

Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale

Régis Moreau et Benoît Raveleau

Volume 19, numéro 2, 2006

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1008497ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1008497ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Presses de l'Université du Québec

ISSN

0776-5436 (imprimé)

1918-9699 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Moreau, R. & Raveleau, B. (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale. *Revue internationale P.M.E.*, 19(2), 101–131.
<https://doi.org/10.7202/1008497ar>

Résumé de l'article

Qu'est-ce qui explique l'évolution, le maintien ou le déclin d'une intention entre-preneuriale (IE) au fil du temps? Les recherches actuelles n'apportent pas de réponse à cette question, car elles n'intègrent pas l'idée de mobilité et d'incertitude inhérente à toute IE.

Après avoir réalisé un travail d'enquête par analyse inductive sur un terrain constitué d'étudiants en économie et en sciences de gestion, nous avons constaté que l'IE pouvait s'étendre sur une durée relativement longue, au cours de laquelle son intensité pouvait considérablement varier.

L'hypothèse explicative que nous présentons est la suivante: la trajectoire d'une IE se décompose en trois phases. La première est la découverte de cette possibilité professionnelle. Au cours de la deuxième, les étudiants apprennent à lier satisfaction et situations de type entrepreneurial. La troisième phase concerne le sort qui est fait à l'association précédente: tant qu'elle perdure, l'IE se maintient. En revanche, si des expériences vécues négativement viennent la contredire, l'IE périclité, voire disparaît.

Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale

Régis MOREAU
Université de Nantes

Benoît RAVELEAU
Université catholique de l'Ouest à Angers

MOTS CLÉS

**Intention entrepreneuriale – Trajectoire – Apparition
Développement – Expériences – Choix professionnel – Étudiants**

RÉSUMÉ

Qu'est-ce qui explique l'évolution, le maintien ou le déclin d'une intention entrepreneuriale (IE) au fil du temps? Les recherches actuelles n'apportent pas de réponse à cette question, car elles n'intègrent pas l'idée de mobilité et d'incertitude inhérente à toute IE.

Après avoir réalisé un travail d'enquête par analyse inductive sur un terrain constitué d'étudiants en économie et en sciences de gestion, nous avons constaté que l'IE pouvait s'étendre sur une durée relativement longue, au cours de laquelle son intensité pouvait considérablement varier.

L'hypothèse explicative que nous présentons est la suivante: la trajectoire d'une IE se décompose en trois phases. La première est la découverte de cette possibilité professionnelle. Au cours de la deuxième, les étudiants apprennent à

LES AUTEURS

RÉGIS MOREAU est titulaire d'un doctorat en sociologie et il est diplômé de sciences de gestion à l'IAE de Nantes. Ses recherches portent sur les liens entre les sociétés et les entreprises et, plus particulièrement, sur l'entrepreneuriat: création de nouvelles organisations, identité entrepreneuriale, acteurs économiques, succès et échecs du processus créatif, etc. Courriel: <regismoreau@voila.fr>.

BENOÎT RAVELEAU est directeur de l'Institut de psychologie et sociologie appliquées (IPSA) de l'Université catholique de l'Ouest à Angers. Il est maître de conférences en psychosociologie du travail et des organisations. Il est également professeur associé à l'Université de Sherbrooke au Québec, chercheur associé au Laboratoire Georges-Friedmann de l'Université Paris I-Sorbonne et membre de l'Académie de l'entrepreneuriat. Courriel: <raveleau@aol.com>.

lier satisfaction et situations de type entrepreneurial. La troisième phase concerne le sort qui est fait à l'association précédente : tant qu'elle perdure, l'IE se maintient. En revanche, si des expériences vécues négativement viennent la contredire, l'IE périlite, voire disparaît.

ABSTRACT

What could stand for the evolution, the upholding or the decline of an entrepreneurial intention (E.I.) as time goes by? Current researches do not bring any answers to this question, because they do not integrate the idea of mobility and inherent uncertainty of any E.I.

Following a work of investigation by inductive analysis on a ground made up of students in economy and sciences of management, we noted that the E.I. could extend over one relatively long duration, during which its intensity could vary considerably.

The explanatory assumption that we present is as follows: the trajectory of an E.I. breaks up into three phases. The first one is the discovery of this professional possibility. During the second one, the students learn how to bind satisfaction and situations of the entrepreneurial type.

The third one is the fate which is made to the preceding association: as long as it lasts, the E.I. is maintained. On the other hand, if negatively lived experiments come to contradict it, the E.I. may collapse, even disappear.

RESUMEN

¿ Que explica la evolución, el mantenimiento o la decadencia de una intención empresarial (I.E.) con el paso del tiempo? Las investigaciones actuales no establecen respuesta a esta cuestión, ya que no integran la idea de movilidad e incertidumbre inherente a toda I.E.

Con un trabajo de investigación por análisis inductivo sobre un terreno constituido de estudiantes en economía y en ciencias de gestión, constatamos que la I.E. podía extenderse sobre una duración relativamente larga, a la cual su intensidad podía considerablemente variar.

La hipótesis explicativa que presentamos es la siguiente: la trayectoria de una I.E. se divide en tres fases. La primera es el descubrimiento de esta posibilidad profesional. Durante la segunda, los estudiantes aprenden a vincular satisfacción y situaciones de tipo empresarial.

La tercera es la suerte que se hace a la asociación anterior: mientras dura, la I.E. se mantiene. Por el contrario, si experiencias vividas vienen a negativamente contradecirlo, la I.E. perilite, o incluso desaparece.

Revue internationale P.M.E., vol. 19, n° 2, 2006

ZUSAMMENFASSUNG

Wie erklärt sich die Entwicklung, die Aufrechterhaltung oder der Niedergang von unternehmerischen Vorhaben mit dem Lauf der Zeit? Die aktuellen Studien beantworten diese Fragen kaum, da sie die Veränderlichkeit und Unsicherheit solcher Vorhaben nicht berücksichtigen.

Durch eine Untersuchung, basierend auf einer induktiven Analyse, bei Studenten der Wirtschafts- und Managementwissenschaften, konnten wir belegen, dass sich unternehmerische Vorhaben über eine lange Zeitdauer behaupten, aber sehr stark in ihrer Intensität variieren, können.

Zur Erklärung ziehen wir nun die folgende Hypothese bei: Die Entwicklung eines unternehmerischen Vorhabens teilt sich in drei Phasen. Die erste Phase umschreibt die Erkennung einer selbständigen Tätigkeit als berufliche Option. In der zweiten Phase bringen die Studenten Genugtuung (persönliche Erfüllung) mit der Situation des Unternehmers in Zusammenhang. In der dritten Phase kann das unternehmerische Vorhaben aufrechterhalten werden, solange diese positiven Assoziationen aus der zweiten Phase anhalten, ansonsten verschwindet sie.

Introduction

Depuis une quinzaine d'années, les chercheurs en entrepreneuriat accordent une attention croissante au phénomène de l'intention entrepreneuriale (IE). Pour de nombreux auteurs, la création d'une entreprise réclame une certaine planification, ce qui nécessite au préalable une intention de réaliser cette action (Shapiro et Sokol, 1982; Bird, 1988). Dans ce cadre, il est tentant de supposer que l'IE, comprise comme une volonté d'entreprendre, constitue un excellent indice de prédiction du passage à l'acte. Des auteurs comme Krueger (1993), Davidson (1995), Kolvereid (1996) ou encore Krueger, Reilly et Carsrud (2000) supposent qu'il est possible d'expliquer, voire de prédire l'émergence organisationnelle des nouvelles entreprises sur la base d'un modèle d'intention.

Actuellement, deux questions fortes mobilisent les recherches sur l'IE. La première concerne sa formation: comment apparaît-elle? La seconde question porte sur le lien entre l'intention et le passage à l'acte: les personnes intentionnées sont-elles les créateurs de demain? Indéniablement, c'est la première interrogation qui a suscité, pour l'instant, le plus grand nombre de travaux et les plus grandes avancées scientifiques. Un modèle explicatif bénéficie du soutien de nombreux chercheurs: celui de Shapiro et Sokol. Il présente l'apparition d'une IE comme le résultat d'une perception positive de la désirabilité et de la faisabilité de l'acte d'entreprendre.

Les recherches s'appuyant sur ce modèle se multiplient. Cependant, elles ne sont pas entièrement satisfaisantes, car elles délaissent la question du développement

de l'IE. Comment cette dernière évolue-t-elle dans le temps? Les études actuelles utilisent des moyens qui sont exclusivement quantitatifs et qui sont mal appropriés pour éclairer ce problème. D'ailleurs, le fait que la quasi-totalité des résultats n'intègre pas l'idée de mouvement contribue à donner une image figée de l'IE. Or, ne pas prendre en compte sa dimension temporelle nuit, selon nous, aux réflexions sur le lien qui peut exister entre le fait d'avoir une IE et le passage à l'acte. Comment penser le basculement de l'un à l'autre si l'on ne comprend pas comment évolue et se maintient l'IE?

Pour combler cette lacune, nous sommes partis avec l'idée, assez ancienne, que l'ensemble des sujets qui se rapportent à l'entrepreneuriat peuvent être étudiés selon une perspective dynamique, intégrant le mouvement et la succession de phases (Gartner, 1985; Gartner et Katz, 1985; Hernandez, 1999; Sammut, 1999; Fayolle, 2000; Moreau, 2004). Nous supposons que l'intention est un processus, non linéaire, composé de séquences: formation, développement, maintien, déclin ou aboutissement. Une vision synchronique ne peut pas convenir à cette approche, car elle suppose que tous les facteurs qui contribuent à produire un phénomène agissent simultanément (Becker, 2004). Or, les variables qui interviennent au moment de la formation ne sont pas forcément celles qui influencent le maintien ou le déclin de l'IE. Il est donc préférable de considérer l'IE dans sa dynamique et d'étudier chacune de ses phases. Voilà pourquoi nous adoptons une vision séquentielle, car nous voulons construire un modèle qui rende compte du développement de l'intention.

Notre terrain d'étude est composé de 210 étudiants en sciences économiques et de gestion. Nous avons opté pour une démarche d'étude inductive, qui a consisté à aller au devant des acteurs pour les interroger et essayer de les comprendre. C'est avec les données recueillies sur le terrain que nous avons pu formuler l'hypothèse selon laquelle la trajectoire d'une IE se décompose en trois phases. La première est la découverte de cette possibilité professionnelle. Au cours de la deuxième, les étudiants apprennent à associer de la satisfaction aux tâches de travail qui ressortissent à une création. La troisième phase vise le sort qui est fait à l'association précédente: si cette relation se maintient, alors l'IE se développe. Si ce n'est pas le cas, l'IE perd de son intensité jusqu'à éventuellement disparaître; ainsi, une IE n'est jamais acquise.

Dans une première partie, nous rappelons les travaux dont les auteurs ont tenté d'expliquer l'apparition d'une IE. Nous faisons suivre cette revue de la littérature par quelques critiques qui ouvrent des voies à d'autres perspectives d'études, dont celle que nous proposons. Dans une deuxième partie, nous précisons notre méthodologie de recherche. Dans une troisième partie, nous présentons les résultats de l'enquête par questionnaire sur les caractéristiques des étudiants ayant déclaré ou non une IE. Enfin, dans une quatrième partie, nous montrons les trajectoires de l'IE et expliquons comment et pourquoi elles évoluent.

1. Les explications de l'apparition de l'IE

Nous commençons par préciser le sens du terme d'IE à l'aide des définitions données par des auteurs issus de plusieurs disciplines. Nous présentons ensuite les modèles qui, en entrepreneuriat, sont censés expliquer l'apparition d'une IE. Enfin, nous nous livrons à une lecture critique qui nous permet de pointer des faiblesses et d'ouvrir ainsi de nouvelles voies de recherche.

1.1. Qu'est-ce qu'une IE ?

En latin, «intention» provient de «*tensio*» (dont la racine est le verbe «*tendere*») qui signifie «tendre», et de «*in*» qui signifie «vers». Littéralement, c'est le fait de «tendre vers quelque chose». Dans la tradition philosophique, le terme «d'intention» désigne une opération de l'esprit qui se propose un but, des objets ou des choses voulues (Blay, 2003; Lalande, 1993).

Pour Jankélévitch (1983), c'est la conscience aimantée par la très prochaine et naissante action. C'est un élan vers un acte futur qui est dès lors en instance ou sur le point de se produire. Pour ce même auteur, l'intention est une volonté de faire et en même temps, un possible ambigu et instable dont on ne sait pas s'il se concrétisera. Une intention qui n'est pas suivie d'acte n'est pas une intention. Une «intention authentique» est toujours suivie d'effet, à moins que l'acte soit impossible ou soit empêché par un obstacle indépendant de la volonté de l'agent. Cependant, dans les faits, il est très difficile de parler «d'intention authentique» puisque l'acte peut se produire longtemps après la naissance de l'intention. Ce n'est souvent qu'*a posteriori* qu'on pourra user de cette appellation.

En psychologie, l'intention renvoie à une résolution par laquelle l'agent veut réaliser un projet. C'est un but visé par le vouloir. Pour Ajzen (1991), les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. D'une façon plus générale, pour les psychologues (Foulquié, 1968), la volonté est déterminée par des motifs ou des raisons, par opposition à d'autres actes qui sont le résultat de forces (par exemple, tomber ou digérer résulte de forces mais pas d'actes volontaires). Les motifs ou les raisons sont d'ordre intellectuel. Ils impliquent une connaissance de la valeur des choses entre lesquelles on choisit. On compare les diverses possibilités qui s'offrent et on choisit celle qui, tout bien pesé, paraît préférable. Au contraire de l'animal, l'homme peut prévoir les conséquences de certains actes. Il peut ainsi évoquer cet avenir qu'il perçoit, comparer les avantages d'une satisfaction immédiate à ceux d'une satisfaction différée. Bref, il peut faire le bilan des opérations qu'il projette, il peut calculer. Il est donc dirigé par des motifs, c'est-à-dire des raisons plus ou moins conscientes. On agit volontairement quand on agit par des raisons. Pour passer à l'action, il est toujours besoin d'une certaine

force ou d'un certain mobile capable de surmonter l'inertie. Faute d'impulsion, le sujet s'attarderait indéfiniment à l'examen de ses raisons. Dans un passage à l'acte qui relève de la volonté, il intervient donc une force ou une impulsion qui semble étrangère à l'ordre de la raison ou de l'intelligence.

En entrepreneuriat, «intention» n'est pas un terme nouveau, mais il est devenu un objet d'étude insigne depuis une quinzaine d'années. Bruyat (1993) et Bird (1992) le conçoivent comme une volonté individuelle ou un état d'esprit qui est tourné vers la création d'entreprise. Elle ne doit pas être confondue avec le «comportement» qui désigne l'acte entrepreneurial, c'est-à-dire le travail de création d'une entreprise. Plus précisément, Bird (1992) parle d'un état de pensée «qui dirige l'attention (et, par conséquent, l'expérience et l'action) vers un objectif spécifique (but), la nouvelle organisation, et une façon de l'atteindre (moyens)». Crant (1996) l'interprète comme le jugement d'une personne sur les probabilités de passer un jour à l'acte. Tounés (2003) parle d'une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif, et qui exige une perception à la fois de la faisabilité et de la désirabilité du comportement entrepreneurial.

Comme on peut le constater, il existe de nombreuses définitions possibles de l'intention, même au sein d'une discipline donnée. Cette variété montre que le terme n'a pas de signification univoque et complètement partagée; le sens qui lui est donné, comme son importance, reste toujours débattu.

1.2. Les modèles sur l'apparition d'une IE

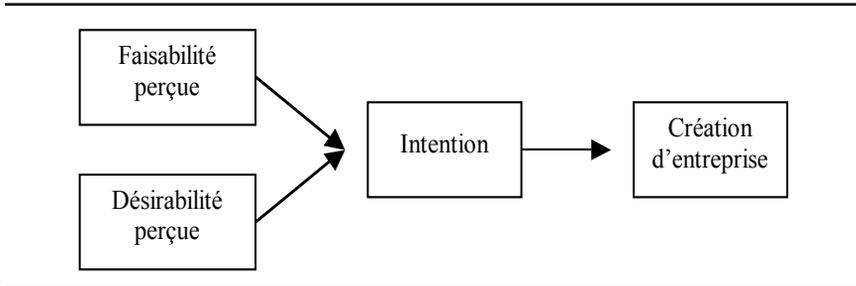
On peut considérer que le modèle de Shapero et Sokol (1982) et celui du comportement planifié d'Ajzen (1991) sont les deux modèles qui ont servi, à l'origine, de base scientifique pour les recherches sur la naissance de l'IE. Le premier est propre au champ de l'entrepreneuriat, tandis que le second provient de la psychologie sociale. Tous deux postulent que dans le cadre d'un comportement planifié (dont relève la création d'une entreprise), l'intention est un antécédent de l'acte et constitue donc un excellent indicateur du passage à l'action.

Des auteurs ont déjà présenté de façon approfondie ces deux modèles (parmi quelques exemples récents, Krueger, Reilly et Carsrud, 2000; Emin, 2003; Danjou, 2004). Nous nous contenterons donc d'une présentation rapide (voir la figure 1).

De l'avis de nombreux auteurs (Krueger et Brazeal, 1994; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000), les modèles d'Ajzen et de Shapero et Sokol ont donné par la suite naissance à d'abondants modèles «hybrides», comme celui de Davidson (1995) ou encore celui de Autio *et al.* (1997). Cependant, ils se rejoignent presque tous sur le fait que l'IE dépendrait de la perception de désirabilité et de faisabilité de l'acte. La première dimension mesure l'attractivité du comportement pour l'individu. La seconde dimension est ce que la personne pense détenir comme contrôle sur

le comportement donné. C'est la croyance en ses capacités à réaliser avec succès l'activité. Plus les perceptions de désirabilité et de faisabilité sont fortes et plus l'intention de créer une entreprise est grande.

FIGURE 1
Modèle de Shapero et Sokol



Source: Shapero et Sokol (1982), repris par Krueger, Reilly et Carsrud (2000).

Selon Audet (2004), le «succès» de ces modèles repose en partie sur leur simplicité. Il est vrai que deux dimensions expliquent à elles seules l'intention de créer une entreprise. Leur réussite vient aussi du fait qu'ils ont été testés et que les résultats obtenus sont jugés satisfaisants. Krueger et Carsrud (1993) et Krueger, Reilly et Carsrud (2000) ont procédé à des applications et à des vérifications. Dans les deux cas de modélisation, les résultats étaient statistiquement significatifs. Reitan (1996) a réussi à expliquer 63 % de la variance des intentions de démarrer une entreprise grâce à un modèle intégrant les deux modèles précédents et incluant des variables de situation. Dans une étude plus récente, centrée sur les chercheurs en sciences, Emin (2004) annonce que 35 % de la variance de l'IE de son échantillon ($n: 744$) est expliquée par un modèle sensiblement différent de celui d'Ajzen.

Concernant plus précisément la population estudiantine, des auteurs comme Kolvereid (1996)¹, Audet (2004)² ou Kennedy *et al.* (2003)³ concluent que la désirabilité et le contrôle perçus contribuent de manière significative à l'explication de la formation des intentions. Boissin, Chollet et Emin (2005) rapportent que le

1. L'étude est menée auprès d'une population de 128 étudiants scandinaves, non diplômés, ayant participé pendant deux ans à un programme d'école de commerce.
2. L'étude concerne 181 étudiants canadiens, en 3^e année d'administration des affaires et de génie mécanique.
3. L'étude porte sur 1 034 étudiants en première année de faculté.

modèle d'Ajzen explique 40 % de la variance de l'IE des étudiants de leur enquête⁴. Selon ces auteurs, l'attrait et la capacité perçue sont les seules variables explicatives de l'intention.

1.3. Limites des modèles explicatifs actuels

L'ensemble de ces travaux représente une voie d'explication de l'apparition de l'IE. De nombreux chercheurs l'ont suivie en se contentant d'appliquer un modèle plus ou moins proche de celui de Shapero et Sokol, dans des pays différents et sur des populations différentes (étudiants, chercheurs, etc.). Peu de critiques ont été soulevées à son encontre, or, elle ne nous semble pas en être exempte. Nous présentons dans un premier temps celles qui nous paraissent les plus importantes. Dans un second temps, nous proposons des solutions pour sortir de l'impasse où aboutit la voie de recherche empruntée jusqu'ici.

1.3.1. *Entre psychologisme latent et immobilisme*

Le premier reproche que l'on peut faire aux recherches actuelles est de cantonner l'apparition de l'IE dans la sphère exclusive du psychologique. Cela donne d'ailleurs une part de vérité qui a l'apparence de l'évidence et qui peut se résumer à l'énoncé, quasi tautologique, «j'ai l'intention de créer parce que je le veux». L'IE apparaît réduite à n'être créée que par une pensée intérieure qui déciderait de son apparition, et ensuite de l'action. Or, limiter l'explication de la naissance de l'IE à des états mentaux ou à des croyances revient à dire qu'elle n'a aucune autre cause que la volonté que nous avons de la faire apparaître. Ainsi, quand les études limitent leurs explications de la naissance de l'IE aux seuls états mentaux ou aux croyances (sans autre ouverture sur d'autres dimensions), elles peuvent laisser penser que l'IE n'a aucune autre cause que la volonté que nous avons de la faire apparaître. Tel n'est peut-être pas leur but, mais c'est une interprétation ou une utilisation que des lecteurs peuvent en faire.

Ce psychologisme latent comporte un piège de circularité qui conduit de nombreux chercheurs à ne plus s'interroger que sur la nature psychologique de l'intention. Si l'explication n'inclut pas de référence à d'autres événements, s'agit-il encore d'une explication ?

Le second reproche que l'on peut adresser aux études actuelles est leur absence de prise en considération de la mobilité de l'IE. Audet (2003, 2004) rappelle que la preuve de la stabilité de l'IE n'a pas encore été faite. Cet auteur suppose que plus l'écart temporel entre la formation de l'intention et le moment anticipé de sa concrétisation est long, plus il y aura de chances que des circonstances

4 L'échantillon est de 809 étudiants d'établissements universitaires grenoblois.

nouvelles altèrent l'intention initiale et invalident ainsi toute prédiction sur cette base. En effet, on peut penser qu'une personne peut être dotée d'une IE un jour, ne plus l'avoir le lendemain et la retrouver plus tard. Le problème de la constance de l'IE est important, car il affecte le pouvoir prédictif des modèles théoriques de création d'entreprise basés sur les IE.

Or, nous constatons que la quasi-totalité des recherches actuelles n'intègre pas cette idée de mouvement. Il y a des allusions, parfois même une reconnaissance de cette particularité, mais sans une prise en compte réelle pour l'élaboration des modèles. Ces derniers se contentent de savoir si, au moment de l'enquête, l'interrogé possède ou non une intention de créer son entreprise un jour. Cela contribue à donner une image figée et empêche l'émergence d'explications sur les phases de mobilité de l'IE. Pourquoi l'IE varie-t-elle et selon quelles modalités? Une réponse typique du piège de circularité décrit plus haut serait de dire que l'intention disparaît parce que la personne ne veut plus créer et qu'elle réapparaît parce qu'elle en éprouve l'envie à nouveau. Cette explication est irrecevable et montre qu'il est nécessaire de s'intéresser sérieusement aux fluctuations de l'IE: sur quel laps de temps fluctue-t-elle? Comment ses différents états se succèdent-ils et s'enchaînent-ils? Qu'est-ce qui permet à l'IE de se maintenir? Au contraire, qu'est-ce qui conduit l'IE à péricliter?

Ces deux reproches ne relèvent pas d'une lecture critique exagérée. La preuve en est qu'ils se combinent et se retrouvent dans la façon dont les chercheurs mesurent l'IE auprès de leurs populations d'étude. Les indicateurs qu'ils utilisent pour estimer l'IE sont symptomatiques de ces deux défauts.

En ce qui concerne l'absence de mouvement, certains chercheurs se contentent d'interroger leurs enquêtés sur une présence ou une absence d'IE au moment de l'enquête, sans se soucier de l'historique de son évolution ou de son intensité. Ils considèrent que l'IE est un état de pensée binaire, dont les personnes sont pourvues ou dépourvues. Ainsi, Krueger (1993) demande à ses enquêtés s'ils ont, oui ou non, l'intention de devenir entrepreneur. D'autres auteurs complètent cette question par une modalité qui prend la forme d'une graduation. Raijman (2001) s'appuie sur une échelle de Likert pour savoir jusqu'à quel point les personnes sont prêtes à tenter une création d'entreprise. Dans la même veine, Audet (2004) demande la probabilité avec laquelle la personne estime créer son entreprise à court terme (dans les trois ans) et à long terme (le reste de la vie). Scholten, Kemp et Omta (2004) s'intéressent à la fréquence à laquelle la personne a pensé à créer son entreprise et sa probabilité que cela se produise un jour.

Pour ce qui est du psychologisme latent, les chercheurs mesurent l'intention uniquement à partir de variables d'opinions, sans varier les types d'indicateurs, et surtout sans les rattacher à des faits ou à des actions en cours. Par exemple, pour mesurer l'IE des enquêtés, certaines études françaises utilisent les questions

suivantes: «Il est possible que vous créiez une entreprise ... ?» – «Vous envisagez de vous engager dans une création d'entreprise... ?» – «Vous avez l'intention de créer une entreprise... ?», etc. S'il y a une variation dans la formulation des questions, l'IE reste cantonnée dans des limites d'expression purement subjectives. Ainsi, les déclarations sur un état psychologique sont les seuls signes mobilisés pour mesurer un autre état psychologique (l'intention, en l'occurrence). Le piège de la circularité du psychologisme latent, que nous évoquions précédemment, se retrouve ici; il conduit l'étude à n'inclure que des références ou des indicateurs issus d'événements de même nature.

1.3.2. *Sortir de l'impasse: changer le niveau d'analyse*

Le psychologisme latent et l'immobilisme reviennent tous deux à mener les recherches dans une impasse où il y a incapacité à saisir pleinement le processus dynamique d'une IE. Pour éviter cela, notre proposition est de changer de niveau d'analyse et de s'intéresser à ce que font les personnes.

Les représentations, les croyances ou les attitudes ne sont pas des causes de l'IE. Certes, elles permettent de la comprendre, mais elles ne peuvent pas expliquer à elles seules sa survenue parce qu'elles sont construites. Ce sont les éléments qui les fondent qui ont droit au statut de causes, car ce sont eux qui donnent une existence à l'IE. Prenons une image pour illustrer ces propos. Il est vrai que le phénomène de combustion accompagne tout incendie. Mais la cause d'un incendie sera plus normalement attribuée à un court-circuit, un mégot de cigarette, une allumette, la présence d'essence ou de bois plutôt qu'au mécanisme de combustion qui ne peut exister sans ces antécédents physiques. Par analogie, il y a toujours des perceptions et des croyances qui accompagnent une IE et qui lui donnent un sens. Cependant, on ne peut pas se contenter d'elles comme seuls facteurs d'explication, sinon cela revient à énoncer qu'elles apparaissent *ex nihilo* ou par l'opération d'une volonté toute-puissante (ce qui est sans doute une lecture ou une utilisation abusive des études qui s'en servent pour expliquer la naissance de l'IE). Ce sont des causes extérieures à la psyché individuelle qui sont à l'origine des perceptions et des croyances; ce sont elles qui sont intéressantes, car ce sont elles qui déclenchent et alimentent le phénomène de l'intention. Nous pensons que ce sont les expériences et les démarches effectuées, en résumé, que c'est dans le vécu que l'IE prend ses racines. Ce sont les pratiques qui sont à l'origine d'une IE et qui accompagnent son développement qu'il faut analyser. Autrement dit, nous proposons de ne plus focaliser l'analyse sur les perceptions des personnes, mais sur ce qu'elles ont fait (ou sont en train de faire) pour en arriver à de telles perceptions.

Cette perspective a des incidences méthodologiques concrètes. Par exemple, elle nous amène à reconsidérer la façon dont l'IE va être évaluée, car le risque, pour le chercheur, réside dans le recueil de fictions plutôt que de véritables intentions. Il

nous semble qu'il faille un certain degré de contrôle du bien-fondé des réponses. Ce test du degré de cohérence de la déclaration d'intention doit s'appuyer sur les actions qui sont engagées, car, comme le rappellent Krueger et Brazeal (1994), l'intention peut être révélée par des comportements visibles que l'on peut identifier. Une façon de minimiser le risque, c'est-à-dire d'inclure dans l'analyse des personnes qui sont dans le rêve ou l'amalgame, consiste à évaluer l'IE à partir d'indices concrets. On peut parler d'un «test de sincérité» qui serait ancré dans des faits. Il distinguerait les personnes dont les déclarations d'intention sont en accord avec des signes tangibles et celles qui soulèvent un doute quant au sérieux des intentions affichées. Par exemple, lorsqu'un étudiant prétend vouloir créer une entreprise mais qu'il ne fait aucune démarche de renseignements dans ce sens, on peut conclure à une situation de contradiction qui témoigne d'une intention minorée ou illusoire. Dans tous les cas, en variant ainsi les indicateurs, on sort de la sphère subjective. En rattachant l'IE à des indices concrets, on revient au cœur de sa définition selon laquelle elle est une «tension» que l'on ne peut pas seulement considérer comme idéale, mais qui se décline aussi en une succession d'actions qui vont permettre la progression et l'avènement du futur désiré.

2. Méthodologie

Arrivés à ce stade, nous pouvons donner notre définition de l'IE. Nous la considérons comme un processus mental par lequel la personne se propose un but (la création d'entreprise) et, éventuellement, les moyens pour y parvenir. Il engendre une volonté d'action dont l'intensité peut varier sur un laps de temps incertain. Sans cette volonté d'agir qui amène la personne à prendre des dispositions (rencontres avec des professionnels, suivi de cours sur le sujet, stages, prise d'informations diverses, etc.) pour favoriser l'avènement de son but, on ne peut pas parler d'IE mais de velléité (compris comme une intention fugitive, non suivie d'acte), de rêve ou de phantasme.

Une telle approche de l'IE suppose une méthodologie spécifique pour la saisir. Celle que nous avons adoptée se compose d'un questionnaire et d'entretiens semi-directifs.

2.1. Une méthodologie quantitative...

2.1.1. L'échantillon

Notre terrain d'étude est une population de 210 étudiants inscrits en Master 1 et 2 à la Faculté de sciences économiques et de gestion de Nantes (voir le tableau 1).

Le choix de ces disciplines universitaires est d'abord motivé par la probabilité plus grande de trouver des étudiants ayant une IE, et ce, conformément aux résultats

d'autres études (Fayolle, 2002). Ensuite, des étudiants en fin de parcours scolaire se sont déjà interrogés sur leur orientation professionnelle, sur laquelle ils ont quelques certitudes. Enfin, malgré quelques publications récentes, il existe encore peu d'informations, en France, sur l'intention d'entreprendre chez les étudiants.

TABLEAU 1
Caractéristiques sociologiques de l'échantillon
interrogé par questionnaire ($n = 210$)

Diplôme préparé	Master 1	Master 2		
(%)	75	25		
Sexe	Homme	Femme		
(%)	41	59		
Âge	- de 21 ans	22 ans	23 ans	24 ans et +
(%)	30	27	21	22
Profession du père	Salarié	Indépendant	Sans profession	
(%)	77	22	1	
Profession de la mère	Salariée	Indépendante	Sans profession	
(%)	75	11	13	

2.1.2. Le questionnaire

Le premier temps de l'enquête a consisté en la passation d'un questionnaire qui a été présenté aux étudiants au mois de janvier 2005. Son but était d'estimer le niveau d'IE de la population et de faire ressortir les spécificités sociologiques des étudiants pourvus ou dépourvus d'intention. Il s'agissait aussi de repérer des étudiants intentionnés pour pouvoir ensuite obtenir un entretien avec eux (une question leur demandait de laisser leurs coordonnées). Le tableau 2 présente la structure du questionnaire.

TABLEAU 2
Dimensions, composantes et indicateurs du questionnaire

Dimensions	Composantes	Variables	Nombre de questions
L'intention	Déclaration d'une intention	– Interrogation sur cette option.	1
		– Projet professionnel envisagé.	1
	Intensité de l'intention	– Place du projet par rapport à d'autres projets professionnels.	1
		– Importance accordée au projet.	1
		– Délai de réalisation.	1
		– Prise de renseignements sur le sujet.	1
	– Engagement dans des démarches de développement.	2	
La source de l'intention	Provenance	– Source d'apparition.	3
	Motivation	– Élément de motivation.	1
Le développement de l'intention	Aide au développement	– Les personnes ou les organismes contactés pour développer le projet.	2
		– Suggestions sur des éléments d'aide au développement du projet.	1
Identification de l'interrogé	Rapport à l'entrepreneuriat	– Connaissance en entrepreneuriat.	2
		– Perception de l'entrepreneuriat.	4
		– Exemple en matière d'entrepreneuriat.	2
		– Norme de l'entourage.	2
	Variables d'identité	– Rapport à l'entreprise et à l'emploi.	3
		– Niveau de diplôme.	1
	– Sexe.	1	
	– Âge.	1	
	– Profession du père.	2	
	– Profession de la mère.	2	

2.2. ... et qualitative

Notre approche consistant à étudier l'enchaînement des phases d'évolution de l'IE, il fallait une méthodologie capable de restituer cette dynamique. Le second volet de l'enquête a donc consisté en une série d'entretiens semi-directifs⁵. Ils ont été menés auprès de 15 étudiants⁶, issus de l'échantillon de départ, qui avaient déclaré sur le questionnaire avoir une intention de créer leur entreprise (voir le tableau 3).

5. Il est intéressant de noter qu'aucune étude antérieure sur le sujet n'avait trouvé pertinent de réaliser des entretiens avec les personnes intentionnées.
6. C'est le nombre d'étudiants qui étaient pourvus d'une intention, qui ont laissé leurs coordonnées sur le questionnaire et qui ont bien voulu nous recevoir.

TABLEAU 3
**Caractéristiques sociologiques de l'échantillon
interrogé lors des entretiens (n = 15)**

Diplôme préparé	Master 1	Master 2	
(%)	73	27	
Sexe	Homme	Femme	
(%)	53	47	
Âge	22 ans ou moins	23	24 ans et plus
(%)	20	33	47
Profession du père	<i>Salarié</i>	Indépendant	Sans profession
(%)	60	40	0
Profession de la mère	<i>Salariée</i>	Indépendante	Sans profession
(%)	53	20	27

Les sujets abordés concernent uniquement l'intention entrepreneuriale et le projet de création d'entreprise. Les entretiens (d'une durée de 45 minutes en moyenne) ont été traités par une analyse de contenu.

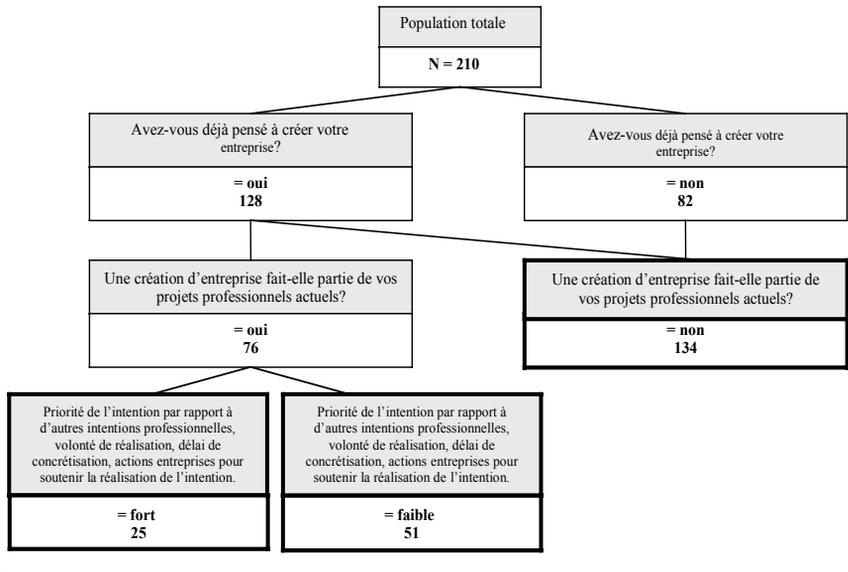
Au début de chaque entretien, il était demandé aux étudiants de représenter la trajectoire de leur IE sur un schéma à deux axes. L'ordonnée évoquait l'intensité de leur intention (faible, moyenne ou forte) et l'abscisse figurait la durée de son déroulement (à partir du moment de son apparition jusqu'à l'enquête). Les étudiants devaient ensuite apposer des repères chronologiques⁷ qu'ils devaient commenter; ils devaient aussi expliquer les variations de la courbe dessinée.

3. Les étudiants et l'IE: les résultats obtenus par questionnaire

La figure 2 présente comment les indicateurs chargés de tester l'intensité de l'IE divisent notre population d'étude en trois groupes distincts. Chacun de ces groupes fera l'objet d'une des parties suivantes.

7. En procédant ainsi, l'interrogé ordonne sa pensée et ancre son parcours dans des faits chronologiquement situés. Cela limite les effets de dispersion et d'oubli.

FIGURE 2
Arborescence de la population étudiée



3.1. Les caractéristiques des étudiants dépourvus d'IE

Une analyse multidimensionnelle des variables qualitatives permet de préciser le profil des étudiants qui n'ont pas déclaré d'IE au moment de l'enquête ($n=134$). Le test du khi carré, associé au test du pourcentage à l'écart maximal (PEM) local⁸, indique que les deux modalités qui désignent ces étudiants sont dépendantes de huit autres modalités. Les résultats sont détaillés dans le tableau 4.

Pour les 134 étudiants concernés, l'entrepreneuriat ne fait pas partie de leur horizon professionnel. Ce groupe est constitué principalement de femmes (69%). D'autres études ont montré que les hommes avaient une plus grande préférence que les femmes pour l'entrepreneuriat (Matthews et Moser, 1995). D'ailleurs, cette inégalité s'observe aussi dans le passage à l'acte puisque les deux tiers des créateurs sont des hommes.

8. Tout comme le khi carré, c'est un indice de liaison des variables entre elles (PEM global). Il peut aussi être utilisé pour tester l'attraction entre des modalités de variables (PEM local). Son avantage par rapport au khi carré est d'être moins sensible aux variations d'effectifs. Pour de plus amples informations, voir l'article de P. Cibois (1993), «Le PEM: un indice de liaison entre modalités d'un tableau de contingence», *Bulletin de méthodologie sociologique*, n° 40, p. 43-63.

TABLEAU 4
**Les modalités associées à la modalité «non» de la question
 «Avez-vous déjà pensé à créer votre entreprise?» et
 «La création fait-elle partie de vos projets professionnels?»**

Variables	Modalités	Khi ²	PEM	Test khi ²
Niveau de connaissances sur la création ?	Aucun savoir	2,848	70	***
Créateur d'entreprise est un métier attractif?	Pas attractif/peu attractif	4,872	74	***
Créer est une démarche intéressante ?	Pas intéressante/ peu intéressante	3,695	100	*
En cas de création, votre entourage serait d'accord ?	Entourage d'accord	1,21	21	**
La durée de vos travaux en entreprises a été de ?	0-4 mois/5-9 mois	1,049	25	**
Diplôme en préparation ?	Master professionnel gestion administrations publiques	3,453	87	***
Diplôme en préparation ?	Master professionnel développement local emploi	2,049	82	**
Votre sexe ?	Femme	1,936	28	***

* $p=0,1$
 ** $p=0,01$
 *** $p=0,001$

Ce sont aussi des étudiants qui suivent des formations professionnelles spécialisées, dont les débouchés sont précis: experts comptables, gestionnaires en administration publique, etc. Ils ont moins d'expérience en entreprise que les autres. Seulement 27% d'entre eux ont eu une durée de travail en entreprise de plus de 14 mois, contre 41% pour les étudiants ayant déclaré une intention.

Leurs perceptions de faisabilité (perception de leur savoir) et de désirabilité (intérêt et attractivité) sont négatives. La création d'entreprise est une possibilité professionnelle qui leur apparaît peu intéressante, peu attractive et sur laquelle ils pensent n'avoir aucune connaissance.

Nous faisons aussi remarquer que ces étudiants qui n'ont pas d'IE déclarent que leur entourage serait pourtant d'accord pour qu'ils créent. Évoluer dans un environnement familial qui accepte que la création d'entreprise puisse être choisie par l'un des siens ne semble pas constituer un facteur ayant un impact sur la naissance de l'IE. Ce résultat paraît aller dans le même sens que celui de Krueger, Reilly et Carsrud (2000) qui supposent que la variable des normes sociales, qui est présente dans le modèle d'Ajzen, par exemple, a peu d'impact, voire aucun, sur la formation de l'IE.

Une question spécifique avait pour but de savoir pourquoi ces étudiants ne considéraient pas l'entrepreneuriat comme un projet professionnel possible. Les risques, aussi bien financiers que ceux liés à une déstabilisation de la vie privée, apparaissent comme les causes les plus importantes du refus de considérer l'entrepreneuriat comme un futur professionnel possible (28%). La présence d'un autre projet professionnel plus important est aussi une raison couramment invoquée (25%). Viennent ensuite l'absence d'idées de produit ou de services à développer (18%), les contraintes relatives au statut d'entrepreneur (15%) et, enfin, une méconnaissance de cette option professionnelle (14%). Il est intéressant de constater que les étudiants se détournent de l'entrepreneuriat plus en raison de l'image ou de l'expérience peu séduisante qu'ils en ont et moins par ignorance de ce métier.

3.2. Les caractéristiques des étudiants ayant déclaré une IE

Ce groupe n'est pas aussi homogène qu'il pourrait le laisser supposer; les intensités de l'IE sont variables. On peut distinguer deux groupes: les étudiants dont l'intention est faible ($n=51$) et ceux dont l'intention est forte ($n=25$). Les modalités associées à chacun de ces groupes sont présentées dans les tableaux 5 et 6.

TABLEAU 5
Étudiants dont l'intention est «faible» ($n=51$)

Question	Modalité	Khi ²	PEM	Test du khi ²
La priorité de l'intention.	Pas prioritaire/ peu prioritaire.	5,006	100	***
Le désir de réaliser cette intention.	Faible/moyen.	3,269	88	***
Délai de concrétisation de l'intention.	Plus de sept ans après.	2,007	74	***
Délai de concrétisation de l'intention.	Aucune idée de temps.	1,131	64	*
Renseignements sur les démarches de création.	Quelques renseignements.	1,532	46	***
Cherche à développer le projet de création?	Non.	1,53	49	***

* $p=0,1$

** $p=0,01$

*** $p=0,001$

Ce sont des étudiants qui sont intéressés par l'entrepreneuriat. Pour autant, au regard de nos indicateurs, l'intensité de leur intention est faible. Ce projet professionnel est peu prioritaire par rapport à d'autres projets professionnels et leur désir de passer à l'acte un jour est relativement bas. De toute évidence, si la création d'entreprise les intéresse, elle ne semble pas accaparer toute leur attention. On peut supposer que leur déclaration manque de conviction ou encore, qu'ils ont

un autre projet plus important sur lequel ils se concentrent au détriment d'une carrière entrepreneuriale. Au moment de notre enquête, leur intention de créer une entreprise est une option fragile et incertaine.

TABLEAU 6
Étudiants dont l'intention est «forte» ($n=25$)

Questions	Modalité	Khi ²	PEM	Test du khi ²
La priorité de l'intention.	Prioritaire/très prioritaire.	26,744	100	***
Le désir de réaliser cette intention.	Très fort.	14,503	81	***
Délai de concrétisation de l'intention.	À la fin des études/ deux à six ans après.	7,082	70	***
Renseignements sur les démarches de création.	Nombreux renseignements/tous ceux possibles.	14,87	90	***
Principale source de l'intention de créer.	Famille.	2,599	29	**
Âge lors de l'apparition de l'intention?	Moins de 17 ans.	4,407	64	***
Cherche à développer le projet de création?	Oui, cherche à développer.	4,067	49	***
Niveau de connaissances sur la création.	Savoir élevé/savoir très élevé.	4,527	41	***
Créateur d'entreprise est un métier attractif?	Très attractif.	4,41	43	***
Amis qui ont déjà créé leur entreprise?	Oui.	1,381	31	*
Entourage serait d'accord en cas de création?	Totalement d'accord.	1,07	23	
Diplôme en préparation.	M1 management général.	1,416	43	*
Profession du père (général).	Indépendant.	1,026	21	
Profession et catégorie socioprofessionnelle – PCS du père (précis).	Artisans, commerçants...	2,538	45	**
Profession et catégorie socioprofessionnelle – PCS de la mère (précis).	Artisans, commerçants...	1,068	42	

* $p=0,1$

** $p=0,01$

*** $p=0,001$

L'attention de ce groupe d'étudiants est captée et orientée vers un projet de création, qu'ils cherchent à développer. Les passages à l'acte sont envisagés dans un délai relativement moyen, compris entre un et six ans après la fin des études. Aux dires des étudiants, ce laps de temps de six ans correspondrait au temps nécessaire pour qu'ils acquièrent plus de compétences professionnelles et des fonds financiers.

Ces étudiants sont très motivés et impliqués dans leur intention de créer une entreprise. C'est une possibilité professionnelle qui leur paraît très attractive et qui fait partie de leurs desseins professionnels prioritaires. Ils expriment le plus vif intérêt pour ce métier et pensent avoir un niveau de connaissances suffisamment élevé du processus de création. Ces résultats sont conformes à ceux obtenus à partir du modèle d'apparition de l'IE basé sur les perceptions de faisabilité et de désirabilité.

Il faut noter que la volonté de devenir entrepreneur n'est pas récente puisqu'elle apparaît dès l'adolescence. Comme nous l'avons déjà signalé auparavant, les parents, et plus largement l'entourage de l'étudiant, ne semblent pas étrangers à cette envie d'entreprendre.

Dans l'ensemble, les résultats qui sont obtenus rejoignent ceux d'études réalisées antérieurement dans d'autres pays ou sur des populations étudiantes différentes. Ils corroborent les informations selon lesquelles les étudiants qui expriment une intention de créer un jour une entreprise sont plutôt de sexe masculin. Des recherches empiriques menées aux États-Unis (Matthews et Moser, 1995) et en France (Boissin, Chollet et Emin, 2005), arrivent au même constat: les hommes ont une préférence supérieure à celle des femmes pour l'entrepreneuriat.

Les statuts de travailleurs indépendants chez leurs parents sont sur-représentés. De la même façon que Scott et Twomey (1988) ou encore Matthews et Moser (1995), nous constatons qu'il existe à l'évidence une relation entre le modèle parental et au minimum une sensibilisation, voire une préférence, pour une carrière d'entrepreneur.

Les résultats montrent que les étudiants en Master 1 sont plus attirés que ceux du Master 2 par l'entrepreneuriat. La spécialisation qui se produit en Master 2 semble détourner les étudiants de la perspective entrepreneuriale en les engageant dans une autre voie professionnelle pré-construite et bien balisée.

Ces étudiants ont aussi une expérience de l'entreprise plus importante. Leur durée de fréquentation des entreprises est plus longue. Ainsi, 68% des étudiants pourvus d'une IE ont travaillé plus de 10 mois dans des entreprises, contre 49% pour les autres.

4. La dynamique de l'IE

Connaître les caractéristiques sociologiques des étudiants est intéressant, mais laisse en suspens la question de l'évolution de l'IE. À l'instar de Katz (1992), on peut prétendre que la faiblesse de la conception sociodémographique tient à ce qu'elle traite le processus de décision comme une boîte noire. De la même façon, les explications fondées uniquement sur les perceptions personnelles n'arrivent pas

à rendre compte de l'existence d'une catégorie de personnes (dont l'effectif est nombreux), qui déclare qu'il est désirable ou faisable de faire le métier de créateur, mais dont le niveau d'intention reste faible et incertain. Ces voies d'explication achoppent toutes deux à la même difficulté: elles ne parviennent pas à expliquer les fluctuations temporelles d'une IE.

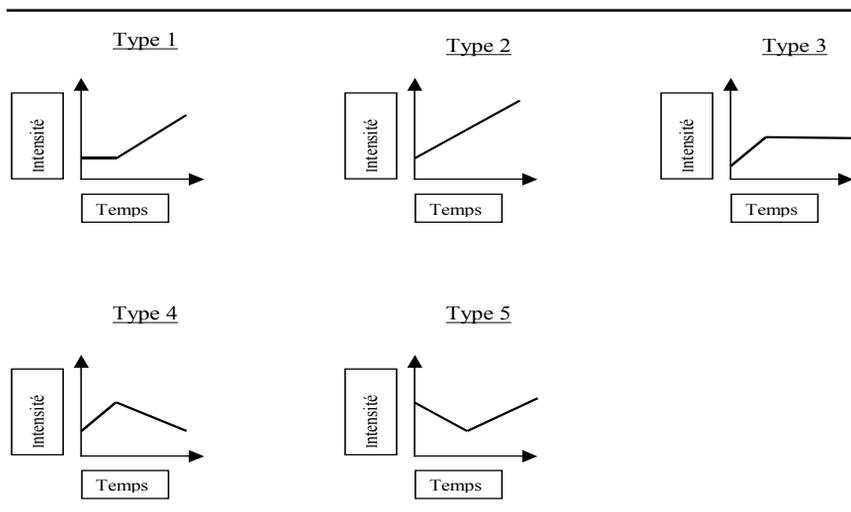
Dans cette partie, nous verrons comment cette difficulté peut être surmontée. Nous allons d'abord exposer les graphiques des étudiants censés représenter la trajectoire de leur intention. Ensuite, nous décrivons les moments qui favorisent la naissance des IE et, enfin, nous donnons une explication de leur apparition et de leur variabilité dans la durée.

4.1. Les trajectoires d'une IE

Premièrement, nous constatons que les étudiants font courir leur IE sur des périodes dont les durées sont variables; certains la font partir dès leur adolescence et pour une durée moyenne de cinq années.

Deuxièmement, nous relevons que les courbes ne suivent pas toutes les mêmes directions; certaines courbes ne cessent de croître, d'autres connaissent des fluctuations, d'autres des stagnations, etc. L'intention n'est pas un long fleuve tranquille: elle peut naître, se développer et mourir. Elle n'est ni figée, ni constante, comme le montre le classement des courbes en cinq familles de trajectoires, chacune se rapportant à une trajectoire type.

FIGURE 3
Les trajectoires types de l'IE



Revue internationale P.M.E., vol. 19, n° 2, 2006

- Pour le type de trajectoire 1, dans un premier temps, l'intensité ne varie pas. Secondairement, elle connaît une progression constante. C'est le cas de quatre étudiants.
- Pour le type de trajectoire 2, l'intensité connaît une progression permanente, dès le moment où est située l'apparition de l'intention. Elle concerne trois étudiants.
- Pour le type de trajectoire 3, l'intensité connaît une progression constante, dès le moment où est située l'apparition de l'intention. Secondairement, l'intensité stagne. Elle rassemble deux étudiants.
- Pour le type de trajectoire 4, l'intensité connaît une progression continue, dès le moment où est située l'apparition de l'intention. Secondairement, l'intensité décline. C'est le fait de quatre étudiants.
- Pour le type de trajectoire 5, l'intensité connaît une régression constante, dès le moment où est située l'apparition de l'intention. Secondairement, l'intensité remonte. Elle caractérise deux étudiants.

Les dessins sont surprenants par leur hétérogénéité, et ils confirment l'hypothèse selon laquelle l'intention est en constant mouvement. Pour la qualifier, nous parlerons de «trajectoire», qui est un terme issu des études sociologiques sur la scolarité et la mobilité sociale. La trajectoire est un parcours ou un itinéraire qui s'effectue à travers différentes étapes. Son utilisation, associée à celui de l'IE, insiste sur l'idée d'une volonté de réaliser une action qui ne cesse d'évoluer à partir du moment où apparaît l'idée de le faire. Elle connaît des variations d'intensité: elle peut naître, se développer... et disparaître pour réapparaître, etc. Autrement dit, la «trajectoire» est l'évolution de l'IE sur la période où il lui est donné d'exister.

4.2. Les circonstances de la genèse de l'IE

Nous présentons d'abord les moments au cours desquels apparaissent les IE. Ensuite, nous décrivons les sources qui les font advenir.

4.2.1. Le moment de l'apparition de l'intention

Quand l'idée de créer éventuellement une entreprise apparaît-elle? Les âges donnés par les étudiants interrogés par questionnaire ($n = 76$) sont disparates. Les entretiens font ressortir qu'il y a deux temps forts, qui correspondent à des périodes charnières de la vie scolaire.

- Au moment du baccalauréat. L'approche ou le passage du bac est un moment important. Il correspond à une période transitoire où les étudiants doivent choisir leur orientation future. À cette occasion, ils s'interrogent sur les options professionnelles qui leur conviendraient.
- À la fin des premières années d'études dans l'enseignement supérieur. C'est au terme de leur 2^e ou 3^e année d'études dans le supérieur que se pose à nouveau la question de l'avenir scolaire et/ou professionnel. Ce moment transitoire dans les études est un temps de sélection d'une nouvelle filière scolaire: choix de nouvelles options, changement d'établissement, engagement dans une filière plus spécialisée, etc.

Le bac et les premières années dans l'enseignement supérieur sont les deux principaux moments au cours desquels les étudiants font débiter leur intention d'entreprendre. Cela s'explique par les questionnements que suscitent ces périodes de transition et de choix, propices à une introspection sur les désirs scolaires et professionnels. C'est ce que le discours de cet étudiant résume: «Le début, c'est le questionnement que j'ai pu avoir lors d'un questionnement scolaire sur mon orientation ou mon futur métier. Ça m'a fait planifier ma carrière en me projetant dedans.» L'IE survient donc généralement dans des phases où les étudiants cherchent à se constituer des buts qui donneraient un sens à leur parcours scolaire à venir ou, tout au moins, qui les guideraient un temps dans leur cheminement scolaire et personnel.

4.2.2. *L'identification de cette possibilité professionnelle*

Les entretiens indiquent qu'il y a trois sources qui permettent à l'étudiant de découvrir l'existence du métier d'entrepreneur, voire de se familiariser avec ses exigences: l'exemplarité, l'information circulante et l'expérimentation.

L'exemplarité. Pour certains étudiants, l'intention d'entreprendre provient de l'exemple de proches (de la famille ou d'un ami) qui ont déjà créé ou qui sont en train de monter leur entreprise. C'est en les côtoyant, en les observant, en travaillant avec eux ou en les écoutant que l'intention de créer apparaît. On peut parler, à l'instar de Bandura (Carré, 2004) de modelage du comportement par un effet d'observation active (apprentissage vicariant). Bien sûr, les enfants d'entrepreneurs forment le noyau dur des étudiants concernés.

L'information circulante. L'étudiant peut aussi découvrir cette option professionnelle grâce à l'information qui circule autour de lui et à laquelle il s'intéresse lors de ses réflexions sur son avenir scolaire et professionnel. Les réseaux de l'information sont très divers: Internet, discours, lectures, conférences, etc.

L'action. L'influence d'un environnement de travail suscite parfois des vocations. Ainsi, l'intention de certains étudiants apparaît au cours d'une expérience, lors d'un travail d'été ou d'un travail personnel occupé durant les cours de lycée ou de faculté.

Le point commun de l'exemplarité, de l'information et de l'action est de faire connaître la création d'entreprise comme un métier possible auprès des étudiants. C'est une première phase indispensable vers l'intention, mais qui reste insuffisante en elle-même. Connaître l'existence de ce métier est une chose, mais faire naître et entretenir la volonté de l'exercer un jour en est une autre.

4.3. La satisfaction comme moteur de l'IE

Les étudiants reconnaissent qu'au début de leurs études ils sont souvent idéalistes, car ils ont une approche intellectuelle et imaginaire des métiers qui les intéressent. N'ayant pas expérimenté le marché du travail, ils s'en font une image à leur façon. L'entrepreneuriat n'échappe pas à cette règle. Bien sûr, les étudiants savent que d'autres personnes, parfois des proches, ont créé leur entreprise. Ils ont aussi pu avoir des formations, des séminaires, des lectures, etc., sur le sujet, mais tout cela reste abstrait: une création d'entreprise me conviendrait-elle? Serait-elle satisfaisante pour moi? Il existe toujours une incertitude due à l'absence d'expérience que les supports qui ne s'adressent qu'au mental ne peuvent pas combler. Pour connaître la saveur d'un mets, il faut le goûter. De la même manière, les étudiants ne parviennent à des certitudes professionnelles qu'à la condition de faire leurs tests. Ainsi, vivre concrètement une situation de travail, pour en apprécier les plaisirs tangibles, est un niveau supérieur de connaissance qu'aucune lecture, qu'aucun discours ou qu'aucune observation ne peut donner. C'est ce que Cox, Mueller et Moss (2002-2003) ont aussi constaté. Ces chercheurs notent que les étudiants qui débutent un cours d'entrepreneuriat ont des idées erronées quant au contenu et à l'ampleur de la tâche qui incombent à un créateur. Ce n'est qu'après avoir été exposés aux réalités du travail de création entrepreneuriale que leurs perceptions se réajustent.

Les stages, les boulots d'été, le travail dans la boutique familiale, bref, tous les types de travaux qui s'exécutent sur le terrain permettent de tirer un vécu. Les étudiants y acquièrent une connaissance qui n'est plus de l'ordre du pur intellect, mais qui résulte d'une confrontation avec les réalités du travail. Cela entraîne une mobilisation effective du corps et de l'esprit qui fournit une nouvelle information qui submerge alors les cadres virtuels qui avaient été construits préalablement. L'action a pour avantage de donner accès à une compréhension qui ne peut pas être atteinte à partir d'une description d'un métier, aussi complète soit-elle. Ce nouvel entendement consiste en une prise de conscience renouvelée et en une analyse personnelle de ce qui est vécu, qui échappent à tous les autres qui ne font

pas l'expérience⁹. Ainsi, en s'essayant au monde du travail, les étudiants saisissent ce que des situations et des mots comme «subordonné», «hiérarchie», «responsabilité» ou «autonomie» veulent dire. Ils apprennent, au contact de personnes plus expérimentées qu'eux, à les considérer comme agréables ou pénibles. En d'autres termes, ils les relient à des raisons socialement apprises, d'acceptation ou de refus, qui leur servent ensuite à s'orienter vers ce qu'ils préfèrent éviter ou obtenir dans leur futur métier. C'est ce qu'exprime cet étudiant: «Là [lors d'un stage], j'ai mieux vu comment ça se passait en entreprise [...] ça m'a précisé des choses [...] l'idée de pas être dans un poste subalterne. Que quelqu'un me donne des ordres, j'aime pas trop. Dans ce cadre-là, créer son entreprise est intéressant.»

Comme le rappelle Danjou (2004), c'est dans l'action, face à des situations concrètes qui les amènent à se mobiliser, que les qualités des personnes se dévoilent. Mais l'action offre plus que cela. Elle permet de transformer une idée fortuite, qui incitait à s'intéresser à l'entrepreneuriat, en quelque chose de plus assuré, car l'action est capable de donner un goût durable pour ce qui a été expérimenté et apprécié.

Les étudiants rencontrés ont appris (avec des proches ou d'autres professionnels) à associer du plaisir à des situations touchant à l'acte d'entreprendre. C'est au contact de ces acteurs que les étudiants ont acquis leur motivation à créer plus tard leur entreprise. C'est le cas de cette étudiante. Lors d'un contrat en entreprise, elle vit une situation de «subordonnée», de «poste supervisé», de «travail à remettre», etc., qui l'amène à dénigrer le travail salarial: «j'aime pas être subordonnée». Par la suite, elle a l'occasion de monter un projet d'aide où elle doit mener une enquête et recueillir des fonds pour soutenir la construction et le fonctionnement d'une école au Maroc. Tout au long de la concrétisation de son projet, elle rencontre des personnes qui la soutiennent et l'encouragent. «Des fois, je me sentais un peu perdue, prise par les événements. Mais j'ai toujours eu des personnes autour pour me rassurer, me dire que c'était normal et que c'était aussi ce qui faisait le piment de la chose.» Finalement, elle vit cette expérience de manière très positive. Elle a trouvé une option professionnelle qui lui permet d'avoir de l'autonomie et plus de liberté de travail, ce qui lui avait fait défaut dans ses expériences précédentes. Mais surtout, elle a transformé des situations nouvelles, qui au départ étaient pénibles, en des conditions de travail dans lesquelles elle trouve finalement de la satisfaction.

Les étudiants apprennent donc à associer des avantages et du plaisir à des tâches de travail proches ou similaires à celles d'un entrepreneur au cours de leurs expériences et de leurs interactions avec des professionnels. Ce qui en ressort, c'est que tant que cet acquis n'est pas remis en cause leur IE se maintient et

9. Voir l'article du philosophe Thomas Nagel (1984), «Quel effet cela fait d'être une chauve-souris», *Questions mortelles*, Paris, Presses universitaires de France.

son intensité augmente. Autrement dit, tant que les étudiants restent convaincus (par leurs expériences) qu'ils peuvent obtenir le bien-être et la satisfaction qu'ils souhaitent grâce à l'entrepreneuriat, ils auront une IE persistante. Le récit de cet étudiant qui, parallèlement à ses études, vend des prestations en informatique éclaire nos propos :

Je suis dans le hardware. Je démonte, j'assemble, je remonte les ordinateurs [...] ça me plaît beaucoup. Je suis en relation avec des clients et je fournis un service [...] J'apprends à être indépendant et je dois avouer que j'y trouve du plaisir. Bon parfois, c'est pénible parce que je pars pour une heure chez un client et je reste en fait quatre heures et je suis pas payé forcément mieux. Bon, donc c'est pas toujours facile, mais c'est intéressant [...] On apprend les bons et les mauvais côtés, mais c'est toujours les bons qui ont le dessus, enfin pour l'instant du moins. Tant que ce sera comme ça, que ça durera, je continuerai [à m'intéresser à l'entrepreneuriat]. Le jour où la réponse sera un gros non ou un non définitif, je passerai à autre chose. Peut-être revenir au salariat.

Que se passe-t-il quand un étudiant fait une expérience désagréable de situations proches de l'entrepreneuriat ? Par exemple, il peut vivre une trop grande autonomie avec affolement ou la multiplicité des tâches avec trop de tension et de stress ou les responsabilités avec de l'angoisse, etc. Ce genre de vécu entraîne une reconsidération du statut de créateur d'entreprise. C'est ce qu'explique cet étudiant quand il dit : « Les entrepreneurs que j'ai rencontrés étaient souvent des gens à parler de risques. J'ai pas vu l'attrait du métier chez eux. Y avait beaucoup de contraintes et pas beaucoup de bénéfices pour eux, que ce soit financier ou personnel. »

Si certaines expériences diminuent le plaisir associé à l'acte d'entreprendre, l'intensité de l'intention connaît le même déclin. Si aucune redéfinition de l'entrepreneuriat n'intervient par la suite, l'IE périclitera et l'étudiant cessera de vouloir devenir entrepreneur. La probabilité d'une telle redéfinition dépend de la répétition des expériences et des contacts avec des personnes chevronnées, capables de faire apprécier les particularités de ce métier. Ces contacts sont importants, car l'étudiant observe. Il s'efforce de s'identifier, d'imiter, de se montrer à la hauteur du travail et surtout, il essaye de trouver dans son expérience des raisons de l'apprécier, autrement dit un plaisir, qui peut être le même que celui qu'il sent chez ses mentors. La présence de ces derniers permet d'encadrer les tâtonnements maladroits, de rassurer les novices, de changer leurs dispositions et leurs perceptions, bref, de leur apprendre que ce travail, aussi dur soit-il, est aussi une source de plaisir potentiel. Si les rapports entre les étudiants et les professionnels sont fréquents, ils peuvent au fil du temps redonner du contentement dans la réalisation d'un travail entrepreneurial. Ce dernier est réinterprété et de pénible il devient plus engageant : l'autonomie devient liberté, la multiplicité des tâches prouve la diversité des talents, les responsabilités signifient un statut d'importance, etc. Ainsi, l'IE de l'étudiant peut revivre et se développer.

4.4. L'arbitrage du jugement sur la capacité à créer

Quand on interroge les étudiants, il ressort qu'au moment de l'apparition de leur IE, le jugement sur la faisabilité n'est pas aussi important que l'affirment les modèles quantitatifs. Selon les étudiants, leur IE est inexécutable à court ou à long terme. Certains expliquent qu'ils ne jugent pas leur intention réalisable parce qu'ils doivent avant tout obtenir un diplôme et finir leurs études. D'autres déclarent qu'ils ne s'en sentent pas capables, car ils manquent de compétences, d'expériences ou de ressources pour accomplir un passage à l'acte, comme l'évoque cet étudiant : «Je ne me considère pas encore suffisamment mûr pour créer mon entreprise [...] je compte aller voir à droite, à gauche avant.» Même s'ils estiment que la création est un but pour l'instant impossible ou difficile à atteindre, cela n'empêche pas les étudiants de faire débiter leur IE à cet instant. Cela montre que le sentiment personnel d'efficacité n'est pas nécessaire pour qu'apparaisse une IE. Il faut avant tout que les étudiants soient convaincus que créer leur donnera du plaisir et de la satisfaction. Ce n'est qu'à cette condition qu'ils se soucieront éventuellement de savoir s'ils peuvent le faire grâce à leurs propres moyens. La perception de la faisabilité de l'acte ne joue donc pas un rôle immédiat sur l'IE. Tout comme Jankélévitch (1983), nous énonçons qu'il est possible de développer une intention avant même que les moyens pour parvenir à une fin aient été jugés, donc avant même que sa faisabilité ait été estimée. Mais alors, à quel moment de la trajectoire d'une IE intervient ce jugement sur les possibilités de la création ?

Il existe, parallèlement à l'intention de créer, d'autres intentions professionnelles. Contrairement aux études antérieures qui ont étudié ce fait, nous constatons que l'IE possède rarement l'exclusivité de l'avenir professionnel. La volonté de créer une entreprise est toujours en concurrence avec d'autres métiers, au moment de son apparition et au cours de son développement. Les étudiants n'ont de cesse de comparer les différents buts vers lesquels ils ont dirigé leur attention. C'est là que le jugement sur la faisabilité joue son rôle le plus considérable.

Nous avons constaté qu'à intention d'intensité équivalente, c'est le jugement d'aptitude qui favorise une intention professionnelle. Autrement dit, à désir égal, le métier qui a le plus de chances d'être choisi sera celui qui sera jugé comme le plus accessible et le plus réalisable¹⁰. Ainsi, un poste de salarié qui permet d'atteindre les mêmes avantages que celui de créateur d'entreprise peut très bien mettre en échec une IE. C'est ce qu'explique cet étudiant : «Ce qui pourrait jouer aussi, c'est mon boulot de salarié. Si ce que je fais me passionne dans les conditions qui me

10. Ce sont les résultats qui sont acquis au cours des expériences et des rencontres réalisées par les étudiants qui semblent déterminer, en grande partie, la conclusion du jugement.

plaisent, je suis pas sûr de créer. Autant rester dans la boîte», ou encore celui-ci : «Je peux très bien me contenter d'un job qui me plaît tout spécialement. Si je peux être autonome et m'épanouir, on sait jamais».

Finalement, si un étudiant découvre un autre métier dans lequel il éprouve plus de plaisir et d'avantages que dans celui de créer son entreprise, c'est toujours le premier qui jouira de l'intensité d'intention la plus élevée. Dans le cas où l'IE est concurrencée par une autre intention, et que le désir perçu est de valeur quasi égale, le jugement de la faisabilité aura le pouvoir d'orienter l'étudiant vers le métier le plus accessible, donc de favoriser un choix.

Ce mécanisme peut expliquer pourquoi les enfants d'entrepreneurs créent plus que les autres. Ils ont une connaissance empirique du travail de l'entrepreneur qu'ils ont acquise en aidant leurs parents (souvent depuis leur enfance). De plus, ils pourront souvent bénéficier de l'aide de leurs proches qui ont déjà créé (relations, capital, conseils, encouragements, etc.), voire de la reprise possible de l'entreprise familiale. S'ils hésitent entre l'entrepreneuriat et un autre métier qui peut leur apporter une satisfaction équivalente, c'est la première option qui sera privilégiée, car elle leur paraîtra toujours plus réalisable. À l'inverse, pour les étudiants qui n'ont pas eu de parents entrepreneurs, la création d'une entreprise paraît plus difficile, car c'est un monde avec lequel ils sont moins familiarisés. Entre l'entrepreneuriat et un poste de salarié (à plaisir égal), ils se dirigeront donc vers le salariat qui leur paraît plus accessible.

Conclusion

Nous insisterons dans cette conclusion sur les points originaux qui ressortent de notre enquête. Certains chercheurs ont tenté d'expliquer l'apparition de l'intention à partir d'états mentaux préexistants. Ces théories, dont les apports à la recherche et au débat sur l'IE ne sont pas contestables, se cantonnent exclusivement au plan psychologique pour expliquer l'apparition d'une IE. Certains chercheurs ont «enrichi» ces modèles en ajoutant des variables sociodémographiques. Cependant, ces études restent impuissantes à expliquer les différentes évolutions de l'IE; elles achoppent à la variabilité et à la mobilité du phénomène.

Au terme de notre recherche, nous montrons qu'il existe des trajectoires d'intention. Autrement dit, une intention est un état de pensée en mouvement qui s'étire sur un laps de temps relativement long et qui peut connaître des fluctuations d'intensité.

Nous relevons ensuite que les raisons de ces fluctuations sont à rechercher ailleurs que dans la seule psyché individuelle (que ce soit les perceptions ou les croyances), mais plutôt dans une relation aux expériences vécues. Notre contribution peut être présentée sous la forme d'un modèle à trois temps qui permet d'expliquer

conjointement l'apparition de l'IE et ses fluctuations (ce que ne font pas les études antérieures). D'abord, ce qui compte pour qu'apparaisse une intention, c'est que cette possibilité soit connue et que l'étudiant sache au moins en quoi consiste l'acte d'entreprendre. Il s'agit d'identifier le métier d'entrepreneur. Le deuxième temps est celui d'un apprentissage qui consiste à associer aux tâches entrepreneuriales du plaisir et des avantages. Cela se fait lors d'expériences concrètes au cours desquelles les étudiants apprennent, sous l'égide ou au contact de professionnels, les façons d'agir et le plaisir qu'il y a à le faire. La troisième phase correspond à une constante alimentation de l'IE. Cette dernière dépend de la réponse qui est faite à la question: être son propre patron, est-ce une position professionnelle que j'identifie et que je vis comme profitable et agréable? Si, à chaque expérience réalisée par l'étudiant, la réponse est affirmative, l'intention se maintient, voire s'accroît. Dans le cas d'une réponse négative, l'intention décline au profit d'une autre intention professionnelle. Car l'IE n'est jamais une intention exclusive. Même les enfants d'entrepreneurs sont dans ce cas. Si les plaisirs escomptés lors d'une création peuvent être atteints par une autre voie professionnelle, alors cette dernière est en concurrence avec l'intention de créer. Dans ce cas, c'est le jugement sur les potentialités personnelles qui avantage une solution au détriment d'une autre.

Au terme de ce processus, dont les trois phases sont dépendantes les unes des autres et en rétroaction permanente, les étudiants se sont forgés des motivations qui n'existaient pas (et ne pouvaient pas exister) tant qu'ils n'avaient pas fait l'expérience de situations proches de l'entrepreneuriat et appris à y associer des intérêts. Ce processus achevé, les étudiants ont des raisons de vouloir créer un jour leur entreprise ou au contraire de ne jamais faire de démarches dans ce sens. Cependant, il faut toujours garder à l'esprit que des expériences ultérieures peuvent provoquer des changements de conception et ainsi donner ou faire perdre l'intention de créer une entreprise.

Les modèles centrés sur les perceptions de désirabilité et de faisabilité ouvrent des voies prometteuses pour des études visant à évaluer les interventions de sensibilisation et de formation à l'entrepreneuriat. Par exemple, Audet (2004) avance des résultats intéressants et surprenants: entre un panel d'étudiants qui suit un cours de réalisation de plan d'affaires et un autre qui réalise une étude de terrain dans une PME, il n'y aurait pas de différence significative de perceptions entre eux, à la fin de leur session. Cependant, pour ce qui est de l'explication de la naissance et de l'évolution de l'IE, les modèles basés uniquement sur les perceptions sont limités. Nous avons montré qu'il est possible d'apporter une réponse plus pertinente en s'appuyant sur l'analyse des expériences vécues. De plus, il nous semble que l'utilisation prédictive, à laquelle certains auteurs destinent ces modèles, est contestable. En montrant qu'une intention n'est jamais totalement

acquise, qu'elle dépend des expériences biographiques, qu'elle est en concurrence avec d'autres intentions professionnelles, l'espoir de certains chercheurs de prédire le comportement entrepreneurial à partir des IE paraît bien vain.

Bibliographie

- AJZEN, I. (1991), «The theory of planned behavior», *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, n° 2, p. 179-211.
- AUDET, J. (2003), «L'intention de créer sa propre entreprise: un désir bien ancré en soi ou un état d'âme passager?», Conférence de l'Association des sciences administratives du Canada (ASAC), Halifax, Canada.
- AUDET, J. (2004), «L'impact de deux projets de session sur les perceptions et intentions entrepreneuriales d'étudiants en administration», *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 17, n° 3, p. 223-240.
- AUTIO, E., R. KEELEY, M. KLOFSTEN et T. ULFSTEDT (1997), «Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and in the USA», *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, site Web: <www.babson.edu/entrep/fer>.
- BECKER, H.S. (2004), *Outsiders*, Paris, Métailié, nouvelle édition de la traduction française de 1985.
- BIRD, B.J. (1992), «The operation of intentions in time: the emergence of the new venture», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 17, n° 1, automne, p. 11-20.
- BIRD, B.J. (1988), «Implementing entrepreneurial ideas: the case of intention», *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, p. 442-453.
- BOISSIN, J.P., B. CHOLLET et S. ÉMIN (2005), «Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise: un état des lieux», IV^e Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Paris, France.
- BLAY, M. (dir.) (2003), *Grand dictionnaire de la philosophie*, Paris, Larousse.
- BRUYAT, C. (1993), *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre-Mendès-France de Grenoble.
- CARRÉ, P. (2004), «Bandura: une psychologie pour le XXI^e siècle?», dans l'ouvrage collectif, *Autour de l'œuvre d'Albert Bandura*, Paris, L'Harmattan.
- COX, L.W., S.L. MUELLER et S.E. MOSS (2002-2003), «The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy», *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 1, n° 2, p. 229-247.
- CRANT, J.M. (1996), «The proactive personality scale as predictor of entrepreneurial intentions», *Journal of Small Business Management*, vol. 34, n° 3, p. 42-49.
- DANJOU, I. (2004), *Entreprendre: la passion d'accomplir ensemble*, Paris, L'Harmattan.
- DAVIDSON, P. (1995), «Determinants of entrepreneurial intentions», Communication présentée à RENT IXth Workshop, Piacenza, Italie.

Revue internationale P.M.E., vol. 19, n° 2, 2006

- EMIN, S. (2003), *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics: le cas français*, Thèse en sciences de gestion, Université Pierre-Mendès-France de Grenoble.
- EMIN, S. (2004), «Les croyances des chercheurs publics: quel impact sur leur intention de créer une entreprise?», VII^e Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier, France.
- FAYOLLE, A. (2000), «Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat: les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine», Actes du V^e Congrès international francophone sur la PME, Lille, octobre.
- FAYOLLE, A. (2002), «Les déterminants de l'acte entrepreneurial chez les étudiants et les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur français», *Gestion* 2000, n° 4, p. 61-77.
- FOULQUIÉ, P. (1968), *La volonté*, Paris, Presses universitaires de France.
- GARTNER, W.B. (1985), «A framework for describing the phenomenon of new venture creation», *Academy of Management Review*, n° 10, p. 696-706.
- GARTNER, W.B. et J. KATZ (1985), «Properties of emerging organizations», *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, p. 429-441.
- HERNANDEZ, E.M. (1999), *Le processus entrepreneurial: vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Paris, L'Harmattan.
- JANKÉLÉVITCH, V. (1983), *Le sérieux de l'intention*, Paris, Flammarion.
- KATZ, J.A. (1992), «A psychological cognitive model of employment status choice», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 17, n° 1, p. 29-37.
- KENNEDY, J., J. DRENNAN, P. RENFROW et B. WATSON (2003), «Situational factors and entrepreneurial intentions», XVI^e Conférence annuelle de l'Association pour la petite entreprise d'Australie et de Nouvelle-Zélande, Ballarat.
- KOLVEREID, L. (1996), «Prediction of employment status choice intentions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 20, n° 3, automne, 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° 31, p. 5-21.
- KRUEGER, N.F. et D.V. BRAZEAL (1994), «Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs», *Entrepreneurship Theory and Practice*, printemps, p. 91-104.
- KRUEGER, N.F. et A.L. CARSRUD (1993), «Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour», *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, p. 315-330.
- KRUEGER, N.F., M.D. REILLY et A.L. CARSRUD (2000), «Competing models of entrepreneurial intentions», *Journal of Business Venturing*, vol. 15, p. 411-432.
- LALANDE, A. (1993), *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Paris, Presses universitaires de France.
- MATTHEWS, C.H. et S.B. MOSER (1995), «Family background and gender: implications for interest in small firm ownership», *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 7, n° 4, p. 365-377.

- MOREAU, R. (2004), *L'émergence organisationnelle: le cas des entreprises de nouvelle technologie*, Thèse de doctorat ès sociologie, Faculté de Nantes.
- RAIJMAN, R. (2001), «Determinants of entrepreneurial intention Mexican immigrants in Chicago», *Journal of Socio-Economics*, vol. 30, p. 393-411.
- REITAN, B. (1996), «Entrepreneurial intentions: a combined models approach», IXth Nordic Small Business Research Conference, Lillehammer, Norvège.
- SAMMUT, S. (1999), *Jeune entreprise, la phase cruciale du démarrage*, Paris, L'Harmattan.
- SHAPERO, A. et L. SOKOL (1982), «The social dimensions of entrepreneurship», dans C. Kent *et al.* (dir.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, p. 72-90.
- SCHOLTEN, V., R. KEMP et O. OMTA (2004), «Entrepreneurship for life: the entrepreneurial intention among academics in the life sciences», European Summer University.
- SCOTT, M.G. et D.F. TWOMEY (1988), «The long-term supply of entrepreneurs: student's career aspirations in relation to entrepreneurship», *Journal of Small Business Management*, vol. 26, n° 4, p. 5-13.
- TOUNÉS, A. (2003), «Une modélisation théorique de l'intention entrepreneuriale», Actes des VII^{es} Journées scientifiques du réseau thématique de recherche en entrepreneuriat de l'AUF.