



HAL
open science

Des intentions entrepreneuriales plus fortes des élèves en filière professionnalisante

J.P. Boissin, B. Branchet, A.L. Albanet, S. Rossi

► **To cite this version:**

J.P. Boissin, B. Branchet, A.L. Albanet, S. Rossi. Des intentions entrepreneuriales plus fortes des élèves en filière professionnalisante. 2009, 10p. halshs-00528807

HAL Id: halshs-00528807

<https://shs.hal.science/halshs-00528807>

Submitted on 22 Oct 2010

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

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



Centre d'Études et de Recherches Appliquées à la Gestion_ U.M.R. C.N.R.S. 5820

CAHIER DE RECHERCHE n°2009-16 E4

Des intentions entrepreneuriales plus fortes des élèves en
filière professionnalisante

BOISSIN Jean-Pierre
BRANCHET Bénédicte
ALBANET Anne-Laure
ROSSI Sylvie



Unité Mixte de Recherche CNRS / Université Pierre Mendès France Grenoble 2
150 rue de la Chimie – BP 47 – 38040 GRENOBLE cedex 9
Tél. : 04 76 63 53 81 Fax : 04 76 54 60 68



La création d'entreprise est l'un des facteurs clé de la vitalité et de la bonne santé future d'une économie ; or, la France n'est pas réputée, a priori, pour son dynamisme entrepreneurial, même si, sur les dernières années, réformes économiques et développement de la culture entrepreneuriale ont favorisé une forte croissance de la création d'entreprise en partie liée à des démarches contraintes (créer son propre emploi). Comprendre les raisons de la faiblesse du taux français est l'un des enjeux nationaux actuels.

La création d'entreprise est un vaste domaine pouvant être abordée sous de nombreux angles ; nous avons choisi, quant à nous, d'étudier la phase amont de la création, et plus précisément, l'intention entrepreneuriale, tant en niveau qu'en nature (éléments la composant). En effet, l'intention est au cœur du processus entrepreneurial (Bird, 1998 ; Katz et Gartner, 1988) et il est donc stratégique de chercher à mieux cerner celle-là. Parce que les étudiants sont une partie des futurs entrepreneurs de demain et aussi parce qu'ils constituent une population sur laquelle il est relativement possible d'agir efficacement, à travers le contenu de formations spécifiques par exemple, au travers des Maisons de l'Entrepreneuriat (Boissin, 2006), nous avons restreint l'objet de notre étude aux intentions entrepreneuriales des étudiants et avons développé un programme de recherche sur celles-ci, cadre dans lequel s'inscrit cette étude : l'Observatoire International des Intentions Entrepreneuriales des Etudiants (OI²E²), repose sur une cinquantaine de partenaires répartis dans plus de vingt pays, correspond à un échantillon de près de 10000 réponses et dispose d'un site dédié (<http://cerag-oie.org>).

Plus spécifiquement, cette contribution analyse les intentions de création d'entreprise en gardant à l'esprit une finalité d'insertion professionnelle, en étudiant une population un peu particulière, pour laquelle la création d'entreprise peut être un enjeu d'insertion à moyen terme, puisqu'il s'agit d'étudiants en lycée, de première à BAC + 2, engagés dans des filières a priori plus professionnalisantes que l'enseignement général. A partir d'opinions recueillies auprès de ces élèves, nous souhaitons, d'une part, comparer les niveaux d'intention mesurés, et, d'autre part, avancer dans la compréhension de la structuration de ces intentions, en identifiant en particulier, les éléments agissant dessus et qui, du fait de leur niveau ou de leur nature différents, pourraient expliquer, si elles existent, les différences de niveau de l'intention ou leur efficacité (en termes d'impact sur la création effective). En particulier, par rapport à nos travaux précédents, nous observerons si la relative jeunesse, la moindre maturité et l'orientation dans des filières professionnalisantes de notre échantillon modifient la structuration de l'intention entrepreneuriale. Enfin et plus globalement, nous regarderons comment et dans quelles circonstances, insertion dans une future vie professionnelle, qui peut prendre la forme particulière d'intentions entrepreneuriales, et visions de la création d'entreprise dialoguent, sont intégrées ou s'opposent.

Après avoir brièvement présenté le cadre théorique et la méthodologie de cette contribution, nous nous attacherons à décrire les facteurs structurants de l'intention entrepreneuriale et une typologie des comportements des étudiants, avant de discuter et de mettre en perspective ces résultats dans la conclusion.

1. Modèle d'intention et attitude entrepreneuriale

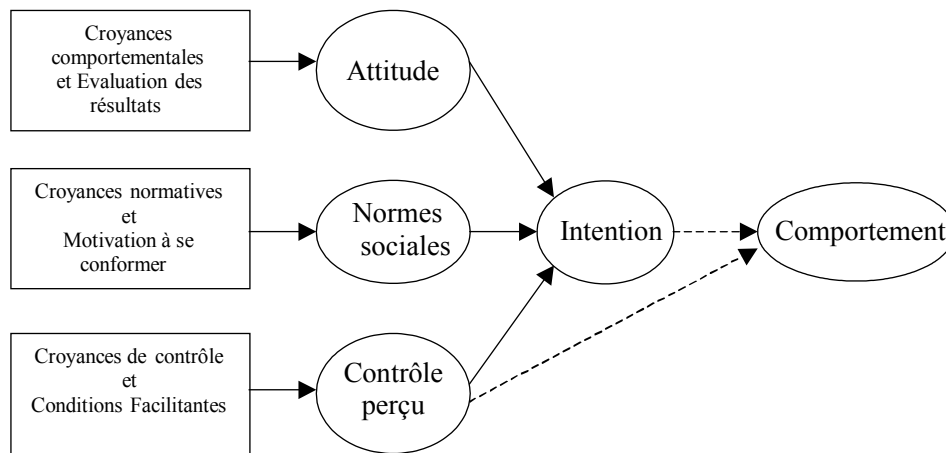
A la suite des travaux d'Emin (2006), nous avons choisi d'adosser cette recherche au modèle d'intention d'Ajzen (1987 ; 1991), la théorie du comportement planifié, développé dans le domaine psychosocial. Selon ce modèle, tout comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné, c'est-à-dire qu'il suppose que les intentions englobent les effets des motivations qui influencent le comportement. Elles peuvent alors être interprétées comme des indicateurs du niveau d'effort que la personne est prête à fournir pour réaliser le comportement observé (Ajzen 1991). Le caractère prédictif des modèles d'intention fait l'objet de critiques ; celles-ci ont moins de poids si la théorie du comportement planifié s'applique à des comportements où la volonté de l'acteur joue un grand rôle, ou, pour lesquels, le délai entre l'intention et la réalisation est court. Certes, les intentions entrepreneuriales ne relèvent d'aucun de ces deux cas. Toutefois, le recours à ce modèle reste utile dans la mesure où il permet de mieux comprendre les ressorts de l'intention entrepreneuriale et de mettre en évidence les éventuels points faibles et utilement actionnables.

La théorie du comportement planifié postule que l'intention d'un individu est déterminée par trois éléments :

- Son attitude à l'égard du comportement concerné : elle renvoie au degré d'appréciation que la personne porte sur ce comportement (Ajzen et Fishbein, 1980) et, pour notre étude, repose sur les valeurs professionnelles de l'étudiant (i.e. les caractéristiques professionnelles qu'il valorise) et sa vision de l'entrepreneuriat (i.e. les besoins qu'il juge satisfaits par l'acte entrepreneurial).
- Sa perception des normes sociales : celles-ci font référence à la pression sociale perçue qui incite (ou n'incite pas) à mettre en place le comportement observé. Parallèlement, l'intention de créer une entreprise est d'autant plus forte que la création d'entreprise est perçue comme une action désirable. Nous prendrons en compte ces deux approches dans notre étude : les normes sociales seront définies par le degré d'approbation de l'environnement social et par la désirabilité (au sens de Shapero : degré d'attrait qu'un individu ressent envers la comportement observé) perçue de créer une entreprise (Shapero et Sokol, 1982). Notons que ce dernier concept, la désirabilité, peut être rapproché à la fois des éléments d'attitude et de ceux liés à la norme sociale : en effet, nous pourrions dire que la désirabilité est influencée par les premiers et agit sur l'intention parmi et à travers les seconds.
- Le contrôle qu'il pense avoir sur la situation, c'est-à-dire la perception qu'a la personne des difficultés à surmonter pour mettre en œuvre le comportement étudié, ou, plus spécifiquement, de la perception de la présence ou de l'absence des ressources et compétences individuelles propres nécessaires pour réaliser ce comportement (Ajzen et Madden, 1986). Ce contrôle comportemental perçu peut être rapproché des concepts de faisabilité (Shapero : degré avec lequel la personne pense pouvoir mener à bien la création d'une entreprise) et d'efficacité personnelle perçue qui renvoie, soit à la confiance qu'a la personne en elle-même pour mener à bien les tâches nécessaires à l'obtention d'un résultat donné (Bandura, 1977), soit à l'opinion qu'a la personne sur sa capacité à mettre en œuvre les différents éléments d'une stratégie planifiée adéquate pour faire face à une situation à venir (Bandura, 1982). Ajzen (2002) a insisté sur les différences entre contrôle comportemental perçu et efficacité personnelle perçue. Toutefois, l'efficacité personnelle s'est révélée pertinente, à la fois sur les plans théoriques et empiriques, pour bon nombre de problématiques dans les domaines de la gestion et de l'entrepreneuriat en particulier

(Hacket et al. (1993), Bandura (1986) et Lent et al. (1994), cites par Krueger et al. (2000)) et nous la retenons dans notre étude.

Le schéma suivant (schéma 1) montre le modèle qui sous-tend notre étude, construit à partir de ce qui précède.



Source : adapté de Ajzen (1987, 1991)

Schéma 1

Dans la littérature, de nombreux auteurs ont utilisé des modèles d'intention pour la création d'entreprise, notamment auprès des étudiants ; citons, par exemple, Kolvereid, 1996 ; Tkachev et Kolvereid, 1999 ; Krueger et al., 2000 ; Tounes, 2003 ; Audet, 2004 ; Boissin, Chollet, Emin, 2008. Notons que ces résultats ont été obtenus avec des techniques de régression linéaire.

2. Méthodologie et premiers résultats

Nous avons retenu une méthodologie quantitative. A partir des variables prises en compte essentiellement dans la théorie du comportement planifié ainsi que de variables sociodémographiques, un questionnaire a été construit, en lien avec les travaux de Kolvereid (1996) et un processus défini pour l'administrer.

Les réponses aux questions sur les croyances et les intentions sont des échelles de Likert en sept points. Nous avons aussi précisé dans le questionnaire que la création d'entreprise s'entendait au sens large, quel que soit le support juridique (entreprise, association, cabinet de conseil, etc.), y compris s'il s'agissait de la reprise, en tant que chef d'entreprise, de l'entreprise familiale, quand elle existait.

Pour établir ces analyses, nous avons utilisés les logiciels statistiques SAS et Spad.

Les données que nous étudions ici ont été recueillies entre fin 2008 et début 2009, auprès d'élèves de première, terminale, première et seconde année de BTS, dans deux lycées de la région Rhône-Alpes, l'un hôtelier et l'autre d'enseignement général et technologique ; pour ce dernier, nous n'avons interrogé que les étudiants en gestion, en technologie (STG : sciences et technologies de la gestion) et tertiaire (pour les BTS), que nous appellerons dans la suite de ce texte filière gestion. Nous ne prenons en compte dans notre échantillon que les étudiants français ayant répondu de manière suffisamment complète au questionnaire.

L'échantillon comprend 513 individus (272 en gestion, 241 en hôtellerie, répartis dans les quatre niveaux de classe dans les deux cas). Nous l'avons redressé à la fois suivant la filière suivie (hôtelière ou gestion) et la classe (niveau d'étude). Toutes les analyses décrites par la suite sont réalisées avec ces poids¹. Pour éviter les faibles effectifs, auxquels sont sensibles les outils statistiques que nous utilisons, nous regroupons les réponses, initialement en sept points, en trois classes : une catégorie de type négatif (pas du tout (d'accord) et pas (d'accord)), une catégorie neutre ou hésitant (plutôt pas (d'accord), indifférent et plutôt (d'accord)) et une catégorie positive ((d'accord) et tout à fait (d'accord)).

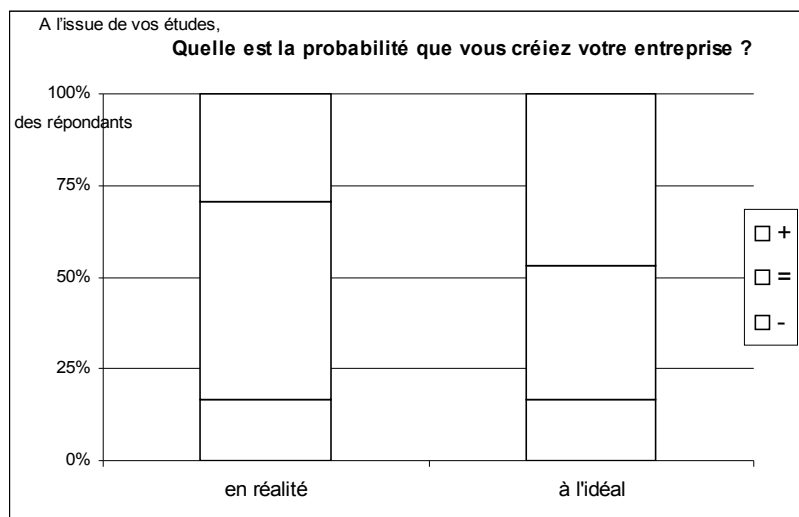
Le tableau suivant (tableau 1) résume les principales caractéristiques descriptives de l'échantillon.

<i>proportion d'étudiants</i>	moyenne
hommes	46 %
ayant un parent créateur d'entreprise	30 % ²
ayant déjà travaillé en entreprise	95 %
ayant déjà suivi une formation à la création d'entreprise	14 %
Venant d'un milieu citadin	60 %

Tableau 1

La moyenne d'âge est de 18,7 ans. 32 % des pères des étudiants interrogés et 19 % des mères sont, soit exploitant agricole, soit artisan, commerçant et chef d'entreprise, soit ils exercent une profession libérale.

En moyenne, 29 % des étudiants de l'échantillon disent qu'il y a une probabilité positive qu'ils créent une entreprise après leurs études ; 54 % ne savent pas et 17 % ne pensent pas créer (cf. Graphe 1). Nous mesurons aussi l'intention par ce que les étudiants aimeraient faire s'ils le pouvaient, en dehors de toute contrainte, à l'idéal. Il y a alors une nette augmentation des intentions positives (47 % soit 1.5 fois plus que les intentions positives dans la réalité), au détriment des hésitants qui ne sont plus que 37 %, la part des intentions négatives restant stable.



Graphe 1

¹ Bien évidemment, ces poids ne correspondent pas à la réalité de la France, il n'y a pas autant d'élèves en filière hôtellerie qu'en filière gestion, mais ils permettent de faire ressortir les spécificités des structures des intentions entrepreneuriales de ces deux populations sans que l'une domine statistiquement l'autre.

² Ce chiffre est plus élevé sur cet échantillon que lorsqu'il est mesuré sur des étudiants français en université (de l'ordre de 25 % : source OIPE²)

Parmi les étudiants qui ne souhaitent pas créer en réalité, 17 %, s'ils le pouvaient, aimeraient créer une entreprise, 28 % hésiteraient et 55 % n'auraient pas envie de créer ; c'est bien-sûr avec les premiers qu'il conviendrait de travailler. 38 % des personnes qui, dans la réalité, hésitent à se lancer dans une création d'entreprise, souhaiteraient pouvoir le faire, hors contrainte ; en revanche, elles sont 11 % à ne pas vouloir le faire à l'idéal (i.e. si elles pouvaient ne pas créer). Enfin, 14 % des étudiants qui pensent créer après leurs études, hésiteraient à le faire s'ils le pouvaient, et 5 % ne le feraient pas : la réalité joue, pour le plus grand nombre, comme un frein sur l'intention entrepreneuriale, mais, elle agit, pour certains, comme une contrainte les conduisant à créer.

3. Les facteurs structurants de l'intention entrepreneuriale

Pour approfondir notre compréhension des différences observées au niveau des intentions entrepreneuriales, nous utilisons des techniques d'analyses des données (ACM et CAH) qui nous permettent de prendre en compte le caractère multidimensionnel du phénomène. Nous pouvons ainsi analyser de manière simultanée de nombreuses variables afin d'obtenir une vision plus globale et dénuée d'a priori de ces intentions, pour comprendre comment elles sont formées en identifiant les variables qui les structurent.

Pour l'Analyse des Correspondances Multiples (ACM), qui s'applique aux variables qualitatives, les individus caractérisés par leurs variables individuelles et l'ensemble de leurs croyances entrepreneuriales, sont projetés sur un sous-espace, choisi pour déformer le moins possible la structure du nuage d'origine des individus. Les axes définissant ce sous-espace structurent ce nuage ; ils sont ordonnés par importance et peuvent être interprétés à l'aide des variables initiales dont ils sont des combinaisons linéaires. La Classification Ascendante Hiérarchique (CAH) permet de rassembler en classes des individus ayant des comportements proches quant au thème étudié, toujours en prenant en compte la dimension multidimensionnelle de leur comportement et toujours sans a priori. Ces classes peuvent alors être caractérisées par les variables initiales.

Nous appliquons donc ces deux techniques à notre échantillon. Nous décrivons infra les résultats de l'ACM, les facteurs structurants, puis dans un second temps, la typologie créée avec la CAH, consolidée par une méthode de centres mobiles.

Nous effectuons l'ACM sur dix-huit questions actives (qui correspondent à 54 modalités), cinq sont des croyances sur la vie professionnelle, huit des croyances sur la vision de l'entrepreneuriat, accompagnées de nos deux variables d'intentions, de la désirabilité et de l'efficacité personnelle. Ces variables ont été choisies car elles permettent d'obtenir des axes structurants et une typologie de meilleure qualité. Elles permettent donc de définir un sous-espace interprétable ; les variables non retenues parmi les variables actives seront aussi projetées sur ce sous-espace et permettront de compléter l'interprétation.

Nous choisissons de retenir quatre axes principaux³ pour expliquer les intentions entrepreneuriales observées sur notre échantillon. Le déterminant le plus important des intentions entrepreneuriales des étudiants est construit autour de choix de vie professionnelle (travail simple, non stressant, avec peu de responsabilité) ; vient ensuite la désirabilité de la création d'entreprise qui est accompagnée par la capacité perçue de mener un tel projet, puis la maturité, correspondant à une implication dans un futur professionnel ; enfin joue un facteur de prises de position par rapport à la vision de l'entrepreneuriat.

³ A ces quatre axes correspondent 31 % de l'inertie initiale, mais attention, il s'agit d'une ACM et non d'une ACP, ce pourcentage n'est pas interprétable de la même façon.

4. Une typologie des intentions entrepreneuriales

Nous avons ensuite réalisé une classification à partir de l'ensemble des axes issus de l'ACM. Nous proposons une typologie en quatre classes :

- Les **immatures** (42 % de l'échantillon) : ils ne se prononcent pas sur l'entrepreneuriat (ce que peut leur apporter la création d'entreprise) mais ne se positionnent pas non plus sur les éléments qu'ils valorisent pour leur future vie professionnelle (croyances comportementales), y compris pour des items très directs (travail simple, avec peu de responsabilités). Ils hésitent aussi sur leur capacité à créer (croyances de contrôle). Au final, ils ne savent pas s'ils ont l'intention de créer une entreprise après leurs études, ni même, si, à l'idéal, en dehors de toute contrainte, ils aimeraient le faire. Visiblement, les individus de cette classe n'ont pas encore réfléchi à leur avenir professionnel ; ils ne se projettent pas dans leur vie professionnelle future, et n'ont pas encore songé à en examiner les formes possibles (saliariat ou entrepreneuriat en particulier).
- Les **anti** (14 %) : ils ont, plus souvent qu'en moyenne, une vision négative de l'entrepreneuriat (croyances d'attitude) ; ils perçoivent donc globalement la création d'entreprise comme l'ajout de contraintes dans leur vie professionnelle, en termes de gestion du temps, de gain monétaire ou de perspective de carrière. Ils ne se sentent pas capables de créer (croyances de contrôle) et, plus souvent qu'en moyenne, n'ont pas l'intention de créer une entreprise après leurs études, ni même en l'absence de contrainte.
- Ceux **qui se rêvent entrepreneur** (11 %) : ils aimeraient, à l'idéal, hors contraintes, créer une entreprise après leurs études. Bien plus souvent qu'en moyenne, ils ont une vision positive de la création d'entreprise (croyances d'attitude) qui leur apporterait du temps libre, de ne pas avoir à trop travailler, de ne pas avoir un travail trop stressant, d'avoir un travail simple, demandant peu de responsabilité, d'obtenir la sécurité de l'emploi et un revenu fixe. Tous ces éléments correspondent assez bien avec ceux qu'ils valorisent pour leur vie professionnelle future : il semble donc que la création d'entreprise réponde donc directement à leurs attentes, ils paraissent ainsi considérer la création d'entreprise comme un moyen qui leur permettra d'atteindre leurs choix de vie professionnelle. 78 % des étudiants de cette classe sont en filière gestion (ceux-ci représentent 50 % de l'échantillon total).
- Les **futurs entrepreneurs** (33 %) : ils se positionnent nettement par rapport à leur future vie professionnelle pour laquelle ils refusent la facilité (ils accordent peu d'importance à avoir un travail simple, avec peu de responsabilités ou non stressant), mais souhaitent avoir des responsabilités, être leur propre chef et pouvoir relever des défis. Parallèlement, ils ont une vision nuancée de la création d'entreprise (croyances d'attitude) : elle ne leur apporterait pas les éléments (peu de travail, peu de stress, un travail simple, avec peu de responsabilités) qu'ils jugent par ailleurs sans importance, mais leur permettrait d'avoir un travail intéressant, avec des responsabilités. Par ailleurs, ils se sentent capables de mener à bien une création d'entreprise (croyances de contrôle) , tant globalement (faisabilité) que par rapport à des tâches précises critiques pour cette activité, tâches qui couvrent tous les domaines requis. Enfin, ils jugent globalement attractive la création et sont soutenus par leur entourage qui a une opinion favorable sur le fait qu'ils créent une entreprise (croyances normatives). De manière cohérente avec ce qui précède, et en particulier leurs choix professionnels et leur vision de l'entrepreneuriat, ils pensent créer après leurs études et en auraient envie à l'idéal, en l'absence de contraintes. Parmi les individus de cette classe, 78 % sont des étudiants de la filière hôtellerie (ces derniers constituent la moitié de l'échantillon).

5. Discussion et conclusion

En présentant ces quatre classes issues de la typologie, nous avons montré qu'il y a, non seulement, une différence de niveau entre les intentions entrepreneuriales des étudiants de notre échantillon engagés dans les filières hôtellerie et gestion, mais aussi, des différences de nature que nous avons décrites. Remarquons la relativement faible proportion d'étudiants opposés, pour eux, à la création d'entreprise (les « anti », 14 % de l'échantillon). En revanche, les « immatures » constituent un groupe important (42 %). Par ailleurs, nous aurions pu penser que la position par rapport à l'entrepreneuriat était caractérisée par une maturité par rapport aux choix de future vie professionnelle qui aurait été liée à l'âge. Or ce dernier ne caractérise pas les différentes classes (i.e. l'âge sur chacune des classes est proche de celui mesuré sur l'échantillon total). De la même manière, le niveau d'étude (classe de première, terminale, ...) n'intervient pas dans la définition des classes.

Revenons dans un premier temps sur la population étudiée pour souligner le fait qu'il s'agit d'une population très particulière, des étudiants engagés dans des filières a priori courtes et plutôt professionnalisantes. Par rapport aux résultats que nous avons obtenus sur 3 000 étudiants français faisant des études supérieures et nettement moins engagés, pour leur grande majorité, dans des filières professionnalisantes (cf. le site OI²E², <http://cerag-oie.org>), les étudiants des filières professionnalisantes observés dans cette contribution sont beaucoup plus sensibles à la création d'entreprise : ainsi, ils sont 29 % à avoir l'intention de créer une entreprise à l'issue de leurs études, contre seulement 15 % en moyenne sur l'ensemble des étudiants français ; 47 % aimeraient créer à l'idéal, en dehors de toute contrainte, contre seulement 30 % en moyenne.

Notons que, dans cette contribution, après les avoir mises en évidence, nous avons tenté de mieux comprendre les différences de niveau et de nature des intentions entrepreneuriales, à partir d'un ensemble de croyances. En revanche, nous n'avons pas cherché à expliquer les différences de croyance, sujet complexe et dépassant l'objet de notre étude. Nous soulignerons simplement que les contextes socioéconomiques et culturels influencent ces croyances. Ainsi, parmi les personnes favorables à l'entrepreneuriat, se distinguent deux comportements qui sont caractérisés par la filière. Au delà des croyances étudiées ici, peuvent intervenir des caractéristiques différentes des populations choisissant telle ou telle filière, caractéristiques qui agissent directement pour renforcer certaines croyances, et, à travers elles, l'intention entrepreneuriale. Ainsi, sur notre échantillon, 34 % des étudiants de la filière hôtellerie, (contre 25 % pour ceux de la filière gestion) ont un parent créateur d'entreprise, 39 % ont un père agriculteur, entrepreneur ou profession libérale (24 % pour la filière gestion) : a priori, ils devraient avoir, en moyenne, une connaissance plus proche et pratique du concept d'entrepreneuriat. L'environnement social et familial semble ainsi jouer un rôle important sur les intentions entrepreneuriales, éventuellement de manière indirecte, en orientant les étudiants vers des filières plus ou moins professionnalisantes.

Nous avons aussi montré que les contraintes qui interviennent dans la réalité jouent de deux manières : elles représentent le plus souvent un frein à la création d'entreprise, mais peuvent constituer, pour des individus moins nombreux, une incitation (la réalité les « oblige » à créer alors qu'ils ne le souhaitaient pas a priori).

Par rapport au modèle d'Ajzen, nous retrouvons bien l'influence sur l'intention des croyances comportementales, des croyances normatives et des croyances de contrôle. Le tableau suivant résume les grandes caractéristiques des classes déterminées. Un signe + correspond à la modalité positive du type de variable correspondante ; un signe entre parenthèse correspond à une modalité qui caractérise de manière significative la classe mais avec une valeur test plus faible (mais toujours nettement supérieure à 2).

classe	taille	Intention entrepre- neuriale	Croyances comporte- mentales	Croyances normatives (normes sociales)	Croyance de contrôle (capacité)
Les immatures	42 %	=	=		=
Les anti	14 %	-	-	- / (=)	-
Ceux qui se rêvent entrepreneur	11 %	+	+		
Les futurs entrepreneurs	33 %	+	+ / -	+	+

Tableau 2

Comme dans les résultats trouvés dans la littérature, ce sont les croyances comportementales qui jouent le plus (colonne la plus remplie) ; comme nous l'avons vu dans la section précédente, c'est surtout la vision de l'entrepreneuriat qui ressort le plus souvent. Les croyances de contrôle sont présentes dans trois classes. Les croyances normatives ont un impact surtout dans deux classes pour renforcer ou conforter l'intention.

Quant à la question de l'insertion professionnelle, elle procède très souvent, dans un premier temps, d'une vie personnelle idéalisée qui guide des choix professionnels qui, en retour, permettent de revisiter les scénarios de vie personnelle. Or, il est intéressant de noter que « ceux qui se rêvent entrepreneur » ont un projet de vie qui subordonne un projet professionnel assez fragile et vague tandis que les « immatures » n'ont ni projet de vie ni projet professionnel. Pour les individus de ces deux groupes se pose globalement la question de l'insertion : comment identifier l'existence d'une vie à soi tant privée que professionnelle, comment attribuer de l'importance aux différents éléments de celles-ci et comment faire le lien entre les deux. A l'inverse, chez les « futurs entrepreneurs », il apparaît que le projet professionnel a émergé avec la vision positive de l'entrepreneuriat ; avec une intention de création d'entreprise nette et déterminée, les personnes de cette classe s'inscrivent dans un futur processus entrepreneurial et sont insérées dans la durée.

Concernant les moyens d'accroître les intentions entrepreneuriales en France, il paraît assez clair que la classe des « futurs entrepreneurs », n'a a priori guère besoin d'être soutenue et confortée dans son choix de création d'entreprise et que modifier les intentions entrepreneuriales (négatives) de la classe des « anti » demanderait beaucoup d'énergie et de moyen en exigeant un changement de paradigme. En revanche, la classe de « ceux qui se rêvent entrepreneur » a vraisemblablement besoin d'être soutenue (développement de connaissances moins abstraites sur l'entrepreneuriat et de capacités dans ce domaine) pour arriver jusqu'à un vrai projet de création et c'est sur la classe des « immatures », très nombreux, que des actions concertées pourraient relativement facilement être menées, à travers, en particulier, une implication plus profonde des étudiants dans leur future vie professionnelle. En particulier, seraient les bienvenues des actions permettant de modifier les deux leviers actionnables de l'intention : les attitudes comportementales des étudiants, en leur rendant la création d'entreprise plus proche et familière, ce qui leur permettrait de l'inclure de manière plus valorisée dans leurs perspectives de vie professionnelle, et d'autre part, tout ce qui est du domaine du contrôle perçu et du sentiment d'efficacité personnelle quant à l'entrepreneuriat. Le premier point ressort de l'insertion professionnelle. D'une manière plus générale, il apparaît que l'entrepreneuriat peut constituer, dans le cadre de la formation, un levier de questionnement très riche pour amener les jeunes à réfléchir à leur insertion professionnelle : comment l'activité entrepreneuriale est intégrée ou exclue du dialogue entre vie personnelle et vie professionnelle, comment elle est source de tensions entre ces deux domaines. Remarquons que ce thème doit être mené avec précaution car il risque de susciter,

dans un premier temps, des réactions de résistance de la part des individus trop éloignés de celui-ci ou en décalage avec celui-ci (les « immatures » et « ceux qui se rêvent entrepreneur » en particulier).

Bibliographie

- AJZEN, I, MADDEN. T.J (1986), Prediction of goal-directed behavior: attitudes, intentions and perceived behavior control, *Journal of Experimental Social Psychology* 22, 453-474.
- AJZEN, I. (1987), Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology, *Advances in experimental social psychology*, 20, 2-63.
- AJZEN, I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- AJZEN, I. (2002), Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (4), 665-84.
- AUDET J. (2004), A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students, *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 10, n° 1 et 2, p. 3-16.
- BANDURA, A. (1977), Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- BANDURA, A. (1982), Self-efficacy mechanism in human agency, *American Psychologist*, 37(2), 122-147
- BIRD, B.J. (1988), Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention, *Academy of Management Review*, 13 (3), 442-53.
- BOISSIN J-P. (sous la dir.), (2006), *Du concept à la mise en oeuvre des « Maison de l'Entrepreneuriat »*. Agir pour l'initiative économique sur les campus, Etude pour la Direction de la Technologie du Ministère français de la Jeunesse, de l'Education Nationale et de la Recherche
- BOISSIN, J-P., CHOLLET B., EMIN, S. (2008), Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état des lieux, *Revue Française de Gestion*, vol.34, n°180, p. 25-43.
- EMIN S. (2006), La création d'entreprise : une perspective attractive ?, *Revue Finance Contrôle Stratégie*, vol. 9, n°3, septembre, 39-65.
- KATZ, J., GARTNER W.B. (1988), Properties of emerging organizations, *Academy of Management Review*, 13 (3), 429-41.
- KOLVEREID L. (1996), Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory & Practice* (Fall), pp 47-57.
- KRUEGER N.F., REILLY. M.D. et CARSRUD A.I. (2000), Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of business venturing*, vol.15, n°5/6, p.411-432.
- SHAPERO, A., SOKOL L. (1982), The social dimension of entrepreneurship, in: The encyclopedia of entrepreneurship, in *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Kent, C.A., D.L. Sexton & K.H. Vesper (Eds.), Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall, 72-90.
- TKACHEV, A., KOLVEREID L. (1999), Self-employment intentions among Russian students, *Entrepreneurship & Regional Development* vol. 11, p. 269-280.
- TOUNES A. (2003), *L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE*, Thèse pour l'obtention du doctorat en sciences et gestion, Université de Rouen.