'ils ne représentent qu'une minorité de l'ensemble des porteurs de projets (Davidsson, 2005) ou à de possibles effets d'auto-sélection (Storey, 2003). Elle implique que les résultats ne prétendent pas être généralisables à l'ensemble des porteurs de projets français, mais constituent une première approche de cette population dans ce pays. Pour cette étude, nous avons pris le parti d'analyser uniquement les effets directs des antécédents et variables de contrôle sur l'intention entrepreneuriale. Les relations et interactions entre les différentes variables sont plus complexes (Emin, 2004 ; Linan, 2007) et les variables démographiques qui n'apparaissent pas toutes significatives dans notre étude pourraient influencer les intentions de manière indirecte à travers les antécédents (Kolvereid, 1996). Des analyses de données plus poussées devraient donc être incluses dans les recherches futures afin d'apporter de nouveaux éclairages sur ces interactions. De plus, pour reprendre les mots de Krueger *et al.* (2000, p. 425), « En fin de compte, ce qui nous intéresse c'est le comportement ». Le lien entre intention et comportement est parfois discuté et reste à démontrer (Katz, 1990 ; Boissin et Emin, 2006). Cette étude basée sur des données collectées auprès de porteurs de projets en début de parcours ne permet pas d'observer leur comportement final, la transformation ou non des projets en créations effectives. Toutefois, l'intérêt de mener des études sur des porteurs de projets réside notamment dans le fait qu'ils sont beaucoup plus proches de la décision de création que ne le sont par exemple des étudiants. Par conséquent, en termes de recherche, ils donnent la possibilité d'envisager des études longitudinales dans des délais à la fois acceptables pour les praticiens et réalisables

pour les chercheurs, afin de déterminer ce qui influence la transformation d'intentions affichées en créations effectives. Enfin, si nous avons identifié l'attitude envers l'entrepreneuriat comme le principal antécédent à la fois de l'intention et de la détermination entrepreneuriale, notre étude ne permet pas d'analyser les antécédents de cette attitude, les croyances de comportement. Des études sur des étudiants suggèrent que les valeurs professionnelles favorisées par la personne influent sur son attrait pour l'entrepreneuriat (Kolvereid, 1996 ; Boissin *et al.*, 2007). Des recherches concernant les valeurs professionnelles importantes pour les porteurs de projets français restent nécessaires afin de mieux comprendre le phénomène et d'identifier plus précisément des leviers d'action pour ceux qui les conseillent.

## Bibliographie

- AJZEN, I. (1991), "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, p. 179-211.
- AJZEN, I. (2001), "Nature and operation of attitudes", *Annual Review of Psychology*, vol. 52, n° 1, p. 27-58.
- AJZEN, I. (2002), "Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior." *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 32, p. 665-683.
- AJZEN, I. et GILBERT COTE, N. (2008), "Attitudes and the prediction of behavior", dans Crano, W. D. et Prislin, R. (dir.), *Attitudes and attitude change*, New York, Psychology Press, p 289-311.
- ALDRICH, H. E. et MARTINEZ, M. A. (2001), "Many are called, but few are chosen: an evolutionary perspective for the study of entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, n° 4, p. 41-56.
- AMIT, R., MULLER, E. et COCKBURN, I. (1995), "Opportunity costs and entrepreneurial activity", *Journal of Business Venturing*, vol. 10, n° 2, p. 95-106.
- AUDRETSCH, D. B. et FRITSCH, M. (2003), "Linking entrepreneurship to growth: the case of West Germany", *Industry and Innovation*, vol. 10, n° 1, p. 65-73.
- AUTIO, E., KEELEY, R. H., KLOFSTEN, M., PARKER, G. G. C. et HAY, M. (2001), "Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA." *Enterprise & Innovation Management Studies*, vol. 2, n° 2, p. 145-160.
- BANDURA, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc.
- BIRD, B. (1988), "Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention." *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, p. 442-453.
- BIRD, B. et JELINEK, M. (1988), "The operation of entrepreneurial intentions." *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, n° 2, p. 21-29.
- BIRLEY, S. (1985), "The role of networks in the entrepreneurial process", *Journal of Business Venturing*, vol. 1, n° 1, p. 107-117.
- BOISSIN, J.-P., CHOLLET, B. et EMIN, S. (2007), "Explaining the intention to start a business among French students: a closer look at professional beliefs", dans Fayolle,

- A. (dir.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, Edward Elgar, p 266-281.
- BOISSIN, J.-P., CHOLLET, B. et EMIN, S. (2008), "Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise - Un état des lieux", *Revue Française de Gestion*, vol. 180, p. 25-43.
- BOISSIN, J.-P. et EMIN, S. (2006), Les étudiants et l'entrepreneuriat: l'effet des formations, XVème Conférence AIMS, Annecy/Genève, 13-16 juin.
- BRUYAT, C. (1993). *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*. Thèse pour le doctorat ès sciences de gestion - Université Pierre Mendès France - Ecole Supérieure des Affaires, Grenoble, France.
- CARR, J. C. et SEQUEIRA, J. M. (2007), "Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach", *Journal of Business Research*, vol. 60, n° 10, p. 1090-1098.
- CASSAR, G. (2006), "Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth", *Journal of Business Venturing*, vol. 21, n° 5, p. 610-632.
- CASSAR, G. et CRAIG, J. (2009), "An investigation of hindsight bias in nascent venturing activity", *Journal of Business Venturing*, vol. 24, n° 2, p. 149-164.
- DAVIDSSON, P. (2005), "Method issues in the study of venture start-up processes", dans Fayolle, A., Ulijn, J. et Kyrö, P. (dir.), *Entrepreneurship Research in Europe: Outcomes and Perspectives*, Cheltenham, Edward Elgar, p 35-54.
- DAVIDSSON, P. et HONIG, B. (2003), "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, vol. 18, n° 3, p. 301-331.
- DE NOBLE, A. F., JUNG, D. et EHRLICH, S. B. (1999), "Entrepreneurial Self-Efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action", *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- EMIN, S. (2004), "Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention." *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 3, n° 1, p. 1-20.
- EMIN, S., BOISSIN, J.-P. et CHOLLET, B. (2005), Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat - éléments d'analyse pour l'action, XIVème Conférence AIMS, Angers, 6-9 juin.
- ENGLE, R. L., DIMITRIADI, N., GAVIDIA, J. V., SCHLAEGEL, C., DELANOE, S., ALVARADO, I., HE, X., BUAME, S. et WOLFF, B. (2010), "Entrepreneurial intent: A twelve country evaluation of Ajzen's model of planned behavior", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 16, n° 1.
- EVANS, D. S. et LEIGHTON, L. S. (1989), "Some empirical aspects of entrepreneurship", *The American Economic review*, vol. 79, n° 3, p. 519-535.
- FAYOLLE, A. et DEGEORGE, J.-M. (2007), "Création d'entreprise et théories psychosociales de l'engagement : une approche exploratoire", *Gestion 2000*, vol. 24, n° 4, p. 95-112.
- FAYOLLE, A., ULIJN, J. et KYRÖ, P. (2005), "Entrepreneurship debate in Europe: a matter of culture and history", dans Fayolle, A., Ulijn, J. et Kyrö, P. (dir.), *Entrepreneurship Research in Europe: Outcomes and Perspectives*, Cheltenham, Edward Elgar, p 1-31.
- FISHBEIN, M. et AJZEN, I. (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, USA, Addison-Wesley.
- FITZSIMMONS, J. R. et DOUGLAS, E. J. (à paraître), "Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*.
- GARTNER, W. B. (1988), ""Who is an entrepreneur?" is the wrong question", *American Journal of Small Business*, vol. 12, n° 4, p. 11-32.

- GREVE, A. et SALAFF, J. W. (2003), "Social networks and entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28, n° 1, p. 1-22.
- GUNDRY, L. K. et WELSCH, H. P. (2001), "The ambitious entrepreneur: high growth strategies of women-owned enterprises", *Journal of Business Venturing*, vol. 16, n° 5, p. 453-470.
- HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J. et ANDERSON, R. E. (2010), *Multivariate Analysis. A Global Perspective*. (7ème ed.), Upper Saddle River, Pearson.
- HARDY, M. A. (1993). Regression with dummy variables, *Sage University Paper series on Quantitative Applications in the Social Sciences* (series no 07-093). Newbury Park: Sage.
- JOHNSON, P. S., PARKER, S. C. et WIJBENGA, F. (2005), "Nascent entrepreneurship research: achievements and opportunities", *Small Business Economics*, vol. 27, n° 1, p. 1-4.
- KATZ, J. (1990), "Longitudinal analysis of self-employment follow-through", *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 2, n° 1, p. 15-25.
- KATZ, J. et GARTNER, W. B. (1988), "Properties of emerging organizations", *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, p. 429-441.
- KICKUL, J., KRUEGER, N. F. et MAXFIELD, S. (2005), "Introduction to special issue on measurement issues in entrepreneurship studies", *New England Journal of Entrepreneurship*, vol. 8, n° 2, p. 5-7.
- KICKUL, J., WILSON, F., MARLINO, D. et BARBOSA, S. D. (2008), "Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens?" *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 15, n° 2, p. 321-335.
- KIM, P. H., ALDRICH, H. E. et KEISTER, L. A. (2006), "Access (not) denied: the impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States", *Small Business Economics*, vol. 27, n° 1, p. 5-22.
- KOELLINGER, P., MINNITI, M. et SCHADE, C. (2007), "'I think I can, I think I can': overconfidence and entrepreneurial behavior", *Journal of Economic Psychology*, vol. 28, n° 4, p. 502-527.
- KOLVEREID, L. (1996), "Prediction of employment status choice intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 21, n° 1, p. 47-57.
- KRUEGER, N. F. (1993), "The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, n° 1, p. 5-21.
- KRUEGER, N. F. (2007), "What lies beneath? The experiential nature of entrepreneurial thinking." *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n° 1, p. 123-138.
- KRUEGER, N. F. et CARSRUD, A. L. (1993), "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour", *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 5, n° 4, p. 315-330.
- KRUEGER, N. F. et KICKUL, J. (2006). *So you thought the intentions model was simple? Cognitive style and the specification of entrepreneurial intentions models*. [en ligne] <http://ssrn.com/abstract=1150881> (consulté le 22 Mai 2009).
- KRUEGER, N. F., REILLY, M. D. et CARSRUD, A. L. (2000), "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, vol. 15, n° 5/6, p. 411-432.
- LEYRONAS, C. et SAMMUT, S. (2000), Le réseau, processus organisé et organisant de la création et du démarrage des petites entreprises ?, IXème Conférence AIMS, Montpellier, 24-26 mai.

- LINAN, F. (2007), "Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions?" *The International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 4, n° 3, p. 257-272.
- LINAN, F. et CHEN, Y.-W. (2009), "Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, n° 3, p. 593-617.
- LINAN, F. et SANTOS, F. J. (2007), "Does social capital affect entrepreneurial intentions?" *International Advances in Economic Research*, vol. 13, n° 4, p. 443-453.
- MESSEGHEM, K. et SAMMUT, S. (2007), "Poursuite d'opportunité au sein d'une structure d'accompagnement : entre légitimité et isolement", *Gestion 2000*, vol. 24, n° 3, p. 65-81.
- REYNOLDS, P. D. (1987), "New firms: societal contribution versus survival potential", *Journal of Business Venturing*, vol. 2, p. 231-246.
- REYNOLDS, P. D. (2005), "Understanding business creation: serendipity and scope in two decades of business creation studies", *Small Business Economics*, vol. 24, n° 4, p. 359-364.
- REYNOLDS, P. D., BYGRAVE, W. D., AUTIO, E., COX, L. W. et HAY, M. (2002), *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report*.
- REYNOLDS, P. D., STOREY, D. et WESTHEAD, P. (1994), "Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates", *Regional Studies*, vol. 28, n° 4, p. 443-456.
- SAMMUT, S. (2003), "L'accompagnement de la petite entreprise en création : entre autonomie, improvisation et créativité", dans Marion, S., Noel, X., Sammut, S. et Senicourt, P. (dir.), *Réflexions sur les outils et méthodes à l'usage du créateur d'entreprise*, Les Editions de l'ADREG, p 13-35.
- SHAPERO, A. et SOKOL, L. (1982), "The social dimensions of entrepreneurship", dans Kent, C. A., Sexton, D. L. et Vesper, K. H. (dir.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, p 72-90.
- STOREY, D. (2003), "Entrepreneurship, small and medium sized enterprises and public policies", dans Acs, Z. J. et Audretsch, D. B. (dir.), *Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction*, New York, Springer.
- TOWNSEND, D. M., BUSENITZ, L. W. et ARTHURS, J. D. (2010), "To start or not to start: outcome and ability expectations in the decision to start a new venture", *Journal of Business Venturing*, vol. 25, n° 2, p. 192-202.
- VAN AUKEN, H. (1999), "The business launch decision: an empirical investigation of reasons for not starting a business", *Journal of Small Business Strategy*, vol. 10, n° 2, p. 43-54.

## Annexe A : Récapitulatif des mesures finales des variables (après analyse factorielle)

<b>Auto-efficacité entrepreneuriale perçue</b>
« Pour chaque élément suivant (et sur l'échelle présentée), dans quelle mesure vous sentez vous capable d'accomplir l'action décrite (pas du tout capable / tout à fait capable) : »
<p><b>Auto-efficacité entrepreneuriale administrative (Alpha = 0,746)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trouver des personnes et/ou organismes compétents pour vous aider et vous conseiller</li> <li>- Effectuer les formalités administratives liées à la création d'une organisation</li> <li>- Sélectionner un statut juridique pour votre activité</li> </ul> <p><b>Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique (Alpha = 0,838)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estimer les risques d'un projet</li> <li>- Identifier les informations pertinentes sur les marchés et les clients</li> <li>- Identifier les informations pertinentes sur les concurrents</li> </ul> <p><b>Auto-efficacité entrepreneuriale managériale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manager des personnes (coordonner et motiver d'autres personnes)</li> </ul> <p><b>Auto-efficacité entrepreneuriale de financement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtenir des fonds de proximité, de votre entourage</li> </ul>
<b>Attitude envers l'entrepreneuriat (Alpha = 0,794)</b>
« Merci de vous prononcer sur votre degré d'accord avec les affirmations suivantes (tout à fait d'accord / pas du tout d'accord) »
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Je préférerais avoir ma propre affaire plutôt que de gagner un meilleur salaire en étant employé(e) par quelqu'un d'autre</li> <li>- Je suis prêt(e) à faire d'importants sacrifices personnels pour devenir entrepreneur</li> <li>- Parmi toutes les options professionnelles possibles, je préfère être entrepreneur</li> </ul>
<b>Norme subjective X Importance de la norme subjective (Alpha = 0,794)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- [Pensez vous que vos meilleurs amis <b>vous encourageraient</b> à créer votre entreprise ? (non, bien au contraire / oui, fortement)] X [Quelle est l'importance de l'opinion de vos meilleurs amis <b>pour vous</b> (pas du tout importante / très importante)]</li> <li>- [Pensez vous que votre mentor / modèle professionnel <b>vous encouragerait</b> à créer votre entreprise ? (non, bien au contraire / oui, fortement)] X [Quelle est l'importance de l'opinion de votre mentor / modèle professionnel <b>pour vous</b> (pas du tout importante / très importante)]</li> <li>- [Pensez vous que d'autres personnes importantes pour vous <b>vous encourageraient</b> à créer votre entreprise ? (non, bien au contraire / oui, fortement)] X [Quelle est l'importance de l'opinion d'autres personnes importantes pour vous <b>pour vous</b> (pas du tout importante / très importante)]</li> </ul>
<b>Intention entrepreneuriale (Alpha = 0,851)</b>
« Merci de vous prononcer sur votre degré d'accord avec les affirmations suivantes (tout à fait d'accord / pas du tout d'accord) »
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Je ferai tout ce qui sera nécessaire pour devenir entrepreneur</li> <li>- J'ai la ferme intention de devenir entrepreneur un jour</li> <li>- J'ai la ferme intention de devenir entrepreneur dans l'année qui vient</li> </ul>
<b>Détermination entrepreneuriale (Alpha = 0,585<sup>3</sup>)</b>
« Merci de vous prononcer sur votre degré d'accord avec les affirmations suivantes (tout à fait d'accord / pas du tout d'accord) : »
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mon projet de création d'entreprise est l'activité la plus importante de ma vie</li> <li>- Il n'y a pas de limite au temps pendant lequel je consacrerai un effort maximum à établir mon activité</li> </ul>

<sup>3</sup> Bien que faible, cette valeur de l'alpha a été jugée acceptable du fait du caractère exploratoire de la mesure ainsi que du faible nombre d'items la composant. En effet, dans le cas de mesures exploratoire, la valeur acceptée pour l'alpha est de 0,6 (Hair *et al.*, 2010), ce qui est très proche de notre score ; en outre le faible nombre d'items composant une mesure a tendance à réduire le score de l'alpha. Cependant, cette valeur correspondant au seuil inférieur de l'acceptabilité, les analyses reposant sur cette variable devront être interprétées avec circonspection.



**Annexe B : Statistiques descriptives (corrélation, moyenne, écart type, minimum et maximum)**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1 Nationalité de l'entrepreneur																
2. Participation à des projets antérieurs																
3. Niveau d'étude supérieur à Bac+2																
4. Statut (actif ou non actif)																
5. Sexe de l'entrepreneur																
6. Nombre d'années d'expérience professionnelle																
7. Age de l'entrepreneur						0,58*										
8. Etat d'avancement du projet						-0,03	-0,01									
9. Auto-efficacité entrepreneuriale administrative						-0,04	-0,03	0,24*								
10. Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique						-0,01	-0,05	0,24*	0,54*							
11. Auto-efficacité entrepreneuriale managériale						0,17*	0,06	0,11*	0,28*	0,33*						
12. Auto-efficacité entrepreneuriale financement						-0,04	-0,04	0,20	0,31*	0,26*	0,12*					
13. Norme subjective						-0,10	-0,09	0,06	0,19*	0,21*	0,14*	0,18*				
14. Attitude envers l'entrepreneuriat						-0,03	-	0,13*	0,20*	0,24	0,18*	0,18*	0,19*			
15. Intention entrepreneuriale																
16. Détermination entrepreneuriale																
Moyenne						11,97	34,62	2,95	4,75	5,04	5,44	4,28	28,49	5,33	5,94	5,33
Ecart type						9,55	10,13	2,75	1,26	1,20	1,41	1,83	12,18	1,29	1,24	1,25
Minimum	0	0	0	0	0	0	17	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	1	1	1	1	1	44	66	12	7	7	7	7	49	7	7	7