

## Démystifier l'énigme de l'entrepreneur

### [ Demystify the entrepreneur's enigma ]

**Raouf JAZIRI<sup>1-2</sup>**

<sup>1</sup>Docteur en Sciences de Gestion, Laboratoire LAREMFIQ,  
Université de Sousse, IHEC de Sousse, Tunisie

<sup>2</sup>Chercheur associé au Laboratoire COSTECH, UTC, France

---

Copyright © 2016 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the **Creative Commons Attribution License**, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

**ABSTRACT:** Obviously, the concept of the entrepreneur is polyphonic and researchers in the field of entrepreneurship have not unanimously retained a consensual definition of this concept. This phenomenon has attracted so much the interest of social scientists in all disciplines such as economics, management, psychology, sociology, etc. However, the contribution of researchers in management science seems the most significant.

This article aims to highlight all schools of thought and different streams of research on entrepreneurship. Besides, we try to explore all different previous studies dealing with the entrepreneur as a research subject. Finally, we try to stress research opportunities in the field of entrepreneurship.

**KEYWORDS:** Entrepreneur, entrepreneurship, research.

**RESUME:** Certes, le concept de l'entrepreneur est polyphonique et aucune définition consensuelle de ce concept n'a fait l'unanimité des chercheurs dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ce phénomène a suscité beaucoup l'intérêt des chercheurs en sciences sociales toutes disciplines confondues : économie, gestion, psychologie, sociologie, etc. Cependant, l'apport des chercheurs en sciences de gestion semble le plus marquant dans ce champ de recherche.

Cet article se veut faire les points sur les percées de toutes les écoles de pensée ainsi que les différents courants de recherche portant sur l'entrepreneuriat. Ensuite, nous prospectons les différents travaux et études antérieurs qui ont fait de l'entrepreneur leur objet de recherche. Enfin, nous tentons de jalonner les prémisses d'autres pistes de recherche porteuses de développement dans le champ de l'entrepreneuriat.

**MOTS-CLEFS:** Entrepreneur, entrepreneuriat, recherche.

## 1 INTRODUCTION

Malgré l'engouement qu'a reconnu le phénomène de l'entrepreneuriat ces deux dernières décennies chez les chercheurs en science de gestion, une polémique s'est émergé quant à l'association de ce phénomène à une discipline bien déterminée des sciences sociales. Toutefois, l'entrepreneuriat est réputé comme une sous-discipline émergente de sciences de gestion traitant les situations de création ou de reprise d'entreprises, le développement et le management de projets d'entreprises [75]. Désormais, l'entrepreneuriat est devenu une priorité incessante des pays et ce, de par son rôle dans la dynamisation et la croissance économique des nations [61]. Toutefois, malgré cet engouement pour ce phénomène, il n'existe communément et actuellement aucun accord précis sur la définition de l'entrepreneur [21]. En ce sens, la référence [32] disait: "There is

*generally no accepted definition or model of what the entrepreneur is or does*". En conséquence, le concept de l'entrepreneur est réputé polyphonique et en quête de sens.

En passant en revue la littérature relative à l'entrepreneuriat, nous constatons que la notion d'entrepreneur recouvre de nombreuses acceptions particulières n'ayant parfois que peu de liens entre elles ([32] ; [83] ; [29]).

La référence [32] disait que « *La notion d'entrepreneur est l'une des plus controversées, et des plus chargées de sens, de l'analyse stratégique* ». De même, la référence [28] préconisait qu'il n'existe aucune théorie de l'entrepreneur qui fasse l'unanimité au sein de la communauté scientifique. Il ajoutait que « Sans une théorie de l'entrepreneur, il est impossible de fournir un compte rendu complet des retards qui gouvernent la dynamique du cycle des affaires » (Op. Cit. : 12).

L'absence d'unanimité des auteurs quant à la définition de l'entrepreneur est due au fait que chaque auteur établit ses propres analyses tout en partant de spécificités particulières à son sujet [46].

La référence [46], dans son article intitulé « *Who is an entrepreneur? Is the wrong question* » (Qui est l'entrepreneur? Telle n'est pas la question), a identifié le profil et les caractéristiques fondamentales du personnage de l'entrepreneur et qui ont marqué un bon nombre de recherches en entrepreneuriat. Il a passé en revue les études et recherches portant sur les traits de personnalité communs entre les entrepreneurs notamment la satisfaction du besoin d'accomplissement de soi, la recherche d'indépendance, le goût de la prise de risque, etc. Toutefois, ces recherches ne mènent nulle part : « *un très grand nombre de traits de personnalité est attribué aux entrepreneurs, si bien qu'un profil psychologique constitué d'un assemblage des recherches portraiture quelqu'un de plus complet que la réalité, plein de contradictions et en même temps, cette personne est si plurielle, qu'elle ressemble à n'importe qui, possédant en fait, les traits représentatifs du genre humain* » (Op. Cit. : 21). Bref, l'entrepreneur est un personnage dont les différentes facettes se sont métamorphosées au cours de l'histoire. C'est en fait, ces facettes que nous tenterons de les scruter et élucider pour répondre au mieux à la question posée initialement : Qui est l'entrepreneur ? [46].

Dans le souci permanent de bâtir les fondements théoriques de cette discipline émergente et de dessiner les contours d'une théorie de l'entrepreneuriat, les chercheurs issus des différentes disciplines des sciences sociales -notamment en sciences économiques et en sciences de gestion- n'ont cessé de proposer diverses interprétations et définitions du phénomène de l'entrepreneuriat. En ce sens, la référence [59] stipulait : "*some writers have identified entrepreneurship with the function of uncertainty bearing, others with the coordination of productive resources, others with the introduction of innovation, and still others with the provision of capital*".

A notre connaissance et d'après la revue de la littérature en la matière, il semblerait que le terme « entrepreneur », comme celui de « manager » soit né en France à la fin du 16<sup>ème</sup> siècle. De même, l'étymologie du mot « entrepreneur » montre qu'il est d'origine française et qu'il a été adopté par les anglo-saxons et ce, vue l'absence d'un synonyme convenable en anglais malgré les tentatives de traduction sous les vocables « undertaker », « adventurer », « merchant », etc. ([20] ; [3]). A cet égard, la référence [20] stipulait : "*(...) there is no good English equivalent word to encompass the specific meaning of the French term entrepreneur*".

Aux termes de ces considérations, et vue la polysémie qu'entache le concept d'entrepreneur ; il est légitime d'élucider la genèse et le déploiement du phénomène de l'entrepreneuriat durant l'évolution de la pensée économique et managériale et ce, dans le souci permanent, de mieux cerner la notion ambiguë de l'entrepreneur.

## 2 L'ENTREPRENEUR DANS LA PENSÉE ÉCONOMIQUE : VERS LA GENÈSE DU CONCEPT

Il ressort de la plupart des auteurs qui se sont intéressés à l'origine de l'entrepreneuriat ([105] ; [77] ; [104] ; [85]), une unanimité quant à l'attribution du mérite de l'introduction du concept de l'entrepreneur dans la théorie économique aux Richard Cantillon (1755), Jean-Baptiste Say (1803) et à Joseph Schumpeter (1934). Toutefois, la majorité des économistes s'accordent sur le fait que l'entrepreneur est l'acteur principal de la dynamique économique. Il organise, coordonne, dirige et optimise l'usage des facteurs de production, pour créer à son compte, des produits utiles. Il est celui qui introduit et conduit l'innovation ; tout en affrontant l'incertain, prenant de risques et mettant en jeu sa fortune et son honneur.

### 2.1 RICHARD CANTILLON (1680-1734) : L'ENTREPRENEUR AFFRONTÉ L'INCERTAIN

Le concept d'entrepreneur s'est imposé pour la première fois, et a fait son entrée, dans la théorie économique avec Richard Cantillon, dans son ouvrage paru en 1755 : « Essai sur la nature du commerce en général ». Cantillon attribuait un rôle primordial à l'entrepreneur et lui a placé au centre de la scène économique [85].

Richard Cantillon est un économiste anglais, issu d'une famille qui s'est battue en faveur des Stuart et fut dépossédée de ses terres par Cromwell. En fait, sa pensée économique est marquée par son vécu quand il fait du propriétaire terrien le seul acteur indépendant dans l'économie.

Selon la référence [77] Richard Cantillon en 1755 est «le premier à définir le profil de l'entrepreneur et à mesurer les difficultés d'une gestion qui affronte empiriquement l'imprévisible et l'incertain ». Il a fait de l'entrepreneur, d'une manière explicite, la pierre angulaire de toute dynamique économique [79].

Cantillon a divisé la société de son époque en classes sociales et a bâti un clivage entre trois types d'acteurs notamment : les propriétaires, les fermiers et les entrepreneurs. D'abord les propriétaires, qui sont au même rang que le Prince et qui vivent dans l'indépendance financière. Ensuite, les fermiers, et enfin, les entrepreneurs qui font partie d'un groupe très hétérogène, dans lequel on trouve aussi bien les marchands, les boulangers, les bouchers, les manufacturiers, les mendiants, etc. [54].

Richard Cantillon a fait de l'incertitude un levier crucial de la définition de l'entrepreneur qui l'a qualifié comme la personne qui exerce son jugement pour faire face à l'incertitude et lui a défini comme étant une « personne indépendante » [78].

Selon la référence [23] « *tous les entrepreneurs se procurent leurs moyens d'action à taux fixe et revendent des biens et services à un prix incertain* » [77]. Pour lui, l'entrepreneur était un preneur de risque qui investit ses propres fonds pour acheter (ou éventuellement louer) à un prix certain, pour vendre (ou éventuellement produire) à un prix incertain. Pour Cantillon, cette prise de risque serait tributaire à une rétribution fondée sur le produit de la terre. Il pensait que « *les fermiers ont ordinairement les deux tiers du produit de la terre, l'un pour les frais et le maintien de leurs assistants, l'autre pour le profit de leur entreprise* » (Op. Cit, p. 40)

Dès lors, les variables génératrices du concept d'entrepreneur seraient, alors l'incertitude liée aux clients ainsi que le risque sur le prix ([105] ; [2]). De ce fait, l'entrepreneur peut être défini, au sens de Cantillon, par les fonctions de prise de risques [79] et l'affrontement de l'incertain [77]. Le profit serait alors la juste rémunération d'une activité si risquée.

Il en découle de ce qui précède que, Richard Cantillon a mis plutôt l'accent sur la fonction de l'entrepreneur que sur sa personnalité [54], tout en optant pour une vision comportementale.

En somme, selon Cantillon l'entrepreneur est vu comme un agent de production et du commerce, qui est preneur de risques relatifs aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix [85]. Cantillon a fondé son analyse sur le postulat de l'équilibre naturel vers lequel tout revient ou tend à revenir [102].

## 2.2 JEAN-BAPTISTE SAY (1767-1832) : L'ENTREPRENEUR EST PRENEUR DE RISQUE

Dans son ouvrage paru en 1972 : « *Traité d'économie politique* » J.B. Say a fait de l'entrepreneur le tendon d'achille du processus de l'échange économique [79] ; et lui a considéré comme un agent économique rationnel et dynamique [92]. Pour Say, « *L'entrepreneur est en effet le personnage central puisque c'est lui qui combine les facteurs de production* » [77]. Cette définition large inclut tous les chefs d'entreprises, propriétaires ou non, et plus largement les responsables d'organisations [19].

Pour la référence [92] l'entrepreneur est tout simplement celui qui «*entreprind de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque...* ». En sus, « *Il [l'entrepreneur] est l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports ; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de la production* » (Op. Cit. : 377)

Selon sa perception de l'industrie ainsi que de l'activité économique, J.B. Say, a proposé une typologie de protagonistes intervenant dans le processus économique en distinguant : le savant qui étudie les lois de la nature, l'entrepreneur qui exploite des savoirs du savant pour créer et lancer des produits utiles, et l'ouvrier qui travaille pour leurs comptes [102].

La référence [92] a procédé à une distinction concise entre la fonction d'entrepreneur et celle de bailleurs de fonds ou d'apporteur de capitaux. En fait, selon lui, les deux fonctions peuvent être confiées à la même personne.

Grâce à son expérience d'industriel et de banquier, J.B. Say a réalisé que l'entrepreneur organise, coordonne, dirige et contrôle les facteurs de production, pour créer des produits d'une utilité optimale. Toutefois, il confirme l'existence d'une prise de risques et d'un échec probable, qui peut accompagner les entrepreneurs industriels, même s'ils gèrent des

entreprises performantes. Conséquemment, l'entrepreneur peut mettre en jeu sa fortune, risquer son honneur voire même déshonorer ses engagements, en cas de banqueroute [104].

Il convient de souligner, au moins, une limite dans la conception de J.B. Say pour l'entrepreneur qui agit, selon lui, dans un univers certain. Autrement dit, les entrepreneurs répondent, généralement, aux impulsions d'un marché qui tend constamment vers un équilibre incontestable. Car, selon la loi de Say c'est l'offre qui crée sa propre demande, et par conséquent il a montré l'existence des forces qui ramènent régulièrement l'économie vers l'équilibre.

En outre, il paraît que Say a négligé voire même a omis le rôle trublion de l'entrepreneur et ses actions néfastes sur l'environnement. Cependant, il confirme que le bien-être d'une nation dépend de sa population active et notamment du dynamisme de ses entrepreneurs.

En résumé, au sens de Say, le rôle essentiel de l'entrepreneur est, en premier lieu, l'augmentation de la production, tout en laissant la quête du profit comme objectif annexe [77]. En conséquence, le profit constitue une indemnisation des talents de l'entrepreneur ainsi que de son degré de prise du risque, qui sont considérés comme des frais de production pour l'entreprise [3].

Si Richard Cantillon et J.B. Say ont été les pionniers quant à l'émergence et la genèse du concept de l'entrepreneuriat, c'est inévitablement à Schumpeter que revient le mérite de l'avoir développé.

### 2.3 JOSEPH SCHUMPETER (1883-19) : L'ENTREPRENEUR EST UN INNOVATEUR

Comme ses prédécesseurs, Schumpeter, dans son ouvrage paru en (1911) « *Théorie de l'évolution économique* », a mis l'entrepreneur au cœur de la dynamique économique où la règle est le changement [79]. Schumpeter construit une théorie de l'entrepreneur qui ne correspond pas à l'acception usuelle.

Selon la référence [19], l'entrepreneur Schumpetérien est tout simplement « *celui qui introduit et conduit l'innovation* ». En fait, il optimise l'usage et la combinaison des facteurs de production de sorte à innover au sein du processus économique. A son tour la référence [97], a constaté que la définition de l'entrepreneur tel que avancée par Cantillon est si importante ; car elle a marqué l'essor de l'avènement d'une théorie de l'entrepreneuriat qui a influencé plusieurs auteurs intéressés par ce phénomène. Cependant, selon Schumpeter, cette définition reste rudimentaire dans la mesure où elle a fait de l'action entrepreneuriale une fonction « *sui generis* » [3].

La référence [96] a fait une distinction succincte entre les personnages de l'entrepreneur et du capitaliste. Pour lui, l'entrepreneur est plutôt celui qui opte pour de nouvelles combinaisons des facteurs de production et non plus celui qui « *dirige une firme sur une ligne établie* » (Op. Cit. : 102), ou celui qui invente<sup>1</sup> (Op. Cit. : 103) ou qui supporte un risque financier (Op. Cit. : 104). Dans cette optique, il a fait une séparation claire entre le profit entrepreneurial, le salaire et l'intérêt, en admettant que le profit n'est que le surplus sur les coûts. Pour Schumpeter, l'innovation constitue la force motrice de tout développement économique ([53] ; [5]). Au sens de Schumpeter, c'est l'innovation qui caractérise le fait entrepreneurial [4].

“Entrepreneurship is a creative activity in which an individual identifies new paths, find new ways to satisfy, discovers and creates new wants, designs new technologies, and organisational structures and in many other ways reorders existing modes of life” [95]

Selon Schumpeter l'innovation doit être perçue dans un sens plus large ([79] ; [100]). Il distinguait à l'origine cinq formes d'innovation, à savoir :

- la fabrication et le lancement d'un nouveau produit ;
- l'introduction d'un nouveau procédé ou une nouvelle méthode de production ;

---

<sup>1</sup> Schumpeter a distingué l'invention, qui est purement une activité scientifique pas forcément stimulée par le progrès économique, et l'innovation. Selon lui, c'est rarement que l'entrepreneur peut être inventeur. En fait, l'inventeur développe une méthode ou un procédé que l'innovateur cherche à exploiter en vue la création de richesses. Cependant, l'innovation suppose une décision audacieuse, relative à l'optimisation de l'usage des ressources rares pour concrétiser l'invention. Il ressort de l'analyse de Schumpeter, l'existence de deux catégories d'entrepreneur notamment : « l'innovateur » et « l'imitateur ». L'imitateur est celui qui reprend l'innovation, la déforme et l'adapte selon le besoin du marché visé [102].

- l'utilisation d'une nouvelle source de matières premières ;
- l'ouverture de nouveaux débouchés ;
- l'introduction d'une nouvelle organisation de travail.

« L'impulsion fondamentale qui met et maintient en mouvement la machine capitaliste est imprimée par les nouveaux objets de consommation, les nouvelles méthodes de production et de transport, les nouveaux marchés, les nouveaux types d'organisation industrielle - tous éléments créés par l'initiative capitaliste. [...] » ([96] :106)

Il semble que la définition schumpétérienne de l'innovation n'est pas restrictive, du fait que, les 5 formes d'innovation susmentionnées représentent les différentes opportunités de profit présentes dans une économie capitaliste ([15] : 30).

Dans la conception Schumpetérienne du capitalisme, l'innovation menée par les entrepreneurs constitue, sur le long terme, le fait générateur de la croissance économique, même si cela impliquait une destruction de valeur (ou « ouragan perpétuel » selon Schumpeter) pour les entreprises jouissant d'une position concurrentielle dominante sur le marché.

« Les agissements de cette nature constituent, au milieu de l'ouragan perpétuel de simples incidents, souvent inévitables, qui encouragent, bien loin de le freiner, le processus d'expansion à long terme. Une telle affirmation n'est pas davantage paradoxale que celle consistant à dire : les automobiles parce qu'elles sont munies de freins roulent plus vite que si elles en étaient dépourvues » ([96] : 123)

Les entreprises qui ont dominé leurs marchés ont vu leurs bénéfices se réduire et leur domination disparaître avec l'avènement de concurrents ayant meilleures qualités et designs ou des faibles coûts de production. La « destruction créatrice » désigne le processus de disparition de secteurs d'activité conjointement à la création de nouvelles activités économiques.

« (...) L'histoire de l'équipement productif d'énergie, depuis la roue hydraulique jusqu'à la turbine moderne, ou l'histoire des transports, depuis la diligence jusqu'à l'avion. L'ouverture de nouveaux marchés nationaux ou extérieurs et le développement des organisations productives, depuis l'atelier artisanal et la manufacture jusqu'aux entreprises amalgamées telles que l'U.S. Steel, constituent d'autres exemples du même processus de mutation industrielle - si l'on me passe cette expression biologique - qui révolutionne incessamment de l'intérieur la structure économique, en détruisant continuellement ses éléments vieillis et en créant continuellement des éléments neufs. Ce processus de Destruction Créatrice constitue la donnée fondamentale du capitalisme : c'est en elle que consiste, en dernière analyse, le capitalisme et toute entreprise capitaliste doit, bon gré mal gré, s'y adapter. » ([96] : 107)

Joseph Schumpeter a fait de l'entrepreneur l'acteur essentiel du développement de l'activité économique en avançant une définition plus pragmatique dans laquelle la prise du risque devient une variable parmi d'autres de l'environnement [79]. De même, Schumpeter a mis l'accent sur le comportement entrepreneurial en adoptant la notion de leadership et pas celle de propriété [5].

Il est à noter que les économistes, Cantillon, Say et Schumpeter ont fait de l'entrepreneur, l'acteur principal du développement économique. En plus, de 1930 à 1975, l'entrepreneur industriel domine toujours l'activité et la théorie économique. De même, la concentration du capital industriel et la prédominance de la finance place l'entrepreneur au cœur de la scène économique [61].

En résumé, la référence [83] en s'inspirant de l'apport considérable de Cantillon, Say et Schumpeter, pensait que l'entrepreneur idéal doit remplir trois fonctions majeures :

- « C'est lui qui se charge de mobiliser les capitaux financiers afin d'en tirer profit, dont Knight dira qu'il est le fruit du risque et de l'incertitude » (Cf. [23]) ;
- Il se charge de mobiliser les ressources disponibles au sein de son organisation de manière à la rendre performante (Cf. [93]) ;
- « *Mais cette rentabilité ne peut être obtenue, en économie de marché, que si l'entrepreneur contribue à une rupture, par l'innovation, dans le circuit économique, contribuant ainsi à la dynamique de l'évolution économique* » [96].

Bien que, Cantillon, Say et Schumpeter aient dessiné les assises historiques de l'entrepreneuriat, ils constituaient les précurseurs d'autres économistes qui ont contribué à élucider et à scruter ce nouveau champ.

La référence [51] a défini l'entrepreneur comme la personne qui planifie et coordonne l'usage des ressources sur la base des informations pertinentes collectées. De même, il pensait qu'on peut valoriser le travail de l'entrepreneur en se basant, plutôt, sur les prix des produits de consommation, qu'en fonction des conditions de l'offre des divers facteurs de production

La référence [72] confronta le concept de l'incertitude face à la notion d'entrepreneur. Quant à lui, il a défini l'entrepreneur comme étant celui qui planifie les besoins, organise, dirige et contrôle la production. Selon lui, l'entrepreneur est celui qui prend des décisions dans un environnement turbulent et très incertain, tout en assumant les séquelles de ses décisions et en protégeant les membres de la firme contre l'incertitude. Knight proposa, en 1985, une distinction entre les concepts de risque<sup>2</sup> et d'incertitude dans son ouvrage : « *Risk, Uncertainty and Profit* ». Il admet que la fonction de l'entrepreneur dépasse largement celle de la confrontation de l'incertitude pour comprendre d'autres fonctions non moins importantes comme l'innovation et la gestion des conflits. Pour lui, le profit n'est qu'un revenu résiduel d'origine complexe qui dépend de l'incertitude absolue dans l'estimation de la valeur du jugement [3]. Les entrepreneurs, pour lui, gagneraient des profits comme rétribution d'avoir accepté l'incertitude ([68] ; [76]).

De sa part, la référence [80] réputé « néo-schumpétérien » préconisait que la théorie de la fonction de production qui est incomplète constitue l'un des entraves à la compréhension de l'entrepreneur. De même, il considère l'entreprise comme une organisation complexe composée d'individus ayant des objectifs conflictuels. Il a distingué deux aspects dans l'activité de la firme ; d'une part la routine qui concerne le management et d'autre part l'exceptionnel qui constitue la véritable fonction d'entrepreneur et qu'il baptise le « N-Entrepreneur ».

La référence [81] a développé la théorie de l'efficacité X, qui suppose que les entreprises dotées de la même technologie (facteur capital) et de la même combinaison de main d'œuvre (facteur travail) peuvent réaliser des performances inégales en termes de productivité et de qualité de produits finis. Il a précisé qu'il existe un facteur-x, outre que, les facteurs de production usuels (travail et capital) qui explique l'efficacité ou l'inefficacité des entreprises. Il considérerait la fonction d'entrepreneur comme une réponse réactive voire créative à l'inefficacité X, en notant que l'entrepreneur est le moteur de la croissance.

La référence [70] comme ces prédécesseurs de l'école autrichienne à l'instar de Joseph Schumpeter, Von Mises et Murray Rothbard qui se sont intéressés à l'entrepreneur, il a mis en exergue le rôle de l'entrepreneur dans le marché et dans la production. De même, la référence [71] préconisait à l'entrepreneur une mission indispensable dans l'un des processus clés du marché notamment l'ajustement des prix. Il a mis l'accent sur l'activité de l'entrepreneur et sa capacité à trouver des solutions face à des situations de déséquilibre par : la mise en communication des marchés et l'arbitrage<sup>3</sup>.

Enfin Casson, dans son ouvrage « *The entrepreneur an economic theory* » paru en 1982, a mis l'accent sur le rôle de l'entrepreneur quant à la coordination des ressources et des facteurs de production et son optimisation pour la prise de décision. L'entrepreneur serait, pour lui est un spécialiste de la prise de décision là où d'autres personnes, suite à un accès inégal à l'information, opteraient pour d'autres stratégies. Casson estimait que les meilleurs entrepreneurs sont ceux qui investissent des terrains pour la promotion sociale susceptibles d'attirer d'autres personnes en manque d'opportunités. D'ailleurs, il affirme qu'il est difficile d'avancer une définition universelle de l'entrepreneur ainsi que de son rôle et se rend compte de l'ambiguïté qui entache ce concept chez les différents auteurs [3].

En synthèse, l'apport des économistes au champ de l'entrepreneuriat est très important car il donne une base historique à ce phénomène et tend à dégager deux facettes de l'entrepreneur [10] et lui attribuer quatre rôles dans la vie économique [74]. Les deux facettes sont celles de l'entrepreneur-organisateur de l'activité économique et de l'entrepreneur-innovateur. L'entrepreneur joue quatre rôles fondamentaux dans la vie économique. En fait, l'entrepreneur est assimilé à un :

1. « risk-taker » ou « risk manager » (Cf. [23], [92], [72])
2. « innovator » (Cf. [96]).
3. « alert seeker of opportunities » (Cf. [51], [87], [70])
4. « coordinator of limited resources » (Cf. [28]).

---

<sup>2</sup> Selon Knight, le risque concerne une situation où les possibilités de l'avenir sont connues et probabilisables. Contrairement à l'incertitude qui désigne une situation obscure où l'on ignore tout. Il préconisait des situations risquées dont la distribution de probabilité des cas possibles n'est pas connue et des situations incertaines dont les cas possibles ne sont même pas connus. L'incertitude knightienne représente, en fait, une situation où non seulement l'avenir n'est pas connu, mais il ne peut l'être.

<sup>3</sup> La conception de Kirzner est très proche de celle de Cantillon pour qui, l'entrepreneur jouait un arbitrage sur la différence des prix, selon la localisation des marchés. En effet, l'entrepreneur va exercer le flair et son intuition via des arbitrages sur les opérations d'achat et de vente. Il va tenter de satisfaire les demandeurs insatisfaits et frustrés en utilisant les biens et les services existant sur les marchés, et par conséquent il décrochera le profit.

Bien qu'il soit né et allaité au sein de la pensée et de la théorie économique, l'entrepreneuriat doit aussi, son engraissement aux sciences de gestion et à la pensée managériale. En fait, plusieurs chercheurs confèrent l'incapacité de la théorie économique d'appréhender l'entrepreneur du fait que le comportement humain ne se prête pas aux postulats de la rationalité sur lesquels cette théorie est fondée. D'ailleurs, il est judicieux de scruter l'apport des écoles de pensées managériales et leurs contributions pour la définition de l'entrepreneur.

### 3 EVOLUTION DU CONCEPT DE L'ENTREPRENEUR SELON LES ÉCOLES DE PENSÉES EN ENTREPRENEURIAT

La référence [32] décrit six (6) courants ou écoles de pensées en entrepreneuriat à savoir :

1. "Great person school of Entrepreneurship" ou l'école du «grand homme» ;
2. "Psychological Characteristics School of Entrepreneurship" ou l'école des caractéristiques psychologiques ;
3. "Classical school of Entrepreneurship" ou l'école classique centrée sur les processus d'innovation ;
4. "Management school of Entrepreneurship" ou l'école du management ;
5. "Leadership school of Entrepreneurship" ou l'école du leadership ;
6. "Intrapreneurship school of Entrepreneurship" ou l'école de l'intrapreneuriat.

#### 3.1 L'ÉCOLE DU "GRAND HOMME" "GREAT PERSON SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP"

L'école du «grand homme» ou dite "*Great person school of Entrepreneurship*" considère les grands entrepreneurs comme des hommes exceptionnels ayant des capacités intuitives innées voire instinctives qui les distinguent aux autres ([32]: 46). Ils ont besoin des qualités de grands leaders pour réussir. Ces entrepreneurs sont enclins envers l'indépendance et sont caractérisés par la persévérance, la fermeté, le dynamisme, l'énergie, et l'accomplissement de soi.

Les premiers grands entrepreneurs sont des "pionniers" voire des entrepreneurs "héroïques". Ils ont façonné les appareils industriels, par leurs décisions et leur comportement initiateur. Ces entrepreneurs ont marqué l'histoire économique et ont personnalisé leurs entreprises, lesquelles prennent les noms de Henry Ford, A. Citroën, L. Renault, J. Rockefeller, E. Schneider, etc. L'entrepreneur inné est doté d'un «sixième sens» et d'une grande habilité instinctive et intuitive à entreprendre [40].

Cette école s'est positionnée autour du paradigme des traits [61]. L'apport de ce paradigme dans le champ de recherche en entrepreneuriat est très limité et ce, vu qu'il a élucidé les différents portraits-robots récurrents des héros-entrepreneurs réussis. En ce sens, les entrepreneurs sont issus le plus souvent de familles dans les affaires [47]. De ce fait, ils sont perçus comme des modèles à imiter (Diochon et ali., 2001).

#### 3.2 L'ÉCOLE DES CARACTÉRISTIQUES PSYCHOLOGIQUES OU "PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP"

L'école des caractéristiques psychologiques a été l'école la plus dominante. Elle cherche à élucider les liens entre certains traits psychologiques (les attitudes, les valeurs,...etc.) et l'action entrepreneuriale. On note parmi ces caractéristiques le besoin de réalisation de soi, d'autonomie, de prise de risques, de contrôle...etc. Les adeptes de cette école pensent que les entrepreneurs posséderaient déjà, ces traits psychologiques et ces valeurs et on ne peut pas les former pour être entrepreneurs [9].

Cette école est la plus critiquée aujourd'hui et ce, parce que les traits psychologiques analysés ne semblent pas faire la distinction entre un entrepreneur et un excellent dirigeant. De même, les traits psychologiques testés ex-post à l'action entrepreneurial ne rendent pas compte de ce qu'est l'individu avant cette action. Par conséquent, ces traits ne sont pas représentatifs de ce qui pourrait devenir entrepreneur [109]. En sus, selon la référence [109], les tests psychologiques ne peuvent, en aucun cas, prédire l'action d'un entrepreneur, dans la pratique, dans une situation réelle. De même, les attributs psychologiques étudiés sont relativement superficiels et ne traduisent pas la complexité du psychisme humain et de l'entrepreneuriat. En plus, le paradigme cognitiviste derrière ces approches psychologiques élimine une bonne partie de la réalité psychique des entrepreneurs [9].

L'approche par les traits a plusieurs adeptes dans le domaine de l'entrepreneuriat [24] et elle considère l'entrepreneur comme un individu doté par des traits psychologiques qui l'orientent [40]. En effet, les auteurs s'accordent sur le fait que les entrepreneurs font preuve d'une grande motivation et de fermeté. Plusieurs recherches confirment l'importance de la dynamique psychosociologique dans la vulgarisation de l'action entrepreneuriale [86]. En bref, cette école met l'accent sur les compétences de l'entrepreneur et ses capacités psychologique et comportementale à atteindre ses objectifs déterminant son identité.

### 3.3 L'ÉCOLE CLASSIQUE OU "CLASSICAL SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP"

L'école classique s'intéresse essentiellement à la détection des opportunités, à l'innovation et à la création d'une nouvelle organisation. Sa définition de l'entrepreneuriat est centrée sur l'exploitation d'une opportunité, la prise de risque, la créativité et l'innovation ([32], p. 51). Cette école perçoit la créativité comme un phénomène qui est souvent associé à des comportements antisociaux et que l'entrepreneur est stimulé par ses besoins strictement personnels faisant abstraction des réactions des autres [8].

Cette école se positionne autour de trois paradigmes notamment : le paradigme de l'innovation, de l'opportunité d'affaires et celui des processus entrepreneuriaux. Le premier paradigme de l'innovation étant le plus ancien et doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter. Ce dernier, qualifie l'entrepreneur-innovateur de destructeur-créditeur qui lance de nouveaux business models ou produits sur les marchés et qui remplacent les anciens. De même, la référence [38], l'un des partisans de cette école considère que l'entrepreneur devrait occuper deux fonctions essentielles notamment : le marketing et l'innovation, car selon lui : « *Le marketing et l'innovation produisent des résultats, le reste n'est que dépenses* ». Toutefois, d'autres auteurs sont adeptes du paradigme de l'opportunité d'affaires (Mises, Hayek et Kirzner) et du paradigme des processus ([99] ; [101] ; [21]).

Bref ! Selon cette école, l'innovation constitue la pierre angulaire de l'action entrepreneuriale et que l'entrepreneur doit disposer d'une grande capacité à innover et à être créatif [40].

### 3.4 L'ÉCOLE DE MANAGEMENT OU "MANAGEMENT SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP"

L'école du management est centrée sur les qualités indispensables de l'entrepreneur pour bien gérer sa propre nouvelle entreprise (planification, organisation, direction, contrôle). Elle se base sur la concrétisation des opportunités d'affaires. Selon la référence [40], les auteurs déjà cités parmi les adeptes de l'école classique, appartiennent également à ce courant à savoir : Stevenson, Jarillo, Gumpert, Bygrave, Hofer. De même, les chercheurs en stratégie et politique général ainsi que ceux qui se positionnent sur les approches par les processus sont aussi imprégnés dans cette école ([21] ; [94]). En effet, les processus entrepreneuriaux s'expliquent comme « *toutes les fonctions, activités ou actions associées à la perception des opportunités et à la création d'une organisation pour les développer* » ([21] : 14). En sus, il va de soi, de signaler l'apport indéniable de l'économiste Mark Casson, à cette école, notamment dans son ouvrage « *l'entrepreneur : une théorie économique* » paru en (1982) ; dans la mesure où il a mis en scène l'entrepreneur en tant que véritable spécialiste qui prend de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares [44].

Le management stratégique en tant que domaine de recherche s'est progressivement déplacé de l'étude des fonctions du management vers l'analyse des processus stratégiques au sein des organisations. Selon la référence [44], l'entrepreneuriat, en tant que champ d'étude, est considéré comme une sous discipline de la stratégie et du management stratégique, qui a connu une migration des centres d'intérêt des chercheurs, jadis, portés sur les caractéristiques de l'entrepreneur vers la description des processus entrepreneuriaux.

### 3.5 L'ÉCOLE DE LEADERSHIP OU "LEADERSHIP SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP"

L'école du leadership perçoit évidemment l'entrepreneur comme un leader qui dirige des hommes en utilisant son autorité et son pouvoir et ce, en vue d'atteindre les objectifs qu'il a dessinés à son organisation. Dans cette perspective, la référence [41] a présenté les techniques employées par les entrepreneurs en vue de mettre en pratique leur leadership ainsi que les difficultés personnelles qu'ils affrontent dans ce domaine [9]. Selon la référence [32], cette école constitue l'aspect non technique de l'école du management. L'entrepreneur doit être considéré, aux dires de ces auteurs, comme un « *people manager* » ou un « *leader / monteur* » jouant un rôle d'incitation, de pilotage et d'animation de son personnel.

*"The entrepreneur must be a leader, able to define a vision of what is possible and attract people to rally around that vision and transform it into reality"* (Op. Cit. : 52).

Le concept de vision de l'entrepreneur leader a été développé par la référence [12]. En ce sens, la référence [41] perçoit l'entrepreneur comme « *une personne imaginative, caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. C'est une personne qui imagine, développe et réalise des visions* ».

### 3.6 L'ECOLE DE L'INTRAPRENEURIAT "INTRAPRENEURSHIP SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP"<sup>4</sup>

L'école de l'intrapreneuriat a vu le jour pour faire face au manque d'innovation des organisations. Conséquemment, plusieurs d'entre elles se sont lancées à modéliser les comportements intrapreneuriaux de leurs personnels en vue d'ancrer leur position concurrentielle grâce à l'innovation [3]. C'est en 1975, que le nouveau concept d'intrapreneur est utilisé pour la première fois, en Suède. En fait, trois consultants suédois, en 1979, ont créé «l'Ecole des intrapreneurs» qui proposait aux entreprises un programme de formation devant les aider à créer un climat propice à l'innovation et à des conditions permettant de mettre à profit les bonnes idées des employés [25].

La référence [82] a profusément exigé la nécessité d'une révolution dans la mentalité des entreprises zélées par l'innovation. Il considère que l'entreprise qui cherche la performance et la compétitivité doit obligatoirement se doter de tous les potentiels disponibles pour fusionner et canaliser les énergies entrepreneuriales de leurs employés.

Il va de soi, que le phénomène de l'intrapreneuriat doit, son engouement à l'ouvrage de Gifford Pinchot, paru en 1985, sous le titre : « *intrapreneuring: why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur* ». La référence [88] a fait de l'intrapreneuriat un domaine de recherche porteur de développement et à inciter les organisations privées et publiques à prendre les mesures adéquates pour exhorter l'éclosion d'initiatives intrapreneuriales. Gifford Pinchot et sa femme Elisabeth Pinchot, déploient le concept de "corporate entrepreneur", qu'ils abrègent en "intrapreneur". Leur modèle apporte des outils de gestion permettant à des entrepreneurs à l'intérieur de l'organisation de se lancer dans une ou plusieurs actions créatives en bénéficiant d'une autonomie, d'une marge de manœuvre et de moyens suffisants. L'idée originale de ce modèle réside dans la façon de gérer la continuité du développement de projets. Un peu comme les entrepreneurs qui créent un capital pour faire vivre leur entreprise, l'idée de Pinchot est de prévoir un système "d'intracapital", c'est à dire un capital financier au sein de l'entreprise, pour permettre à l'intrapreneur de se lancer dans de nouveaux projets.

L'intrapreneuriat peut également représenter une initiative émanant d'un subordonné. Ceci poursuit l'idée de Pinchot qu'il faut tenir compte et même inciter ces idées nouvelles venues des employés. De même, la référence [43] a considéré, même, l'intrapreneuriat comme facteur clé de succès, et que seules les entreprises intrapreneuriales qui pourront survivre dans un environnement rival et concurrentiel.

Cet engouement pour l'intrapreneuriat durant les vingt dernières années a exhorté plusieurs chercheurs intéressés au phénomène de mener des études et réflexions en la matière.

La référence [25] disait que le discours sur l'intrapreneuriat est qualifié comme «polyphonique». Elle ajoutait, aussi, que le concept d'intrapreneur « demeure entouré de beaucoup d'ambiguïté (...) [et que] on finit par ne plus savoir à quoi on fait référence exactement lorsqu'on parle de l'intrapreneuriat » (Op. Cit. : 64).

Cependant malgré, l'absence d'une définition qui a fait l'unanimité des chercheurs, la majorité des auteurs s'accordent que l'intrapreneuriat est assimilée à la manifestation de caractéristiques entrepreneuriales notamment de celles liées à l'innovation et à la prise d'initiatives et de risque, chez les salariés d'une organisation privée ou publique [65]. Dans le même sens, la référence [25] affirme que «l'intrapreneuriat pourrait être vu comme une forme particulière de l'entrepreneurship au sens où les deux concepts font référence à des comportements, des processus et des ensembles de traits de personnalité analogues.»

D'ores et déjà, les organisations privées et même publiques -en l'occurrence les universités- doivent prendre les mesures appropriés pour encourager l'éclosion d'initiatives intrapreneuriales et par conséquent l'incitation à l'action d'intrapreneur.

En 1991 Camille Carrier, réputée pionnière, s'est intéressé pour la première fois sur l'intrapreneuriat en contexte de PME. Auparavant, certains chercheurs laissent penser que l'intrapreneuriat est uniquement l'affaire des grandes entreprises. Cependant Carrier a démontré que même les PME avaient besoins d'intrapreneurs.

---

<sup>4</sup> La distinction entre « entrepreneurship » et « intrapreneurship » est aussi simple. En fait, L'entrepreneurship ou entrepreneuriat, traite de la création ou la reprise d'organisation ainsi que du processus par lequel de nouvelles organisations viennent à exister [46]. Alors que l'intrapreneuriat, traite le développement à l'intérieur d'une organisation existante d'une innovation initiée et mise en œuvre par un de ses membres [19].

Les années 90 ont vu un engouement considérable des chercheurs menant des études de terrain sur les activités intrapreneuriales. Cinq catégories d'intrapreneuriat sont déterminées notamment : administratif, opportuniste, imitatif, acquisitif et incubatif. Cependant, malgré leurs divergences, les chercheurs en intrapreneuriat s'accordent sur le fait que l'intrapreneur est un salarié disposant d'un profil entrepreneuriale, et qui entreprend au sein de l'organisation où, il travaille. En fait, l'intrapreneur est défini comme étant « un salarié à conduite entrepreneuriale ». De même, la référence [56] a avancé que, l'intrapreneuriat est simplement « l'entrepreneuriat au sein d'une organisation existant. ».

De sa part, la référence [3] a identifié une typologie qui nous semble assez importante des intrapreneurs au sein des organisations à savoir : intrapreneur encadré, intrapreneur réservé, intrapreneur confirmé et intrapreneur hardi. Dans le même sens, d'autres notions ont été employées dans la littérature comme synonymes de l'intrapreneur, notamment les termes de quasi-entrepreneur, d'entrepreneur salarié, de salarié dynamique, de Champion de projet.

Ainsi, c'est en incitant l'initiative privée des employés et les laissant travailler librement, tout en les «rendant alertes face aux opportunités», que l'innovation viendra systématiquement. Toutefois, les grandes organisations mécanistes et bureaucratiques ont du mal à créer un climat entrepreneurial et à inciter la prise d'initiative par leurs personnels en vue de poursuivre leurs idées innovatrices. Malheureusement, les gestionnaires sont plus souvent enclins à protéger le statu quo de ces organisations qu'à prendre des risques inhérents à l'innovation.

Nous pouvons récapituler la contribution des différentes écoles de pensées de management ainsi que les principaux auteurs qui ont concouru à élucider le concept de l'entrepreneur dans le tableau suivant :

**Tableau 1 - La perception de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée<sup>5</sup>**

Ecole de pensée	Perception de l'entrepreneur	Principaux auteurs
<b>École « innéiste » ou du « grand homme »</b>	L'entrepreneur est un être exceptionnel doté d'un «sixième sens» et d'une grande habilité instinctive et intuitive à entreprendre. Il est caractérisé par la recherche d'indépendance et est caractérisé par la persévérance, la fermeté, le dynamisme, l'énergie, et l'accomplissement de soi.	Garfield (1986); Hughes (1986); Silver (1985)
<b>École des caractéristiques psychologiques</b>	L'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques (valeurs, attitudes, besoins...etc.) que l'on décrit autant par la personnalité, que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.	Brockhaus, Horwitz (1986) ; Shaver, Scott (1991) ; Carland et ali. (1984) ; McClelland (1961); McClelland, Winter (1969) ; Kilby (1971)
<b>École classique</b>	L'innovation est la spécificité fondamentale de l'action entrepreneuriale. L'entrepreneur doit justifier une large capacité de créativité et d'innovation.	Scumpeter,1935 ; Druker, 1985; Mises, 1985; Kirzner, 1985; Stevenson & Jarillo, 1990; Stevenson, Gumpert, 1985; Bygrave & Hofer, 1991.
<b>École du management</b>	L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et s'efforce de les concrétiser en faisant recours aux techniques propices de management.	Shapiro & Sokol, (1982) ; Bygrave et Hofer (1991) ; Bygrave, 1994
<b>École du leadership</b>	L'entrepreneur est un leader qui dirige des hommes en utilisant son autorité et son pouvoir et ce, en vue d'atteindre les objectifs qu'il a dessiné à son organisation. Il est également un « people manager » jouant un rôle d'incitation, de pilotage et d'animation de son personnel.	Merrill et Sedgwick, 1994 ; Whitford, 1995; Filion, 1988 ; Osborne, 1991
<b>École de l'intrapreneuriat</b>	L'intrapreneur est un entrepreneur qui intraprend au sein de l'organisation qui l'embauche sans pour autant la quitter. Il utilise des compétences entrepreneuriales en développant des unités indépendantes en vue de créer de nouveaux marchés ou de nouveaux produits.	Macrae (1982) ; Pinchot (1985) ; Zaleznik, 1987; 1988) ; Carrier (1994) ; Stopford et Baden-Fuller, (1994) ; Filion (1999)

<sup>5</sup> Ce tableau a été construit à partir d'éléments proposés par les références [32], [40], [44], [102]

Contrairement à la référence [32], la référence [91] distingue une classification des écoles de pensées en 5 courants à savoir ; l'école économique, l'école des traits psychologiques, l'école classique axée sur la recherche d'opportunité, l'école managériale portant sur l'exploitation des opportunités et en fin l'école intrapreneuriale.

La référence [19] a mis en exergue dans sa thèse, les variables privilégiées par chaque école de pensée tout en s'inspirant du modèle 3 E proposé par Robert Paturol notamment : l'Environnement, l'Entrepreneur et l'Entreprise créée. Selon lui, les chercheurs en entrepreneuriat se positionnent dans un courant en fonction de leurs disciplines : les économistes industriels s'intéressent à l'entreprise dans son environnement, les psychologues à l'entrepreneur, les statisticiens, géographes et démographes à l'entreprise créée et les gestionnaires aux processus [44].

#### **4 PANORAMA DES COURANTS DE RECHERCHES SUR L'ENTREPRENEUR**

Selon la référence [3], les chercheurs dans le champ de l'entrepreneuriat se trouvent confronté inéluctablement dans leurs travaux à une panoplie de questions : où s'arrête le champ ? Sur quoi doivent-ils focaliser leur attention ? Doivent-ils s'intéresser à la personne, à son œuvre ou aux deux à la fois ? De même, la référence [37] a proposé une structuration de la recherche en entrepreneuriat, basée sur trois projets à savoir : nomothétique, épistémologique et édiographique. La référence [11] a déterminé trois niveaux de recherche et d'analyse en entrepreneuriat notamment : disciplinaire, praxéologique et épistémologique. Pour la référence [55] la structuration de recherche dans ce champ est fondée sur le fondamentalisme, la contingence et les processus.

La référence [104] a réalisé que les recherches en entrepreneuriat évoluent dans deux sens. La première se penche sur une approche déterministe portant sur l'étude des traits de la personnalité de l'entrepreneur alors que la seconde vise une approche comportementale se basant sur l'analyse du processus entrepreneurial comme aboutissement de l'action d'un entrepreneur.

La référence [34], de sa part, distingue trois voies de recherche privilégiée par les chercheurs en entrepreneuriat notamment : l'entrepreneur, l'action entrepreneuriale et le contexte entrepreneurial. Cependant, la référence [99] propose aussi, une catégorisation des recherches en entrepreneuriat dans trois pistes de questionnement à savoir : «What ? Why ? How?». En effet, le triptyque Qui/Pourquoi/Comment constitue trois approches distinctes de recherches : l'approche fonctionnelles (What/Quoi) poursuivie par les économistes, l'approche centrée sur les individus (Why/Who ; Qui/Pourquoi) des chercheurs en sciences du comportement et l'approche processuelle (How/Comment) des gestionnaires.

En se basant sur la revue de la littérature des recherches conduites dans le champ de l'entrepreneuriat nous pouvons opter pour la synthèse qui suit, et qui récapitule le positionnement des chercheurs sur les courants de pensées de ce phénomène. En effet, les recherches menées dans la matière, s'articulent autour de l'un des courants suivants : l'histoire entrepreneuriale, socioculturel, cognitif, praxéologique, déterministe, typologique et behavioriste.

##### **4.1 LE COURANT DE L'HISTOIRE ENTREPRENEURIALE**

L'apport de ce courant est considérable au champ en se basant sur deux approches différentes : une approche sociologique se basant sur les irréversibilités et les changements discontinus subis et une approche économique portant sur la recherche des lois pour expliquer et prédire les faits.

L'entrepreneuriat est perçu comme étant l'optimisation de l'utilisation des facteurs de production pour la fabrication des biens économiques. Les décisions managériales des entrepreneurs sont dues à des mesures psychologiques et des mutations incertaines de l'environnement.

Arthur Cole (1942, 1965) a conduit des travaux pionniers au Centre de Recherche sur l'Histoire Entrepreneuriale créé à Harvard. En ce sens, L'histoire de l'entrepreneuriat concerne plusieurs disciplines et non seulement l'histoire et l'économie, à l'instar la psychologie, l'anthropologie, la sociologie...etc.

Selon la référence [17], le rôle joué par l'entrepreneuriat dans l'histoire de la pensée économique est assez compliqué. En effet, ils ajoutent que le comportement entrepreneurial entant qu'objet d'étude nécessite d'aller au-delà des limites du réductionnisme économique. L'entrepreneuriat devrait être perçu et compris via le paradigme de l'action collective. En effet, l'émergence et la construction de l'action collective devrait être prise en considération sous l'angle du paradigme du projet. (Op Cit.).

### 4.2 LE COURANT SOCIOCULTUREL

Selon les adeptes de ce courant de recherche, l'entrepreneur est perçu comme le vecteur du changement social (Barth, 1967). En plus, les activités diversifiées et complexes de l'entrepreneur industriel sont soit consolidées ou inhibées par les facteurs de structure social et culturel ([69]. De même la référence [94] situe son analyse au niveau des facteurs qui entravent l'action entrepreneuriale. Ils ont modélisé le phénomène de l'entrepreneuriat en se référant à la Théorie de Comportement Planifié (TCP). La TCP trouve son origine dans la théorie de l'action raisonnée. Leurs travaux retracent les comportements entrepreneuriaux intentionnels influencés par une « norme subjective » [1]. Cette dernière, s'explique par la pression sociale perçue par un individu pour adopter ou non un comportement déterminé. En ce sens, le comportement d'un individu est influencé par les « référents » qui représentent les personnes importantes de son entourage. Donc, lorsqu'un individu croit que son entourage pense qu'il doit opter pour un comportement souhaité, et s'il est motivé à se conformer aux attentes de son entourage, alors sera plus grande son intention d'adopter le comportement convoité. En conséquence, ces deux éléments contribuent à la concrétisation du comportement entrepreneurial et ce, conformément à la notion de désirabilité utilisée par la référence [94].

Ce courant de recherche a contribué à :

- la reconnaissance de l'opportunité comme variable entrepreneuriale ;
- élucider les comportements sociaux comme en termes d'allocation du temps et des ressources ;
- l'étude des caractéristiques sociales qui influencent l'action entrepreneuriale ainsi que l'impact du contexte social sur les décisions entrepreneuriales.

### 4.3 LE COURANT COGNITIF

La recherche sur les construits cognitifs des entrepreneurs n'est pas récente. En fait, la référence [7] a rejeté la thèse qui stipule que les entrepreneurs sont différents des autres personnes en terme de traits de personnalité. En ce sens, plusieurs chercheurs ont tenté d'analyser les mécanismes cognitifs des entrepreneurs comme : la pensée réflexive, l'infusion affective, etc.

Les entrepreneurs sont soumis aux erreurs cognitives puisqu'ils opèrent dans une situation d'incertitude qui exacerbe le biais. C'est pour cette raison, plusieurs chercheurs ont eu recours à la cartographie cognitive en vue d'aider les entrepreneurs à mieux comprendre leurs visions stratégiques [30].

L'utilisation de la cartographie cognitive dans le champ de l'entrepreneuriat a fait l'objet de peu d'études empiriques [27]. Cette dernière conduit à une meilleure compréhension de l'univers cognitif des individus (acteurs, accompagnateurs, entrepreneurs, dirigeants, etc.) et s'avère importante pour comprendre l'influence des neuf volets de management de projet sur la conduite de l'action entrepreneuriale. Cette approche peut en premier lieu être considérée comme une technique d'aide à la décision et un outil de communication [30]. Elle est utile pour problématiser un fait social, le communiquer et décider dans les organisations. Il s'agit alors d'une méthode permettant au chercheur d'identifier les représentations des sujets qu'il étudie sur une thématique ou une problématique particulière. La carte cognitive est de ce fait la représentation graphique qui en résulte [31].

### 4.4 LE COURANT PRAXÉOLOGIQUE

La référence [38] est le principal auteur de ce courant. Il a fait de l'innovation sociale la pierre angulaire de l'entrepreneuriat. En ce sens, l'innovation n'est pas forcément d'ordre technique ou matériel, mais plutôt d'ordre social.

La démarche entrepreneuriale est pragmatique, car ses outputs sont des faits entrepreneuriaux qui traduisent les attentes des acteurs. C'est pour cette raison que l'entrepreneuriat relève de la praxéologie. Le courant praxéologique est caractérisé par une nouvelle orientation vers le développement des programmes de formation en entrepreneuriat et la conception des programmes pédagogiques consistant [107]. De même, il se focalise sur l'étude des difficultés rencontrées par les nouvelles entreprises créées ayant une portée praxéologique.

Le courant praxéologique intègre les actions entreprises par les entrepreneurs. En effet, ces actions sont expliquées par le positionnement de l'entrepreneur et de l'organisation créée ou impulsée vis-à-vis des concurrents et des parties prenantes diverses. De même, l'action entrepreneuriale exige un niveau cognitif permettant à une personne intentionnée à agir conformément à l'action convoitée et ce, à partir d'une idée et en détectant une opportunité d'affaires.

Plusieurs facteurs relatifs au porteur du projet influencent sur son passage à l'action entrepreneuriale notamment : ses émotions, son affectivité, son histoire, son style de vie, etc. En plus, l'entrepreneur peut confronter au réel ses actions en mobilisant sa réflexivité qui conduit vers la justification de la dimension praxéologique à travers ses intentions que ses motivations à agir. En ce sens, la praxéologie constitue une interface entre la vision stratégique de l'entrepreneur et sa réflexivité. De toutes les façons, l'entrepreneur est conscient de la perception de ses intentions ainsi que de ses motivations d'action et ce, en fonction des ressources qu'il mobilise.

#### 4.5 LE COURANT DETERMINISTE OU DES TRAITS

Le courant déterministe, ou approche des traits "trait approach" a été initié par Gartner en 1988. Il rassemble les recherches portant sur l'identification des caractéristiques personnelles des entrepreneurs. En ce sens, l'entrepreneur est perçu comme un acteur dont il faut identifier ses motivations, ses caractéristiques psychologiques, ses traits de personnalité, ses caractéristiques sociodémographiques, ses habiletés, ses réseaux sociaux et son rôle d'innovateur dans l'économie. L'objectif de ce courant est de déterminer un profil robot de l'entrepreneur.

Selon la référence [61], l'apport de ce courant de recherche en entrepreneuriat est limité et désuète. En effet, les différentes recherches et études menées ont mis en exergue les limites de ce courant. En effet, les chercheurs n'ont pas pu identifier le profil type de l'entrepreneur et les études empiriques allant dans ce sens sont peu concluantes [34]. En plus, il n'y a pas des caractéristiques idéales propres à l'entrepreneur ; même si ce dernier évolue dans un environnement adéquat permettant d'accroître son ambition et son déterminisme entrepreneurial.

Ce courant de recherche répondant à la question «Qui est l'entrepreneur?» reste peu utilisé par les chercheurs, sauf dans le cadre de la description des changements importants subis par l'entrepreneur dès le lancement de ses affaires. Ces changements sont liés à une modification plus ou moins importante du statut de l'entrepreneur, de sa résidence, de son métier, etc.

#### 4.6 LE COURANT TYPOLOGIQUE

Les entrepreneurs sont largement influencés par leur environnement immédiat où ils évoluent et reproduisent explicitement ou implicitement ses caractéristiques internes qu'externes. Les recherches menées sur les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale, les carrières entrepreneuriales, et le rôle de la famille ont contribué à la genèse de plusieurs typologies.

Le courant typologique vient compléter le courant déterministe ou des traits. Smith (1967) a proposé une typologie classique qui distingue deux types d'entrepreneurs notamment l'expérimenté «craftsman» et l'opportuniste «opportunistic». De même, une panoplie de typologies d'entrepreneurs est proposée dans la littérature de l'entrepreneuriat mais ne contribuant pas à déterminer un profil type voire scientifique de l'entrepreneur.

Il nous semble opportun de passer en revue les différentes typologies qui ont été avancées par les chercheurs en entrepreneuriat, intrapreneuriat et repreneuriat. Plusieurs auteurs ont proposé différentes typologies de l'entrepreneuriat. Toutefois, Peu de ces typologies sont issues d'une véritable analyse typologique, se sont surtout des vues de l'esprit. Elles sont plutôt issues de la réflexion des auteurs. Le parallèle avec la réalité n'est pas du tout évident.

Le tableau 2 illustre une synthèse des typologies entrepreneuriales.

Tableau 2 : Les typologies d'entrepreneurs, d'intrapreneurs et de repreneurs

Auteurs	Typologies d'entrepreneurs	Typologies d'intrapreneurs	Typologies de repreneurs
<b>GLUECK (1977)</b>	trois types de travailleurs autonomes : <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'entrepreneur,</li> <li>• le propriétaire-dirigeant de PME,</li> <li>• le dirigeant d'entreprise familiale.</li> </ul>		
<b>COLE (1942)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur pratique,</li> <li>• L'informé,</li> <li>• Le sophistiqué,</li> <li>• Le mathématiquement avisé</li> </ul>		
<b>COLE (1956)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur innovateur,</li> <li>• L'imitateur,</li> <li>• Le répétiteur.</li> </ul>		
<b>SMITH (1967)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur artisan,</li> <li>• L'opportuniste ou entrepreneur d'affaires</li> </ul>		
<b>COLLINS et MOORE (1970)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur administratif,</li> <li>• L'indépendant</li> </ul>		
<b>Shapero (1975)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le repreneur push</li> <li>• Le repreneur pull</li> </ul>
<b>LAUFER (1974)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur manager ou l'innovateur,</li> <li>• Le propriétaire orienté vers la croissance,</li> <li>• Le recherchant l'efficacité,</li> <li>• L'artisan</li> </ul>		
<b>GASSE (1978),</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur artisan,</li> <li>• L'entrepreneur d'affaires</li> </ul>		
<b>MILES et SNOW (1978)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur prospecteur,</li> <li>• L'innovateur,</li> <li>• Le suiveur,</li> <li>• Le réacteur</li> </ul>		
<b>VESPER (1980)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur travailleur autonome travaillant seul,</li> <li>• Le bâtisseur d'équipe,</li> <li>• L'innovateur indépendant,</li> <li>• Le multiplicateur de modèles existants,</li> <li>• L'exploitant d'économies d'échelle,</li> <li>• Le rassembleur de capitaux,</li> <li>• L'acquéreur,</li> <li>• L'artiste qui achète et vend,</li> <li>• Le constructeur de conglomerats,</li> <li>• Le spéculateur,</li> <li>• Le manipulateur de valeurs apparentes</li> </ul>		
<b>SCHOLLHAMMER (1980)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'intrapreneur administratif,</li> <li>• L'opportuniste,</li> <li>• L'imitatif,</li> <li>• L'acquisitif et</li> <li>• L'incubatif</li> </ul>	
<b>BIENAYME (1981)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repreneur remplaçant une direction défailante.</li> <li>• Repreneur restructurant l'entreprise par une modification substantielle de son portefeuille d'activités.</li> <li>• Repreneur démantelant l'entreprise.</li> </ul>

<b>DUNKELBERG et COOPER (1982)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur artisan,</li> <li>• L'orienté vers la croissance,</li> <li>• L'indépendant</li> </ul>		
<b>CASSON (1982)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur privé (propriétaire, dirigeant et spéculateur), de « corps constitués »,</li> <li>• L'entrepreneur politique,</li> <li>• Le révolutionnaire,</li> <li>• Le criminel</li> </ul>		
<b>KNIGHT (1983)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur artisan inventeur,</li> <li>• Le promoteur générateur d'entreprise,</li> <li>• Le gérant –général coordinateur</li> </ul>		
<b>ETTINGER (1983)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur indépendant,</li> <li>• Le créateur d'organisation</li> </ul>		
<b>STEVENSON et GUMPERT (1985)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur promoteur,</li> <li>• L'administratif</li> </ul>		
<b>TRIGANO et LAFOUGERE (1986)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Héritier</li> <li>• Salarié de l'entreprise.</li> <li>• Tiers</li> </ul>
<b>JULIEN et MARCHESNAY (1987)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur PIC (pérennité, indépendance, croissance) et</li> <li>• Entrepreneur CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)</li> </ul>		
<b>CARLAND, HOY et CARLAND (1988)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur et propriétaires de PME</li> </ul>		
<b>FILION (1988)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur bûcheron,</li> <li>• Le séducteur,</li> <li>• Le sportif,</li> <li>• Le vacancier,</li> <li>• Le converti,</li> <li>• Le missionnaire</li> </ul>		
<b>KOCHANSKI et KOMBOU (1988)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur explorateur mutant,</li> <li>• L'explorateur individualiste,</li> <li>• Le reproducteur,</li> <li>• L'entrepreneur,</li> <li>• Le reproducteur multiplicateur</li> </ul>		
<b>LAFUENTE et SALAS (1989)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur artisan,</li> <li>• L'orienté vers le risque,</li> <li>• L'orienté vers la famille,</li> <li>• Le managérial</li> </ul>		
<b>DAVIDSON (1989)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur,</li> <li>• Le manager,</li> <li>• Le propriétaire dirigeant</li> </ul>		
<b>SIEGEL (1989)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le repreneur astreint,</li> <li>• le repreneur « pro-actif »,</li> <li>• le repreneur «bidon»</li> </ul>
<b>GARTNER (1989)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'Entrepreneur,</li> <li>• Le propriétaire dirigeant</li> </ul>		
<b>MINER (1990)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur,</li> <li>• Le manager,</li> <li>• L'entrepreneur à forte croissance</li> </ul>		
<b>SMITH (1990)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur technicien,</li> <li>• Le manager</li> </ul>		
<b>CHELL et HAWORTH (1993)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur,</li> <li>• Le quasi-entrepreneur,</li> <li>• L'administratif,</li> <li>• L'attentionné</li> </ul>		

<b>SIU (1995)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur citoyen,</li> <li>• Le travailleur,</li> <li>• Le danseur,</li> <li>• L'idéaliste,</li> <li>• Le voltigeur</li> </ul>		
<b>COX et JENNINGS (1995)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le baron d'entreprise,</li> <li>• Le traditionaliste,</li> <li>• Le visionnaire et</li> <li>• Le coach d'équipe.</li> </ul>	
<b>AGEDE (1995)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repreneur souhaitant maîtriser seul les règles du jeu.</li> <li>• Repreneur souhaitant éviter le « syndrome du couperet »</li> <li>• Repreneur défendant une équipe et un produit.</li> <li>• Repreneur réalisant une plus-value.</li> <li>• Repreneur licencié.</li> </ul>
<b>DAIGNE (1995)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Commercial</li> <li>• Financier</li> <li>• Technicien</li> </ul>
<b>FILION (1998)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur opérateur,</li> <li>• Le visionnaire</li> </ul>		
<b>FAYOLLE (1996) 2001</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur manager (X),</li> <li>• Le technicien (Y),</li> <li>• Le super technicien (Z)</li> </ul>		
<b>JULIEN et MARCHESNAY (1996),</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur prospecteur,</li> <li>• L'innovateur,</li> <li>• Le suiveur,</li> <li>• Le réacteur.</li> </ul>		
<b>FAU (1997)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur propriétaire,</li> <li>• Le gestionnaire</li> </ul>		
<b>SAMMUT (1998)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur inexpérimenté mais adaptateur,</li> <li>• L'expérimenté mais prudent,</li> <li>• Le fougueux,</li> <li>• L'ambitieux mais raisonnable</li> </ul>		
<b>MARCHESNAY (1998)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur isolé,</li> <li>• Le nomade,</li> <li>• Le notable,</li> <li>• L'entreprenant</li> </ul>		
<b>BOUTILLIER et UZUNIDIS (1998)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur héroïque,</li> <li>• Le socialisé</li> </ul>		
<b>BOUHAOULA (1999)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur passionné,</li> <li>• L'indépendant,</li> <li>• Le gestionnaire,</li> <li>• Le patrimonial (conservateur)</li> </ul>		
<b>HILLAIRET 1999, (2000)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur audacieux,</li> <li>• Le passionné indépendant,</li> <li>• Le « self made man »,</li> <li>• L'idéaliste,</li> <li>• Le technicien,</li> <li>• L'industriel,</li> <li>• L'opportuniste</li> </ul>		
<b>BOUTILLIER et UZUNIDIS (1999)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur routinier,</li> <li>• Le révolutionnaire</li> </ul>		
<b>DUCHESNEAUT (1999)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur rebelle,</li> <li>• Le mature,</li> <li>• L'initié,</li> <li>• Le débutant</li> </ul>		

<b>TORRES (2000)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur local,</li> <li>• Le globe-trotter,</li> <li>• L'explorateur</li> </ul>		
<b>MARCHESNAY (2000)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur patron,</li> <li>• Le dirigeant,</li> <li>• Le demi-patron,</li> <li>• L'entrepreneur</li> </ul>		
<b>BEAUCOURT et LOUART (2000)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le quasi-entrepreneur,</li> <li>• L'entrepreneur salarié,</li> <li>• Le salarié dynamique,</li> <li>• Le para-subordonné</li> </ul>	
<b>BOUTILLIER et UZUNIDIS (2000), UZUNIDIS (2001)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entrepreneur technologique,</li> <li>• L'entrepreneur de proximité,</li> <li>• Le traditionnel ou routinier</li> </ul>		
<b>DESCHAMPS (2002)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancien salarié.</li> <li>• Ancien partenaire commercial.</li> <li>• Membre de la famille du cédant.</li> <li>• Actionnaire minoritaire.</li> <li>• Repreneur sans lien avec la cible.</li> </ul>
<b>ALLALI (2003)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'intrapreneur réservé,</li> <li>• Le confirmé,</li> <li>• Le hardi et</li> <li>• L'encadré</li> </ul>	
<b>ABDESSELAM, BONNET &amp; LE PAPE (2004)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repreneur non contraint.</li> <li>• Repreneur contraint mais inséré.</li> <li>• Repreneur non informé.</li> <li>• Repreneur non expérimenté et isolé.</li> </ul>
<b>VEGA &amp; KIDWELL (2007)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les incubateurs,</li> <li>• les bienfaiteurs,</li> <li>• les entrepreneurs et</li> <li>• les intéressés.</li> </ul>		
<b>FOLIARD (2008)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur pressé,</li> <li>• Le négociateur,</li> <li>• L'ancien chômeur hésitant,</li> <li>• Le dépité,</li> <li>• L'artisan,</li> <li>• Le prescrit, Le chef d'entreprise</li> <li>• L'ambitieux,</li> <li>• Le rêveur,</li> <li>• Le décalé,</li> <li>• Le timide.</li> </ul>		
<b>JAOUEN (2008)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les entrepreneurs carriéristes,</li> <li>• Les hédonistes,</li> <li>• Les paternalistes et alimentaires.</li> </ul>		
<b>GERAUDEL, JAOUEN, MISSONIER &amp; SALVETAT (2009)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repreneur prudent</li> <li>• Repreneur aventurier</li> <li>• Repreneur indifférent</li> </ul>

Il est évident qu'il n'existe pas une typologie unique pour classer tous les entrepreneurs. Au contraire, chaque cas est unique. Cependant, l'intérêt de la construction d'une typologie consiste à mieux élucider les systèmes de valeurs et de pensée et de faire le point pour déchiffrer les comportements des acteurs.

#### 4.7 COURANT BEHAVIORISTE OU DES FAITS

Le courant behavioriste ou comportemental ou des faits, ou tel que baptisé par Gartner (1988) « behavioral approach », considère l'entrepreneur comme la clé de voûte d'un processus entrepreneurial complexe. L'accent est mis sur les faits de l'entrepreneur ainsi que son comportement. En fait, l'entrepreneur se définit comme « *quelqu'un qui perçoit une opportunité et crée une organisation pour en tirer profit* » [21]. Il est également « *l'initiateur actif d'une nouvelle affaire qui prend la forme*

d'une nouvelle société : il y joue un rôle prépondérant pour le démarrage» [101]. De même, le processus entrepreneurial, concernant les activités ou actions reliées à la perception d'opportunités et à la création d'entreprise, constitue le tendon d'Achille de l'action entrepreneuriale [21]. En plus, la volonté et la motivation humaine constitue le point de départ du processus entrepreneurial : « *the essence of entrepreneurship is the entrepreneur* » (Mitton, 1989). L'entrepreneur réalise une séquence des faits qui aboutit à la création d'une organisation.

Ce courant de recherche considère l'entrepreneuriat comme un ensemble cohérent de comportements et d'attitudes de gestion plutôt qu'une fonction économique basée sur les traits de personnalité individuels [99]. De plus, le courant des faits cherche à répondre à la question «Quoi?» et contribue à expliquer les comportements des entrepreneurs. Il consiste à évaluer les compétences de l'entrepreneur à travers ses démarches et ce, par la réflexivité de ses faits entrepreneuriaux [103].

Le courant des faits entrepreneuriaux considère l'entrepreneur comme un manager d'une organisation qui cherche à chercher à optimiser les ressources dont il dispose en vue d'atteindre ses objectifs. En ce sens, l'entrepreneur est un individu rationnel cherchant une optimisation dans sa décision d'investissement et de mise en place de la nouvelle structure créée. Ce courant met l'accent sur les capacités entrepreneuriales et tient compte de la dimension praxéologique de l'entrepreneur.

Le tableau 3 résume le positionnement des chercheurs en entrepreneuriat à l'égard des différents courants de recherche en entrepreneuriat.

**Tableau 3 : Les courants de recherche de l'entrepreneuriat**

<b>Courant de recherche</b>	<b>Principaux auteurs</b>
<b>Courant de l'histoire entrepreneuriale</b>	Schumpeter, Cochran, Jenks, Wohl, etc. Aitken (1963) ; Livesay (1982) ; Albro (1982) ; Chandler (1988)
<b>Courant socioculturel</b>	Kilby (1971) ; Shapero et SoKol (1982); Belly (1990); Barth (1967); Rynolds (1991)
<b>Courant cognitif</b>	Barr, Stimpert, Huff (1992) ; Tony Buzan (1979) ; Caussette (1994) ; Bob Aubrey (1994); Baron, R. (1994)
<b>Courant praxéologique</b>	Druker (1985) ; Vesper (1985) ; Filon (1990) ; Mac Millan (1981)
<b>Courant déterministe ou des traits</b>	Gartner, 1988 ; Déry, Toulouse, 1995; Stevenson, Roberts, Grousbeck, 1993 ; Braden, 1977 ; Brockhaus, 1980 ; Collins et Moore, 1970 ; Cooper et Dunkelberg ,1981 ; 1982 ; Davids, 1963 ; Davidsson ,1988 ; DeCarlo et Lyons, 1979 ; Draheim, 1972 ; Durand, 1975 ; Ettinger, 1982 ; Filley et Aldag, 1962 ; 1974 ; 1975 ; Gill, 1985 ; Gomolka, 1977 ; Gould, 1969 ; Hisrich et O'Brien, 1981 ; Hornaday et Aboud, 1971 ; Howell, 1972 ; Hull, Bosley, Udell, 1980 ; Lachman, 1980 ; Laufer, 1974 ; Litzinger, 1965 ; McClelland ,1961 ; Mescon et Montanari, 1981 ; Schrage, 1965 ; Stanworth et Curran, 1976 ; Thorne et Ball, 1981 ; Wainer et Rubin, 1969 ; Welsch et Young ,1982
<b>Courant typologique</b>	Smith (1967) ; Shaver, Scott, 1991 ; Filion, 1997 ;
<b>Courant behaviorsite Ou des faits</b>	Roberts, Grousbeck, (1993) ; Sweeney (1982) ; Albert et Mougnot (1988) ; Bragard & al. (1987) ; Donckels (1984, 1989) ; Durand (1975) ; Hornaday et Bunker (1970) ; Lafuente et Salas, McClelland (1965) ; Mescon et Montanari (1981) ; Schrage (1965) ; Braden (1977) ; Bragard et al (1987) ; Fourcade (1985) ; Litzinger (1965) ; Mescon et Montanari (1981) ; Mitton (1989).

## 5 LES VOIES FUTURES DE RECHERCHE SUR L'ENTREPRENEUR

Il va sans dire que, la recherche en entrepreneuriat n'est pas figée, mais plutôt très dynamique. En ce sens, plusieurs nouvelles thématiques de recherche sont porteuses de développement. Nous pouvons classer la tendance actuelle en 4 courants de recherche notamment : le courant de l'éthique, le didactique, l'intra-organisationnel et l'extra-organisationnel.

## 5.1 LE COURANT DE L'ÉTHIQUE

L'éthique entrepreneuriale est un facteur fondamental qui a pris une grande importance à l'échelle internationale [56]. Elle constitue une des principales réflexions chez les entrepreneurs avant la phase de start-up des projets ou lors de démarrage d'une telle activité entrepreneuriale. Les entrepreneurs rencontrent aujourd'hui beaucoup plus des problèmes éthiques, car ils opèrent typiquement dans des environnements professionnels stressants et par conséquent ils ont du mal à mener une réflexion éthique.

Les entrepreneurs font des choix stratégiques et prennent des mesures qui touchent de nombreuses personnes ou organismes, sans aucune considération morale ni éthique. Il réclame aussi que les entrepreneurs sont confrontés à des problèmes éthiques complexes liés aux relations inter personnels et avec la clientèle, à l'honnêteté dans les communications et aux réseaux et techniques de distribution. En ce sens, il est clair que l'éthique est généralement liée avec les attitudes personnelles de l'entrepreneur ([48], p : 99).

Les valeurs personnelles des entrepreneurs peuvent influencer fortement leurs attitudes et leurs comportements vis-à-vis des problèmes éthiques qu'ils rencontrent. De même, la référence [50] indique que les caractéristiques personnelles particulières des entrepreneurs affectent leurs perspectives éthiques en matière d'entrepreneuriat social ou islamique. En effet, le choix fait par certains entrepreneurs pour se lancer dans des affaires conformes aux lois islamiques est basé sur leurs valeurs et éthiques islamiques.

Outre l'entrepreneur islamique, l'entrepreneur politique fait partie du champ des éthiques entrepreneuriales. En ce sens, le concept de l'entrepreneuriat politique se base essentiellement sur la dimension politique, qui consiste à proposer certaines solutions à un problème donné ainsi que d'organiser et mobiliser l'action collective autour de l'alternative retenue [39]. A titre d'exemple, si nous prenons le cas du maire élu qui tire sa légitimité auprès de la population locale pour qui elle a voté ; c'est tout à fait normal qu'il doive avoir le souci permanent de la résolution de ses problèmes. Toutefois, le concept de l'entrepreneur politique connaît de nos jours un réel regain d'intérêt avec les sciences de gestion notamment avec l'avènement du Nouveau Management Public (NMP) et de la bonne gouvernance publique à l'échelle locale et nationale. Dans cette perspective, le maire entrepreneur politique (MEP) est défini comme un acteur local coopératif qui entreprend des actions limitées dans le temps et dans l'espace. En ce sens, il joue un rôle constructif et innovant à l'échelle locale et régionale. Aussi l'action du MEP peut être élucidée par trois champs d'analyses : primo, par ses positionnements sur les axes équilibre/déséquilibre des institutions, secundo, par une prise en compte ou de l'agenda politique et tertio, par l'existence/absence de partenariat avec d'autres parties prenantes ([60], p : 64).

## 5.2 LE COURANT DIDACTIQUE OU PÉDAGOGIQUE

Le courant didactique est apparu récemment en tant que nouvelle thématique de recherche en entrepreneuriat [33]. Ce courant porte sur la théorisation de l'enseignement de l'entrepreneuriat qui est encore dans une phase embryonnaire. En effet, des approches pédagogiques s'intéressant à l'éducation entrepreneuriale ne cessent de se développer.

Les approches en matière d'enseignement de l'entrepreneuriat varient d'un continent et d'un pays à l'autre et ce, selon le système éducatif adopté et le système culturel existant [26]. Le contenu de la formation, les approches pédagogiques et les objectifs éducatifs peuvent changer amplement selon le public cible ([49] ; [13]). En effet, une étude menée par la référence [98] a montré que le plan d'affaires, les cours classiques et les études de cas représentent les outils pédagogiques les plus utilisés dans l'enseignement universitaire de l'entrepreneuriat et ce, dans le cadre d'une approche causale. Toutefois, depuis 2007, plusieurs chercheurs commencent à expérimenter des approches pédagogiques reposant sur l'approche effectuale au lieu de celle causale. En effet, la logique effectuale permet d'inciter les étudiants au raisonnement effectual parce que les objectifs de l'entrepreneur ne sont pas définis au départ.

Plusieurs innovations pédagogiques cherchent à développer des apprentissages expérientiels à travers l'implication des étudiants sur des projets d'entreprises réelles [57]. En ce sens, l'objectif didactique est d'adapter la formation à des situations vécues par les entrepreneurs et ce, grâce à des simulations entrepreneuriales assistées par ordinateur. Cela contribue notamment de familiariser les étudiants des situations conduisant à l'échec entrepreneurial [67]. Une seconde innovation pédagogique : le Contingency-Based Business Planning, qui fait la rupture avec les situations classiques de formation et à les substituer par des situations contingentes [57]. Selon cette approche contingente, les étudiants sont appelés à finaliser des projets en fonction des ressources dont ils disposent et des contraintes auxquels sont confrontés. En effet, cette approche rend désuète les programmes classiques de formation et focalise la didactique et la pédagogie sur le projet en soit.

### 5.3 LE COURANT INTRA-ORGANISATIONNEL

Le courant intra-organisationnel est un nouveau courant qui veille sur l'analyse des fonctions de l'entreprise en tenant compte des objectifs de l'entrepreneur à l'instar du Marketing entrepreneurial et de la finance entrepreneurial. Toutefois, l'intrapreneuriat est un domaine de recherche qui fait partie de ce courant intra-organisationnel, mais qui a été largement abordé dans la littérature. De ce fait, nous nous focalisons plutôt sur les deux nouvelles thématiques de marketing et de finance entrepreneuriales.

La pratique du marketing peut prendre de multiples formes mais c'est le marketing codifié, le plus facile à absorber, qui occupe la plupart des pages de ces manuels. En revanche, le marketing entrepreneurial n'est évoqué que comme la phase initiale et temporaire de la vie d'une entreprise. La démarche traditionnelle part d'un marché déjà constitué et de besoins repérables chez des clients que l'on peut et sait segmenter et cibler. L'élaboration d'un positionnement, d'une offre, et de programmes destinés à servir les clients, voire à stimuler la demande, semble se déduire de ces choix initiaux. Le problème c'est que cette démarche ne répond qu'à un seul type de situation, celle où il suffit de s'adapter aux besoins articulés par les clients.

Certes, tout manuel repère au moins deux types de marketing :

1. le marketing réactif qui consiste à identifier un besoin et à le satisfaire, c'est-à-dire appliquer le programme du marketing traditionnel et/ou celui du management de la qualité totale (TQM) ;
2. le marketing créatif qui consiste à imaginer des propositions, des innovations, des solutions, auxquelles le client n'a pas songé et qu'il ne peut pas articuler. Mais, un manuel typique est principalement consacré au type 1, c'est-à-dire : analyser, planifier, mettre en œuvre, et contrôler.

Une autre thématique de recherche du courant intra-organisationnel qui ne cesse de susciter beaucoup l'intérêt des chercheurs dans le champ de l'entrepreneuriat est : la finance entrepreneuriale. Cette dernière est réputée un nouveau domaine de recherche. En ce sens, les recherches portant sur cette thématique s'articulent autour du rapprochement entre les différentes théories de l'entrepreneuriat et les théories financières et ce, en vue de mieux comprendre les comportements financiers des entrepreneurs. En plus, il n'est pas admis de considérer que la finance se penche uniquement sur une vision patrimoniale de l'entreprise portant sur la séparation de la propriété au pouvoir, au détriment, d'une conception entrepreneuriale ou managériale de celle-ci [6]. En ce sens, la vision entrepreneuriale porte sur les questions de recherche brassant le risque financier avec le risque entrepreneurial.

La finance est incontestablement confrontée aux contraintes posées par l'entrepreneuriat et ce, du fait que les projets entrepreneuriaux nécessitent des ressources financières qu'il faut chercher et mobiliser. En fait, les liens entre la finance et l'entrepreneuriat sont multiples et se manifestent essentiellement par la nécessité impérieuse de lever des fonds pour valider l'action entrepreneuriale. Les modes classiques du financement notamment ceux relatifs à la finance d'entreprise et la finance de marché doivent évoluer pour s'orienter vers des nouveaux objets de recherche couplés avec l'entrepreneuriat à l'instar des : business angels, des capitaux risqués et du crowdfunding pour lesquels peu de travaux de recherche sont disponibles.

### 5.4 LE COURANT EXTRA-ORGANISATIONNEL

Le courant de recherche extra-organisationnel en entrepreneuriat couvre plusieurs thématiques notamment : l'essaiage (Spin-off), le repreneuriat et l'acadépreuriat. Contrairement, au courant intra-organisationnel portant sur l'acte d'intraprise, le courant extra-organisationnel se focalise sur l'action extrapreneuriale.

Il est à souligner que les grandes entreprises sont de plus en plus conscientes de mettre en œuvre plusieurs outils et dispositifs visant à développer en leur sein une dynamique entrepreneuriale. L'essaiage est l'un de ces dispositifs qui ne cesse de connaître un engouement sans précédent auprès de la communauté des chercheurs en entrepreneuriat. L'essaiage est un phénomène en pleine mutation que ce soit de point de vue des facettes qu'il peut revêtir ou des enjeux qu'il représente. Il s'agit d'un phénomène qui s'articule autour de trois modèles stratégiques des firmes : la stratégie de développement durable et de la responsabilité sociétale, la stratégie salariale et la stratégie d'innovation. En effet, l'essaiage reflète trois facettes [89]. La première concerne l'essaiage à froid ou « Push spin-off » relatif à la création d'une nouvelle entreprise par un salarié assisté dans son projet par l'entreprise essayante qui l'embauche. L'essaiage "à froid" traduit une politique délibérée poursuivie par une entreprise en vue d'inculquer un esprit entrepreneurial chez son personnel et ce, dans l'objectif d'inciter l'éclosion de l'initiative privée parmi ceux-ci ayant un potentiel entrepreneurial important. Cet d'essaiage est dite "à froid" en raison de sa particularité volontariste et de son mise en œuvre engagé dans le temps sans

aucune logique d'urgence. La seconde facette est l'essaimage "à chaud" qui retrace une politique délibérée menée par une entreprise en vue de réduire l'effectif de son personnel suite à des difficultés économiques. La situation économique défavorable incite la restructuration de l'entreprise essaimage et ce, à travers son recentrage sur son cœur de métier et ses activités stratégiques et en abondant ou externalisant ses activités secondaires ce qui exige souvent une réduction importante d'effectifs. En ce sens, l'essaimé est généralement un salarié qui quitte son organisation d'origine en vue de créer une entreprise dont l'objet social porte sur une activité secondaire de l'entreprise essaimage. Cependant, la troisième facette concerne l'incubation d'une nouvelle entreprise via le parrainage d'un dirigeant par la mobilisation des investissements techniques et les ressources nécessaires. Il s'agit d'un choix stratégique de l'entreprise essaimage pour créer une nouvelle entreprise en son sein.

De l'autre côté, le repreneuriat ou la reprise d'entreprise constitue la deuxième thématique du courant extra-organisationnel. En fait la reprise reflète deux facettes essentielles à savoir la reprise d'une entreprise saine ou d'une entreprise en difficulté économique [35]. En plus le repreneur d'une entreprise peut être soit une personne morale soit une personne physique. La reprise d'entreprise par les personnes physiques représente le rachat d'une entreprise saine ou en difficulté économique, par un salarié, un héritier ou aussi par un particulier [36]. De même, la reprise peut être, soit interne où le repreneur est un salarié, soit externe effectuée par une personne physique ou morale, soit elle revêt la forme d'une transmission ou d'une succession familiale. En ce sens, le repreneuriat est un champ de recherche qui recèlent des caractéristiques spécifiques qui le différencient à la succession d'entreprise familiale dont la seule spécificité demeure dans la transmission de la possession d'une firme et/ou sa direction d'une génération à une autre [22].

Le courant extra-organisationnel couvre aussi le l'acadépreuriat qui touche à la fois les actions d'intraprise et d'extraprise au départ d'une organisation académique notamment l'université. L'acadépreuriat se trouve à la croisée des chemins entre l'intrapreneuriat universitaire et la création de spin-offs universitaires ([61], [63] ; [64] ; [65]). L'acadépreuriat est défini comme : « le phénomène par lequel un membre de l'université (étudiant, employé, chercheur, enseignant) crée ou reprend une activité nouvelle ou existante dépendante administrativement ou financièrement de l'université sans pour autant quitter cette dernière (acte d'intraprise), ou crée ou reprend une organisation juridiquement indépendante de l'université tout en abandonnant (éventuellement temporairement) cette dernière (acte d'extraprise). Pour pouvoir employer le terme d'acadépreur, outre un changement plus ou moins intense qui doit exister pour le porteur de projet universitaire (seul ou en équipe) sur les plans statutaires, fonction, métier, géographique ou organisationnel, ce dernier doit capter de la valeur nouvelle (en cas de création ex nihilo) ou existante (en cas de reprise) au sein de l'entité qu'il impulse » [63]. Cette définition montre que l'acadépreuriat réunit les deux dimensions d'extrapreneuriat et d'intrapreneuriat et illustre quatre configurations de l'entrepreneur académique ou « acadépreur » à savoir [65] :

1. L'acadépreur de Type I ou intrapreneur-fondateur : C'est un universitaire intentionné, exerçant à temps plein au sein de l'université qui crée ou contribue activement à la création d'une nouvelle activité intra-universitaire, sous la tutelle administrative ou financière de l'université en question, tout en demeurant permanent en qualité de directeur de l'entité créée.
2. L'acadépreur de Type II ou intrapreneur-repreneur: Tout universitaire intentionné, exerçant à temps plein au sein de l'université qui reprend la direction d'une activité intra- universitaire, déjà existante sous la tutelle administrative ou financière de l'université, tout en demeurant permanent en qualité de nouveau directeur de l'entité reprise.
3. L'acadépreur de Type III ou essaimage-fondateur: c'est un membre intentionné de l'université, décidant volontairement de quitter son université d'origine dans le cadre d'une politique d'essaimage universitaire, tout en exploitant une idée académique ou non en vue de créer une nouvelle entreprise ou une activité économique à but lucratif, indépendante juridiquement et financièrement de l'université. Les spin-offs universitaires constituent une seule facette de l'acadépreuriat de Type III.
4. L'acadépreur de Type IV ou essaimage-repreneur : Il s'agit d'un membre de l'université, décidant intentionnellement de quitter son université d'origine dans le cadre d'une politique d'essaimage universitaire, en vue de reprendre une entreprise ou une activité économique à but lucratif, déjà existante, auprès de personnes physiques.

D'après la typologie avancée par la référence [64] les acadépreurs de Types I, II et IV n'ont pas du tout été abordés par les chercheurs francophones en entrepreneuriat. Par contre, l'analyse pionnière de la référence [89] s'est focalisée uniquement sur les acadépreurs de Type III et ce, via la création ex-nihilo des spin-offs universitaires tout en valorisant une idée issue de la recherche académique. En ce sens, tous ces constats confirment la prospérité des chantiers de recherche porteurs de développement sur le sujet de l'acadépreuriat.

### 6 CONCLUSION

Démystifier l'énigme de l'entrepreneur est légitime et constitue le levier crucial pour contourner une théorie de l'entrepreneuriat. En ce sens, élucider l'énigme de l'entrepreneur revient à accorder plus d'attention à ses attitudes et ses comportements dans une perspective réflexive et tout en tenant compte de la dynamique des systèmes socioéconomiques dans lesquels il évolue. En effet, le concept de l'entrepreneur s'est métamorphosé en fonction de l'évolution des systèmes socioéconomiques. Ceci a conduit les communautés des chercheurs issus de plusieurs disciplines différentes (Management, économie, sociologie, science politique, etc.) à avancer des conceptions différentes de l'entrepreneur et à mener des études intéressantes relevant de leurs domaines de compétence. En ce sens, au fil du temps le concept a connu un réel regain d'intérêt avec, d'une part, l'évolution des différentes fonctions de l'entreprise (production, commerce, finance, marketing, etc.) et, d'autre part, le déploiement des technologies de l'information et de la communication.

L'innovation ne peut avoir lieu que lorsqu'elle provient d'un entrepreneur avisé et preneur de risque et qui contribue à modifier l'équilibre concurrentiel en sa faveur. L'entrepreneur constitue le cœur de la « destruction créatrice ». Il innove en exploitant des opportunités ou des « configurations stratégiques instantanées perçues ». En plus, il optimise l'utilisation des ressources dont il dispose pour fabriquer et vendre des produits et services. L'entrepreneur demeure un concept polyphonique qui n'a pas fait l'unanimité des chercheurs [61]. La notion d'entrepreneur est en perpétuelle transformation et ne cesse de subir des métamorphoses continues qui ne sont pas parvenues à leurs termes. Il est à souligner que l'entrepreneur doit être conceptualisé en fonction de ses perceptions, attitudes et comportements et ce, tout en tenant compte de l'environnement dans lequel il évolue.

Il va de soi, que l'entrepreneur est le vecteur de la dynamique et la croissance économique. En effet, il contribue à résorber le problème de chômage à travers la création d'emplois et ce, via son investissement en lancement des nouveaux produits pour exaucer les besoins de la clientèle jusque-là non encore satisfaits. De même, l'entrepreneur peut être responsable socialement et peut, par conséquent, contribuer à l'amélioration du bien-être de la population démunie et défavorisée. En fait, l'entrepreneur social participe à la lutte contre la pauvreté et à la réallocation des revenus à travers l'encouragement de la consommation responsable ou engagée. Il contribue à la vulgarisation d'idées innovantes et porteuses de développement économique. De ce fait, il contribue à la rationalisation des choix d'investissements et également à l'élargissement de la sphère économique. Les dimensions sociales et économiques bousculent de plus en plus l'entrepreneur et le façonnent de leur manière. En conséquence, l'entrepreneur se trouve obligé de faire face à la conjoncture qui se présente en utilisant sa créativité et son innovation en vue de dynamiser l'activité économique.

Le concept d'entrepreneur doit être révisé à chaque fois où le contexte socio-économique subit des changements. Il est évident que l'entrepreneur dispose de multiples facettes et qu'il est possible qu'il change de visage en fonction de son environnement immédiat. Nous pensons que lors de l'exercice de ses activités dans son environnement socio-économique, l'entrepreneur est en mesure de réajuster son comportement et d'être réactif et ce, en adoptant une approche réflexive. Enfin, il nous semble que l'entrepreneur bien qu'il ait un engouement sans précédent, depuis environ deux siècles, auprès des différentes communautés des chercheurs, il reste une énigme à démystifier, et restera interminablement un sujet suscitant la curiosité et l'intérêt des chercheurs en sciences sociales.

### REMERCIEMENTS

Je remercie vivement le Pr. Faysal Mansouri, Président de l'Université de Sousse, pour son soutien inestimable pour l'accomplissement de ce travail de recherche.

### RÉFÉRENCES

- [1] Ajzen, I. (1987), "Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology". *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- [2] Alcouffe, A. (1986). Aux origines du concept d'entrepreneur. Papier de recherche, Université des sciences sociales de Toulouse, 19 pages.
- [3] Allali, B. (2007), Vers une théorie de l'entrepreneuriat, Cahier de recherche de l'ISCAE n°17, Maroc.
- [4] Aumont B., Mesnier, P.-M. (1992), *L'acte d'apprendre*, Paris, L'Harmattan
- [5] Backman, J. (1983), (ed), *entrepreneurship and the outlook for America*, Free Press, New York.
- [6] Barneto, P ; Verstraete, T. (2008), « Finance et Entrepreneuriat », *Revue du Financier*, 170, mars-avril, 2008
- [7] Baron, A.R. (1994). "Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When entrepreneur think differently than other people", *Journal of business venturing*, April 1998, 275-94.

- [8] Baronet, J., Pitcher P. (1995), « Créativité, leadership et entrepreneurship trois facettes d'une même réalité », Cahier de recherche. Direction de la recherche. École HEC Montreal.
- [9] Baronet, J. (1996). « L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition, une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship », cahier de recherche no 96-07-01, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, École des HEC de Montréal.
- [10] Baumol, W. J. (1993) « Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds », *Journal of Business Venturing*, vol. 3, p. 197-210.
- [11] Béchard, J.P. (1996). « Comprendre le champ de l'entrepreneurship », cahier de recherche no 96-01-01, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, École des HEC de Montréal.
- [12] Bennis W., Nanus B., "Leaders: strategies for taking charge". *Harper Business essentials*, 2003.
- [13] Block, Z., Stumpf, S.A. (1992), « *Entrepreneurial Education Research : Experience and Challenge* », dans Sexton, D.L. et Kasarda, J.D. (dir.), *The State of the Art of Entrepreneuriat*, Boston : PWS-Kent Publishing Company, p.17-42.
- [14] Boutillier, S., Uzunidis, D. (1995), « *L'entrepreneur : une analyse socio-économique* », Paris : Editions Economica.
- [15] Boutillier, S., Uzunidis, D. (1999), « *La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise* », Editions La Découverte et Syros, Paris.
- [16] Boutillier, S., Uzunidis D., (2001), « L'utilité marginale de l'entrepreneur », *Cahiers de l'économie de l'innovation*, 2001/1, n° 13, p. 17-42.
- [17] Bréchet, J-P, Prouteau L, Schieb-Bienfait N. (2009) : « A la recherche de l'entrepreneur. Entre économie et sociologie : une figure centrale de l'action collective ».
- [18] Brockhaus, R.H. Sr (1982), « *The Psychology of the Entrepreneur* », in: Kent, C.A. et al. (Eds) (1982), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, p. 39-57.
- [19] Bruyat, C. (1993), « Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II.ESA, 431p.
- [20] Burnett, D. (2000). "The Supply of Entrepreneurship and Economic Development". <http://www.technopreneurial.com/articles/history.asp>
- [21] Bygrave, W.D., Hofer C.W. (1991). Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.16, n° 2. Pages 13 à 22.
- [22] Cadieux, L., Deschamps B. (2011), *Le duo cédant-repreneur, pour une compréhension intégrée du processus de transmission/reprise des PME*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 268 p.
- [23] Cantillon, R. (1997), « *Essai sur la nature du commerce en général* », Paris : Edition I.N.E.D, (première édition : 1755).
- [24] Carland, J. et ali., (1984), Differentiating entrepreneurs from small business owners : a conceptualization. *Academy of Management Review*, Vol. 9, n° 2, pp.354-359.
- [25] Carrier, C. (1997), *De la créativité à l'intrapreneuriat*. Sainte-Foy, Qc : Presses de l'Université du Québec.
- [26] Carrier, C. (2009), « L'enseignement de l'entrepreneuriat : au-delà des cours magistraux, des études de cas et du plan d'affaires », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 8 (2), p. 17-33
- [27] Carsrud, A.L., Brannback, M. (Eds) (2009), *Understanding the entrepreneurial Mind, opening the black box*, Dordrecht, Springer.
- [28] Casson, M. (1982), *The Entrepreneur: An Economic Theory*, Oxford: Martin Robertson. Version française: *L'entrepreneur*, (1991), Economica.
- [29] Chaouti, A, Benatti, A, Errahaoui, M. (2000) : « L'avenir proche de l'entrepreneuriat ». Document de travail n°33 du LRII « entrepreneur innovateur du troisième millénaire ». Université de Littorale-Côte d'Opale.
- [30] Cossette, P. (Ed.) (1994), *Cartes cognitives et organisations*, Québec : Presses de l'Université Laval. Paris : Éditions Eska.
- [31] Cossette, P. (2004), « *L'organisation, une perspective cognitiviste* ». Collection Sciences de l'administration, Québec. Presses de l'université Laval.
- [32] Cunningham, J.B. et Lischeron J. (1991), "Defining entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, January, pp. 45-59.
- [33] Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M. (2004), *Entrepreneurship: Theory, process, and Practice*, 6th edn. Ohio: South Western.
- [34] Danjou, I., (2002), « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », *Revue Française de Gestion*, n°138, p.109-125.
- [35] Deschamps, B. (2002), « les spécificités du processus repreneurial », *Revue française de gestion*, vol28, n° 138, avril-juin, pp.175-187.
- [36] Deschamps, D. & Geindre, S. (2011), Les risques du processus repreneurial en PME, Actes du 7ème Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Paris.
- [37] Dhery, R., Toulouse J.M. (1995), « A la recherche d'une théorie de l'entrepreneurship : l'identification des concepts », Communication du Congrès International Francophone de la PME, Paris, 27 octobre 1995, 18 p.

- [38] Drucker, P. (1985), *Innovation and entrepreneurship*, New York, Harper & Row. Trad. Franc. : Les Entrepreneurs, Paris, Jean-Claude Lattès, 1985.
- [39] Facchini, F. (2006), "L'entrepreneur politique et son territoire", *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, juillet 2006, p. 263-280.
- [40] Fayolle, A. (2002), « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche ». 6<sup>ème</sup> Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal.
- [41] Filon, L. J. (1988), *The Strategy of Successful Entrepreneurs in Small Business: Vision, Relationships and Anticipatory Learning*. Ph.D. Thesis, University of Lancaster, Great Britain, (UMI 8919064). (Volume 1: 695 p. Volume 2: 665 p.).
- [42] Filon, L. J. (1991), *Vision et relations : clefs du succès de l'entrepreneur*, Montreal, Qc: Éditions de l'entrepreneur, 272 p.
- [43] Filon, L. J. (1996), "Différences dans les systèmes de gestion des propriétaires-dirigeants, entrepreneurs et opérateurs de PME. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol.13, No.4, December: 306-320.
- [44] Fonrouge, C. (2002a), « Entrepreneur / manager : deux acteurs d'une même pièce ». 11ème Conférence Internationale de Management Stratégique (AIMS), Paris, 5-7 juin 2002.
- [45] Fonrouge C. (2002b), « L'entrepreneur et son entreprise : une relation dialogique », *Revue Française de Gestion*, n°138, p.145-153
- [46] Gartner, W.B. (1988), "Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question", *American Journal of Small Business*, spring, p. 11-32.
- [47] Gasse, Y., D'Amours, A. (2000), « *Profession : Entrepreneur* ». Les Éditions Transcontinentales.
- [48] Hannafey, F.T.(2003), "entrepreneurship and ethics: A literature review", *journal of business ethics*, vol (46), and pp.99-110.
- [49] Gibb, A.A. (1994), « Do we really teach small business the way we should ? », *Journal of Small Business and Entrepreneuriat*, 11 :2, p. 4-27.
- [50] Harris, J-D., Sapienza, H-J., Bowie, N-E. (2009), "Ethics and entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, 24 (2009) 407-418
- [51] Hayek, F.A, von (1937), "*Economics and Knowledge*", in *Economica*, New Series, 4 (13- 16), p. 33-54. (Presidential Address to the London Economic Club, November 10, 1936). Reprinted in: Hayek, F.A. (1959) *Individualism and Economic Order*, London: Routledge and Kegan Paul, p. 33-56. École des HEC 14
- [52] Hayek, F.A, von (1959), "The Use of Knowledge in Society", *American Economic Review* (1945), 35, p. 519-530. Also in: *Individualism and Economic Order* (1959), London,: Routledge and Kegan Paul; Chicago: University of Chicago Press (1948), 1957). See also: "The Meaning of Competition", 1949, in *Individualism and Economic Order*, 1959: p. 92-106.
- [53] Hébert, R. F., Link, A. N. (1982), *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*, New York: Praeger
- [54] Hébert, RF., Link, AN. (1989), In search of the meaning of entrepreneurship, *Small Business Economics*, 1989 - Springer
- [55] Hernandez, E.M. (1999), « Modèles d'entrepreneuriat : vers une approche contingente et processuelle », *Revue Sciences de Gestion*, n° 26-27, p. 505-526.
- [56] Hisrich, R. D. (1998), "Ethics of Business Managers vs. Entrepreneurs". Working Paper Series 98-03 (Rise Business Research Institute for Small and Emerging Business, Washington, DC).
- [57] Honig, B. (2004), Entrepreneurship Education: Toward a Model of Contingency-Based Business Planning. *Academy of Management Learning & Education*, 3: 3, 258-273.
- [58] Hornaday, J.A. (1982) « *Research About Living Entrepreneurs* », in Kent, C.A., Sexton, D.L. et al. (Eds.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, p. 20-34.
- [59] Hoselitz, B. F. (1952), "Entrepreneurship and Economic Growth", *American Journal of Economic Sociology*, p. 97-106.
- [60] Huron, D. (2001), "Une typologie de maires entrepreneurs politiques comme aide au conseil dans les mairies". *Politiques et Management Public*, 63-81.
- [61] Jaziri, R. (2009), « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat ». Actes du Colloque International sur : « Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis ». Les 3-4-5 Avril 2009, Gafsa.
- [62] Jaziri, R., Paturel, R. (2008), « Les mécanismes de développement de l'entrepreneuriat académiques : Portée et délimitation du concept de l'acadépreneuriat ». Actes du colloque international sur : « L'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur francophone : enjeux, actions concrètes, perspectives », 20-22 novembre 2008, Saly Portudal, Sénégal.
- [63] Jaziri, R., Levy-Tadjine, T. (2009), Conventions et acadépreneuriat : au cœur de la gouvernance universitaire, *Revue Libanaise de Gestion et d'Économie*, n° 2, 2009.
- [64] Jaziri, R. (2014), « *L'acadépreneuriat : Théorie et Pratique* », Editions Universitaires Européennes, Paris, 636p.

- [65] Jaziri, R. (2013), « *L'acadépreuriat: Une nouvelle thématique de recherche dans le champ de l'entrepreneuriat* », Chapitre 24, In Thierry LEVY-TADJINE & Zhan SU. (dir) « *Entrepreneuriat, PME durables et réseaux sociaux* », Harmattan.
- [66] Julien, P.A. (2003). *Innovation et entrepreneuriat*. In Encyclopédie de l'innovation. Sous la direction de Philippe Mustar et Hervé Penan, page 168.
- [67] Katz, J. A. et Gundry, L. (1994), Guest Editorial: Simulation and experiential learning, In entrepreneurship education, *Simulation & Gaming*, 25 : 335.
- [68] Kihlstrom, R.E.et J.J. Laffont (1979), «A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion », *Journal of Political Economy*, vol. 87, n° 4, p. 719-748.
- [69] Kilby, P., ed. 1971. *Entrepreneurship and Economic Development*. New York: Free Press.
- [70] Kirzner, I.M. (1973), *Competition and entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago.
- [71] Kirzner, I.M. (1979), *Perception, Opportunity and Profit: Studies in the theory of entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago.
- [72] Knight, F.H. (1971), *Risk, Uncertainty and Profit*, New York: Houghton Mifflin. Also Chicago: University of Chicago Press (1971).
- [73] Knight R.M. (1983), "Entrepreneurship in Canada", *Journal of Small Business*, Vol.1, n°1, été 1983, p. 9-15.
- [74] Landstrom, H. (1998), «The roots of entrepreneurship research: the intellectual development of a research field», Communication de la Conférence RENT XII (Research in Entrepreneurship and Small Business), Lyon, 26-27 novembre 1998, 18 p.
- [75] Lamy, E. (2005) : « La fragmentation de la science à l'épreuve des start-ups : Retour critique sur un constructivisme social au travers de l'étude des modes de coordination des pratiques scientifiques et marchandes lors des projets de création d'entreprise par des chercheurs du secteur public ». Thèse pour l'obtention du doctorat d'épistémologie, histoire des sciences et des techniques, Université Paris 7 – Denis-Diderot.
- [76] Langlois, R-N., Cosgel, M-M. (1993), Frank Knight, uncertainty, and the firm: A new interpretation. *Economic Inquiry*, Vol. XXXI, July 1993, 456-465.
- [77] Le Van-Lemesle, L. (1988), « L'éternel retour du nouvel entrepreneur », *Revue Française de Gestion*, septembre-octobre 1988, pp. 134-140
- [78] Long, W. (1983), "The Meaning of Entrepreneurship". *American Journal of Small Business*, Vol. 8, n° 2, October, December, pp.47-59.
- [79] Laurent, P., (1989), L'entrepreneur dans la pensée économique. *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, Volume 2, numéro 1, 1989, p. 57-70
- [80] Leibenstein, H. (1978), *General X-Efficiency Theory and Economic Development*, London: Oxford University Press.
- [81] Leibenstein, H. (1979) «The General X-efficiency Paradigm and the Role of the Entrepreneur», in Rizzio, M.J. (Ed.) *Time, Uncertainty And Disequilibrium*, Lexington, Mass: D.C. Heath, p. 127-139.
- [82] Macrae, N. (1982), "Intrapreneurial now". *The Economist*. 17 April 1982.
- [83] Marchesnay, M., (1995), *Management Stratégique*, Eyrolles Universités, coll. «Gestion», Paris, 1995.
- [84] McClelland, D.C. (1971) «*Entrepreneurship and Achievement Motivation : Approaches to the Science of Socio-economic Development*», in Lengyel, P. (Ed.) Paris : U.N.E.S.C.O
- [85] Murphy, A-E. (1997), "Richard Cantillon : Entrepreneur and Economist". New York: Oxford University Press, 1986. Traduction française : *Richard Cantillon, le rival de Law*. Paris, Hermann, 1997.
- [86] Menzies, T. V., Gasse, Y., Diochon, M. & Garand D. (2002) "Nascent Entrepreneurs in Canada An Empirical Study", Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, June 2002.
- [87] Mises, L-V. 1985. *Theory and History*. 3rd Ed. Auburn, Ala.: Ludwig von Mises Institute.
- [88] Pinchot, G. (1986) *Intraprendre*, Paris : Inter Édition. Version originale (1985), *Intrapreneuring*, New York: Harper D. Row.
- [89] Pirnay, F. (1998), Les phénomènes de spin-off: élucidation d'une réalité plurielle, VIIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), Louvain-La-Neuve, 26-28 mai 1998.
- [90] Reynold, P. (1991), "Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, no 2, p. 47-70.
- [91] Saporta, B. (1994), « Préférences théoriques, choix méthodologiques et recherche au projet d'entreprise », *Revue française de Gestion*, Juillet 1994, p.5-14.
- [92] Say, J.B. (1803), *Traité d'économie politique : ou, simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses*, Translation : *Treatise on Political Economy: On the Production, Distribution and Consumption of Wealth*, Kelley, New York: 1964 (1st edition: 1827)
- [93] Say, J.B. (1839), *Petit volume contenant quelques aperçus des hommes et de la société*, 3e Edition completely revised from manuscripts left by the author, and published by Horace Say, his son, Paris : Chez Guillaumin, Libraire.

- [94] Shapero, A. & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. In *The Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [95] Schumpeter, J.A. (1950). *Capitalism, Socialism and democracy*. Harper and Row, 3rd edition.
- [96] Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, published in German (1912), 1st edition in English: Cambridge, Mass: Harvard University Press 1934, also: Cambridge, Mass.: Harvard Economic Studies, volume 46, London: Oxford University Press.
- [97] Schumpeter, J.A. (1954), *History of Economic Analysis*, Edited by Elizabeth Boody Schumpeter, New York: Oxford University Press, also: London: George Allen & Unwin (6th edition, 1967).
- [98] Solomon, G.T., Duffy, S., Tarabishy, A. (2002), « The State of Entrepreneuriat Education in the United States : a National Wide Survey and Analysis », *International Journal of Entrepreneuriat Education*, 1 :1, p.1-22.
- [99] Stevenson, H.H., Jarillo J.C. (1990), "A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management", *Strategic Management Journal*, vol. 11, p. 17-27.
- [100] Stevenson, H.H., Roberts, M.J., and Grousbeck, H.I. (1989), *New Business Ventures and the Entrepreneur* (3rd ed.). Boston, MA: Irwin.
- [101] Sweeney, G. (1982), *Les nouveaux entrepreneurs, Petites entreprises innovatrices*. Les Editions d'Organisation, Paris, pp.64-79.
- [102] Tounes, E. (2004), « L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », *Cahiers de recherche de l'Agence Universitaire de la Francophonie, Réseau Entrepreneuriat*, mai 2004, n° 03-73, p.1-22.
- [103] Toutain, O. (2005) : "La notion de territoire : une approche pour cloisonner les pratiques d'accompagnement à la création d'entreprise et contribuer à la fabrication d'une culture entrepreneuriale ». 4e congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, actes.
- [104] Van Caillie, D., Lambrecht, C. (1995), « L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs ». Working Paper dans le cadre de la "Chaire PME 1995" de la Caisse Nationale du Crédit Professionnel de Belgique. Mai 1995. Belgique.
- [105] Verin, H. (1982), *Entrepreneurs, entreprises, histoire d'une idée*, Paris : Presses universitaires de France.
- [106] Verstraete T. (2003). *Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat*. Editions ADREG, Paris.
- [107] Vesper, K.H. (1985). *New developments in entrepreneurship education*. In J. Homaday, ed., *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, pp. 489-497.
- [108] Vesper, K.H. (1988). Entrepreneurial academics-How can we tell when the field is getting somewhere? *Journal of Business Venturing*, 3: 1-10.
- [109] Vesper, K.H. (1990). *New Venture Strategies* (Revised ed.), Englewood Cliffs, NJ:entice-Hal.