



HAL
open science

Comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants : France –Pays arabes

J.P. Boissin, B. Branchet, R. Benredjem, J. Schaaper

► **To cite this version:**

J.P. Boissin, B. Branchet, R. Benredjem, J. Schaaper. Comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants : France –Pays arabes. 2009. halshs-00533312

HAL Id: halshs-00533312

<https://shs.hal.science/halshs-00533312>

Submitted on 5 Nov 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.A. C.N.R.S. 5820

CAHIER DE RECHERCHE n°2009-30 E4

Comparaison des intentions entrepreneuriales des
étudiants : France - Pays arabes

BOISSIN Jean-Pierre
BRANCHET Bénédicte
BENREDJEM Redha
SCHAAPER Jan



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



Résumé

A partir d'une grille de lecture dérivée du modèle psychosocial du comportement planifié d'Ajzen, nous étudions les déterminants des intentions entrepreneuriales affichées par les étudiants en France et dans trois pays arabes, Algérie, Liban et Tunisie. Nous observons que les niveaux mesurés de ces intentions sont très différents d'un pays à l'autre et nous essayons d'expliquer ces divergences à partir des éléments qui, selon le modèle retenu, sont à la base de ces intentions : attitude envers la création d'entreprise, normes sociales et contrôle comportemental perçu. Pour ce faire, nous proposons, en utilisant des techniques d'analyse des données, quatre facteurs (perception de la gestion du temps dans la vision de l'entrepreneuriat ; projection dans le futur professionnel ; goût du risque dans la vie professionnelle ; capacité perçue) qui structurent les intentions entrepreneuriales des étudiants, ainsi qu'une typologie qui montre des comportements quant aux intentions entrepreneuriales bien caractérisées et distinctes, entre d'une part, la France, et, d'autre part, les autres pays.

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. Ainsi, si nous nous référons à une mesure de l'activité entrepreneuriale calculée par le Global Entrepreneurship Monitor, le TEA¹, ce chiffre, pour 2007, pour la France, s'établit à 3.2 %, l'un des plus faibles taux sur les 42 pays observés. Comprendre les raisons de la faiblesse de ce taux est l'un des enjeux 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 les 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, nous avons restreint l'objet de notre étude aux intentions entrepreneuriales des étudiants.

Parce qu'à l'inverse de la France, les pays arabes², et le Liban en particulier, jouissent d'une certaine notoriété dans ce domaine de la création d'entreprise, nous nous proposons, dans ce papier, de comparer les intentions entrepreneuriales entre le Liban, l'Algérie, la Tunisie et la France. A partir d'opinions recueillies auprès d'étudiants dans ces pays, 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, et partant, leur efficacité (en termes d'impact sur la création effective).

Dans la première section, nous présenterons la théorie du comportement planifiée d'Ajzen qui sous-tend notre étude, et la manière dont ce modèle a été utilisé dans la littérature, pour les intentions entrepreneuriales. La seconde section revient sur la méthodologie suivie et l'échantillon, et avec les premiers résultats observés sur les données, met en évidence des différences de niveau des intentions

¹ Total Entrepreneurial Activity, proportion de la population âgée de 18 à 64 ans en train de créer ou ayant créé une entreprise depuis moins de 42 mois

² Il y a pas malheureusement de mesure disponible aujourd'hui sur ces pays dans GEM

entrepreneuriales entre les pays observés. A partir de là, nous cherchons à comprendre les raisons de ces différences, avec la troisième section qui, par le recours à des techniques d'analyse des données, fait émerger les facteurs structurants des intentions entrepreneuriales et construit une typologie des comportements liés à l'intention entrepreneuriale ; les résultats de cette dernière nous permettent d'exhiber des différences de nature dans les intentions entre les pays. Enfin, nous discutons ces résultats et concluons dans la dernière section.

1 Modèle d'intention et attitude entrepreneuriale

Nous avons choisi d'adosser cette recherche au modèle d'intention d'Ajzen (1987 ; 1991), la théorie du comportement planifié, qui, simple et robuste, permet de mieux appréhender le processus entrepreneurial (Krueger, 1993). Nous présentons brièvement en 1.1 ce modèle avant de décrire en 1.2 les principaux résultats du domaine.

1.1 La théorie du comportement planifié

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 : 181) ; sous un autre angle, l'intention se caractérise par sa capacité à pousser l'individu à l'action. 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, sa perception des normes sociales et le contrôle qu'il pense avoir sur la situation.

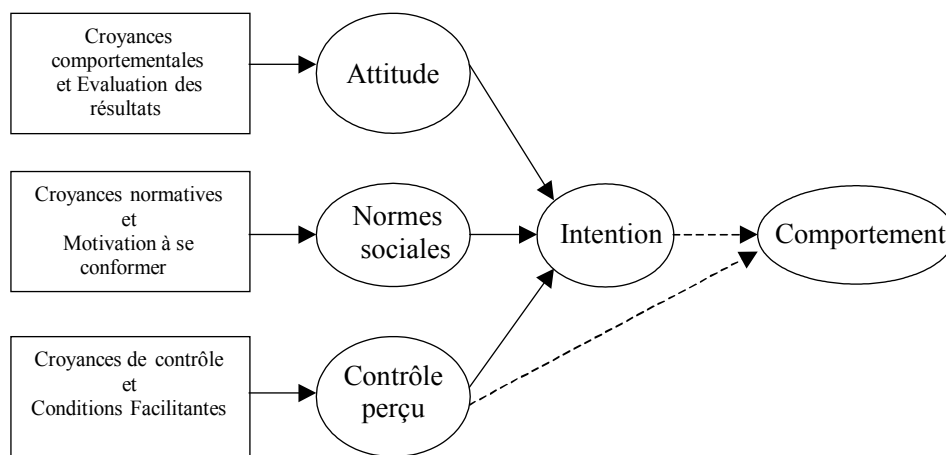
L'attitude envers le comportement renvoie au degré d'appréciation que la personne porte sur ce comportement (Ajzen et Fishbein, 1980). Si l'on applique au domaine entrepreneurial les propos d'Ajzen (1991), l'attitude envers la création d'une entreprise d'un étudiant reposerait sur ses valeurs professionnelles (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).

Les normes sociales 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. La désirabilité, selon la terminologie de Shapero, représente le degré d'attrait qu'un individu ressent envers la création d'une entreprise. 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 perçue de créer une entreprise (Shapero et Sokol, 1982).

Enfin, un dernier facteur de l'intention est construit autour du contrôle perçu défini par 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 : 457). Ce contrôle comportemental perçu peut être rapproché du concept de faisabilité de Shapero. Dans notre contexte, la faisabilité entrepreneuriale fait référence au degré avec lequel la personne pense pouvoir mener à bien la création d'une entreprise. Ces deux notions de contrôle perçu et de faisabilité sont très proches. La faisabilité est aussi compatible avec le concept d'efficacité personnelle perçue (self-efficacy) de Bandura (1977, 1982) 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 : 193), 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 : 122). 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. Ainsi, Hackett et al. (1993), cités par Krueger et al. (2000) montrent que l'impact du sexe et de l'ethnie sur les

différences dans les choix de carrière est fortement lié aux différences d'efficacité personnelle. De la même façon, Bandura (1986) et Lent et al. (1994), toujours cités par Krueger et al. (2000), mettent en évidence des corrélations entre efficacité personnelle et intentions de choix de carrière. Tout comme ces auteurs, nous avons retenu, dans notre étude, une mesure de l'efficacité personnelle, qui sera, dans notre contexte, l'évaluation qu'a la personne de sa capacité à créer une entreprise.

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



Source : adapté de Ajzen (1987, 1991)

Schéma 1

1.2 Principaux résultats empiriques du domaine dans la littérature

Regardons à présent ce que les différents auteurs ont montré dans le domaine des intentions entrepreneuriales, et, en particulier, celles observées auprès des étudiants. En effet, de nombreux auteurs ont utilisé des modèles d'intention pour la création d'entreprise (Krueger et Carsrud, 1993 ; Davidsson, 1995 ; Reitan, 1996 ; Kolvereid, 1996 ; Autio et al., 1997 ; Tkachev et Kolvereid, 1999 ; Krueger et al., 2000 ; Kennedy et al, 2003 ; Audet, 2004 ; Boissin, Chollet, Emin, 2004, 2007, 2008; 2004 ; Emin, 2006 ; Fayolle et al., 2006 ; Klapper et Léger-Jarniou, 2006). Certaines de ces études s'intéressent aux étudiants, c'est le cas, en particulier, de Kolvereid, 1996, Autio et al., 1997 (avec un modèle différent de celui d'Ajzen mais avec des résultats de même nature), Tkachev and Kolvereid, 1999, Krueger et al.,

2000, Audet, 2001 et Kennedy et al, 2003. Notons que ces résultats ont été obtenus avec des techniques de régression linéaire.

Kolvereid (1996) a ainsi étudié un échantillon d'une centaine d'étudiants norvégiens en école de commerce. Il montre que l'intention de créer son emploi est significativement corrélée avec les attitudes comportementales, les normes sociales et le contrôle comportemental perçu. Ces deux derniers éléments ont plus d'effet sur l'intention que le premier. Les variables socio-démographiques individuelles n'ont pas d'impact significatif sur l'intention, bien qu'elles soient corrélées avec les normes sociales et le contrôle perçu. Ce résultat est cohérent avec la théorie de Ajzen et Fishbein selon laquelle ces variables ont seulement une influence indirecte sur l'intention à travers les attitudes, les normes sociales et le contrôle perçu. L'étude menée par Tkachev et Kolvereid (1999) sur six-cent étudiants russes présente des résultats similaires.

Krueger, Reilly et Carsrud (2000) ont appliqué le modèle d'Ajzen au choix de carrière sur une centaine d'anciens élèves d'école de commerce aux Etats-Unis, avec des résultats sur la faisabilité perçue et les attitudes qui déterminent significativement l'intention. Comme pour Kolvereid, la faisabilité a plus d'effet sur l'intention que les attitudes comportementales, en revanche, pour eux, et à l'inverse de Kolvereid, les normes sociales ne jouent pas.

Kennedy et al. (2003) montrent à partir d'un échantillon de mille étudiants australiens, que le modèle d'intention d'Ajzen s'applique bien, avec un effet des trois grands types de variables.

L'ensemble de ces résultats confirme l'intérêt du modèle du comportement planifié pour l'étude de la création d'entreprise et, dans notre approche, nous utiliserons ces trois déterminants principaux de l'intention que sont les attitudes comportementales, les normes sociales et le contrôle perçu. Enfin, nous suivons Busentiz et al. (1996 : 25) en remarquant que chacun de ces déterminants, dépendants des facteurs cognitifs propres au pays observé, peut être, de ce fait, différent d'un pays à l'autre ; l'influence respective de chacun sur l'intention peut donc naturellement varier d'un pays à l'autre. Nous nous baserons donc en réalité sur les croyances comportementales, normatives et de contrôle.

2 Méthodologie et premiers résultats

2.1 Méthodologie

Pour approcher les intentions entrepreneuriales des étudiants, nous avons retenu une méthodologie quantitative. A partir des variables prises en compte essentiellement dans la théorie du comportement planifié (cf. section précédente), un questionnaire a été construit et un processus défini pour l'administrer.

Le questionnaire comporte ainsi :

- des variables sur l'attitude à l'égard de la création d'une entreprise, adaptées de Kolvereid. Conformément aux préconisations d'Ajzen et Fishbein (1980), pour chaque type d'attente professionnelle, deux questions ont été posées ayant trait, pour l'une, aux valeurs de la vie professionnelle, et, pour l'autre, aux valeurs attachées à la création d'entreprise :

- « Pour chacun des éléments suivants, précisez l'importance que vous lui accordez pour la qualité de votre vie professionnelle »

- « D'après vous, créer votre entreprise vous permettrait de... »

Elles représentent le degré d'évaluation, favorable ou défavorable, qu'une personne a de la création d'une entreprise.

- des variables autour de la norme sociale : cette dernière correspond à la pression sociale que le créateur potentiel perçoit et qui le pousse à réaliser ou non une action donnée. Dans cette étude, elle se définit à la fois, comme le degré d'approbation ou de désapprobation perçue par l'étudiant de la part des gens dont l'avis lui importe et aussi, comme l'importance qu'il accorde à ces opinions. Une autre question tourne autour du caractère attractif de la création d'entreprise (cf. Krueger et al. 2000).

- des variables de contrôle comportemental perçu : elles mesurent la facilité ou la difficulté que le créateur potentiel perçoit pour la réalisation du comportement. L'opérationnalisation de la mesure des croyances sous-jacentes à la notion d'efficacité personnelle n'est pas unifiée dans la littérature utilisant les modèles d'intention et n'est pas toujours précisée. Parmi les mesures accessibles, tous ces auteurs ne font pas systématiquement référence dans leur outil de mesure à des tâches spécifiques à l'acte de création. Dans la continuité de De Noble et al

(1999), nous pensons que les mesures proposées ne sont pas suffisamment orientées vers les tâches critiques du processus de création d'une entreprise et nous avons donc créé quatorze variables décrivant celles-ci. Enfin, la faisabilité perçue a été mesurée en demandant l'avis de la personne sur sa capacité à créer une entreprise. Ce concept est très proche de celui d'efficacité personnelle de Bandura qui représente la confiance d'un individu en sa capacité à mener à bien les actions requises pour arriver à un certain résultat (Bandura, 1977 : 193) ou encore la croyance en sa capacité personnelle à réaliser une tâche (Gist, 1987 : 472).

- des variables d'intentions. Conformément à la mesure proposée par Kolvereid (1996), l'intention a été mesurée en tenant compte de l'alternative professionnelle salariat / entrepreneuriat. Nous distinguons aussi entre ce que le répondant a l'intention de faire (i.e. voudrait faire en tenant compte des contraintes existantes) et ce qu'il souhaiterait faire (à l'idéal, s'il le pouvait, hors contraintes).

- des variables sur la formation à la création d'entreprise (opinion sur une telle formation, fait d'en avoir suivi une et ses caractéristiques)

- des variables sociodémographiques.

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 que les données recueillies à travers le questionnaire dans différents lieux soient homogènes entre elles et assurer ainsi l'intégrité de l'étude, un processus d'administration du questionnaire a été défini : le questionnaire doit être ainsi administré dans la langue du pays observé, afin d'éviter les biais liés à une langue étrangère, même fréquemment utilisée. Il doit aussi être administré en début de cours à tous les étudiants présents à ce cours et ramassé aussitôt ; ceci pour éviter les biais liés à des taux de réponse différents suivant la sensibilité de la population interrogée à la création d'entreprise. Enfin, s'agissant d'un module sur la création d'entreprise, le questionnaire doit être administré en tout début de module.

Cette comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants entre la France et les pays arabes s'inscrit dans le cadre d'un programme de recherche plus vaste sur les intentions entrepreneuriales des étudiants. Nous avons ainsi mis en

place un Observatoire International des Intentions Entrepreneuriales des Etudiants (OI²E²) qui dispose d'un site dédié. Ce programme repose sur une cinquantaine de partenaires répartis dans plus de vingt pays et correspond à un échantillon de près de 10000 réponses.

Les données que nous étudions dans cette analyse ont été recueillies en France, entre 2004 et 2008, en Algérie et en Tunisie en 2006 et au Liban au printemps 2008. Nous ne prenons en compte dans notre échantillon que les étudiants nationaux des pays observés ayant répondu de manière suffisamment complète au questionnaire.

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

2.2 Description de l'échantillon

L'échantillon comprend 1418 individus, soit 931 étudiants français, 140 étudiants algériens, 74 étudiants tunisiens et 273 étudiants libanais, tous inscrits en « Economie, Gestion, Commerce ou Management ».

Puisque notre but est de comparer les intentions entrepreneuriales des étudiants français, algériens, tunisiens et libanais, nous redressons l'échantillon en affectant un poids spécifique à chaque individu, afin d'avoir la même proportion en nombre d'individus pondérés pour chaque pays. Toutes les analyses décrites par la suite sont réalisées avec ces poids. 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 résume les principales caractéristiques descriptives par pays

proportion d'étudiants	France	Algérie	Liban	Tunisie
hommes	46 %	38 %	53 %	47 %
d'origine urbaine	61 %	84 %	80 %	64 %
ayant un parent créateur d'entreprise	27 %	25 %	40 %	18 %
ayant déjà travaillé en entreprise	94 %	47 %	82 %	91 %
Ayant déjà suivi une formation à la création d'entreprise	58 %	17 %	25 %	84 %

Tableau 1

46 % des étudiants sont des hommes (entre 38 % en Algérie et 53 % au Liban) ; les tunisiens sont tous en troisième ou quatrième année d'études supérieures, c'est le cas pour respectivement 69 % des français, 66 % des libanais et 55 % des algériens.

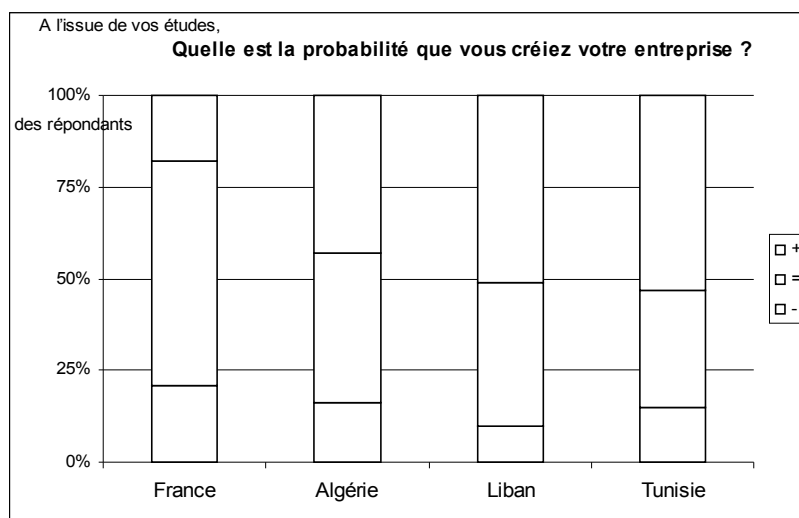
En revanche, l'âge moyen est proche en France et au Liban (22.5 et 22.3 ans respectivement, avec de petits écarts-type, 1.7 dans les deux cas) et un peu plus élevé en Algérie (22.9 ans) et en Tunisie (23.7), mais avec des dispersions plus importantes (3.7 ans pour les tunisiens, 3.5 pour les algériens)

Sur l'ensemble de l'échantillon, 34 % des pères des étudiants interrogés et 13 % des mères sont, soit artisans, commerçants et chefs d'entreprise, soit profession libérale. Le premier chiffre varie entre 24 % pour la France et 53 % pour le Liban (33 % pour l'Algérie), le deuxième chiffre, pour les mères, est compris entre 7 % pour l'Algérie et 33 % pour la Tunisie. En moyenne 28 % des étudiants ont un parent qui a créé une entreprise ; ce chiffre monte à 40 % pour les libanais. Ces variations reflètent a priori des structures économiques et une approche socioculturelle de l'emploi différentes.

78 % des étudiants ont déjà travaillé en entreprise, nettement moins en Algérie (47 %) et sensiblement moins au Liban (82 %) qu'en France et en Tunisie (94 et 91 %). Les tunisiens sont 36 % à financer leurs études en travaillant dans une entreprise, alors que cela ne concerne que 24 % des français, 22 % des libanais et seulement 20 % des algériens.

2.3 Intentions entrepreneuriales observées

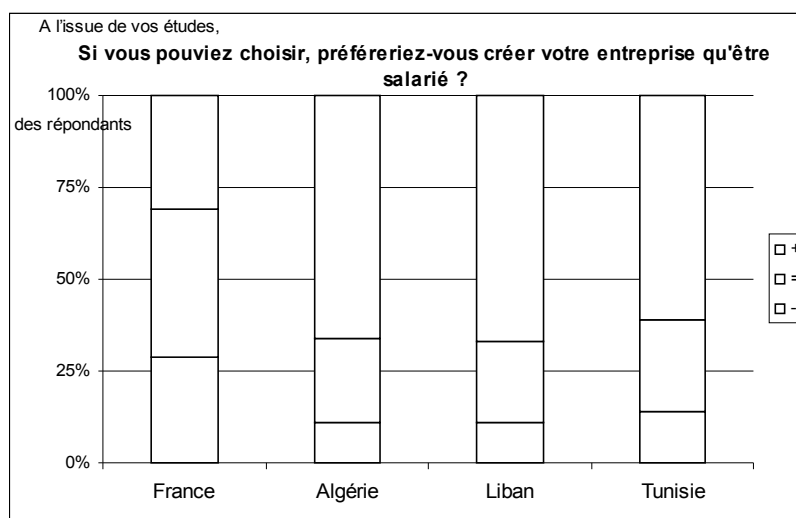
Regardons à présent les intentions entrepreneuriales exprimées par les étudiants de cet échantillon. En moyenne, 41 % des étudiants disent qu'il y a une probabilité positive qu'ils créent une entreprise après leurs études, ce chiffre varie nettement d'un pays à l'autre comme l'illustre le graphique suivant : ainsi 53 % des étudiants tunisiens, 51 % des libanais et 43 % des algériens prévoient de se lancer dans l'entrepreneuriat après leurs études mais seuls 18 % des français ont ce projet. Cet ordre est inversé si nous considérons les hésitants représentant un poids de 61 %, pour les français, bien plus que pour les autres pays, à 32 % pour les tunisiens. Enfin, pour les probabilités négatives (i.e. probabilités nulles, soit en fait, improbabilités) la fréquence la plus élevée se retrouve sur les étudiants français ; et même si l'écart absolu est moins important, il reste toutefois tout à fait sensible : 21 % des français sont dans ce cas, 10 % des libanais alors qu'algériens et tunisiens sont autour de 15 % à avoir cette position.



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'idéal³ (cf. graphique suivant). Pour tous les pays, les fréquences sont attirées vers les réponses positives, mais l'écart absolu demeure.

³ Un test du χ^2 permet de rejeter une hypothèse d'indépendance entre les deux types mesurées d'intention avec un risque de se tromper inférieur à 0.1 %, résultat qui tombe sous le sens



Graphe 2

Ainsi, plus de 60 % des libanais, algériens et tunisiens aimeraient créer leur entreprise s'ils le pouvaient, soit nettement plus que ce qu'ils prévoient en réalité (autour de 50 %) pour les libanais et les tunisiens (le passage à l'acte et la confrontation à la réalité constituent, même pour eux, une légère fuite pour la création), et très nettement plus pour les algériens (la part de l'intention positive est multipliée par 1.5 quand les diverses contraintes sont levées) ; enfin, même à l'idéal, en l'absence de contrainte, les français ne sont que 29 % à souhaiter créer (multiplication de l'intention réelle par 1.7). Il semble donc que l'intention entrepreneuriale, en France, même si elle part d'un niveau plus bas, soit, en plus, beaucoup plus contrainte par la réalité que dans ces trois autres pays.

Globalement et juste à partir de ces premières constatations, nous notons que les niveaux des intentions entrepreneuriales des étudiants sont comparables entre le Liban et la Tunisie. Les étudiants algériens semblent avoir le même type de comportement quant à ce domaine, mais sur un niveau moins élevé. Les français ont, eux, un comportement bien spécifique, sur un niveau plus bas, mais en plus, avec une proportion d'étudiants qui, à l'idéal, ne souhaitent pas créer une entreprise, qui est supérieure à la part d'étudiants qui n'ont pas l'intention de créer dans la réalité (comme s'ils étaient contraints à créer, alors qu'ils ne le souhaitaient pas). Pour vérifier cette interprétation de comportements semblables entre pays arabes et différents entre la France et les pays arabes, nous recourons à des techniques

d'analyse des données dont la mise en œuvre et les résultats sont décrits dans la section suivante.

3 Les facteurs structurants de l'intention entrepreneuriale

Pour approfondir notre compréhension des différences observées au niveau des intentions entrepreneuriales entre les étudiants de ces pays, 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 quinze questions actives (qui correspondent à 45 modalités), cinq sont des croyances sur la vie professionnelle (ne pas avoir à trop travailler, avoir un travail simple, avoir un travail qui demande peu de responsabilité, prendre des risques, appartenir à un milieu social reconnu), huit des croyances sur la vision de l'entrepreneuriat (avoir la sécurité de l'emploi, avoir un revenu fixe, ne pas avoir à trop travailler, ne pas avoir un travail stressant, avoir du

temps libre, avoir un travail simple, avoir un travail qui demande peu de responsabilités, prendre des risques) et nos deux variables d'intentions. 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.

3.1 Les facteurs structurants de l'intention entrepreneuriale

Nous choisissons de retenir quatre axes principaux⁴ pour expliquer les intentions entrepreneuriales observées sur notre échantillon. Le déterminant le plus important des intentions entrepreneuriales des étudiants est la perception de la gestion du temps dans la vision de l'entrepreneuriat ; vient ensuite l'existence ou l'absence de projection dans le futur professionnel, puis le goût du risque dans la vie professionnelle ; enfin joue la capacité perçue quant à la création d'entreprise. Ces différents facteurs sont détaillés infra.

Le premier facteur qui structure le plus les intentions entrepreneuriales est construit autour du type de vision de l'entrepreneuriat. Il oppose en effet des individus qui considèrent la création d'entreprise comme le moyen de maîtriser certains éléments de leur vie professionnelle, voire d'utiliser certains aspects comme levier, à des personnes pour qui le fait de créer son entreprise est perçue comme l'ajout de contraintes professionnelles, en particulier dans le domaine de la gestion du temps. Les premiers sont dans une perception globalement positive des attraits potentiels de l'entrepreneuriat : pour eux, créer son entreprise permet d'assurer la sécurité de l'emploi, d'avoir du temps libre et de ne pas avoir trop de travail, d'avoir un travail simple, avec peu de responsabilité et pas trop stressant et d'obtenir un revenu fixe. Par ailleurs, ils valorisent, pour leur vie professionnelle future, d'avoir un travail simple, avec peu de responsabilité, et de ne pas trop travailler ; il semblerait que, pour eux, créer son entreprise soit la solution naturelle, facilement accessible et réalisable (ils pensent qu'ils ont globalement la capacité – efficacité perçue - pour créer) qui répond à leurs souhaits de vie professionnelle future. Ils pensent donc créer après leurs études et ont envie de créer. Les étudiants

⁴ A ces quatre axes correspond 33 % 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.

tunisiens sont très proches de cette vision « créer, c'est simple », et, un peu plus loin, mais toujours très significativement, les algériens et les libanais. A l'opposé se trouvent des personnes qui ont une vision bien plus négative de l'entrepreneuriat ; pour elles, il est improbable que créer son entreprise leur permette de ne pas avoir à trop travailler, de ne pas avoir un travail trop stressant, il est peu vraisemblable que cela leur procure un travail simple, avec peu de responsabilités ou du temps libre ; par rapport à leur choix de vie professionnelle future, elles n'accordent pas d'importance à avoir un travail simple et avec peu de responsabilité. il semble donc que c'est plutôt la dimension de la gestion du temps qui les gêne dans la création d'entreprise, qu'elles perçoivent celle-là comme une contrainte ; en particulier, elles paraissent redouter que cela leur demande une implication « trop » importante en temps. De manière conséquente, après leurs études, elles ne souhaitent pas créer mais ne s'interdisent tout de même pas de le faire (importance des contraintes de la réalité) : il n'est ni probable ni improbable qu'ils créent après leurs études. Les français construisent ce côté de l'axe. Cet axe oppose donc deux opinions contrastées de la perception de la gestion du temps dans l'entrepreneuriat, c'est à dire une vision de l'entrepreneuriat d'un côté comme facile, maîtrisable et source de liberté, et de l'autre côté, comme source de contraintes car consommateur de temps ; ces différentes visions correspondent à une opposition de vue entre étudiants arabes et étudiants français.

Le deuxième facteur est un axe d'existence ou d'absence de réflexion sur son propre avenir professionnel. En effet, d'un côté, nous trouvons des personnes qui ne se prononcent pas sur leur choix de vie professionnelle future ; à tous les items que nous avons proposés, elles sont indifférentes. Parallèlement, et ceci est assez cohérent avec cette absence de choix pour leur vie professionnelle future, elles ne savent pas ce que pourrait leur apporter la création d'une entreprise ; là encore, sur tous les points avancés, elles sont indifférentes. De la même façon, elles ne savent pas, après leur études, si elles créeront, ni même si elles souhaitent, à l'idéal, créer (elles ne savent pas non plus si elles sont ou non capables de mener à bien une création d'entreprise, globalement, mais ni même pour des tâches précises). Nous avons affaire ici, a priori, à des personnes immatures quant à leur futur professionnel, qui ne se projettent pas encore dans une vie professionnelle future, et, a fortiori, dans une création d'entreprise. De l'autre côté, nous trouvons des individus avec des opinions formées et tranchées quant à leurs choix de vie

professionnelle future et quant à leur vision de l'entrepreneuriat, et y compris sur leur capacité à entreprendre. Même s'ils pensent que créer ne leur apportera ni du temps libre, ni un travail simple, ni un revenu fixe, ils estiment que créer leur permettra d'avoir un travail avec peu de responsabilité, d'éviter l'excès de stress et de prendre des risques. Or, ils valorisent, pour leur vie professionnelle future, ces deux derniers items (ainsi que de ne pas avoir à trop travailler et appartenir à un milieu social reconnu). Il est clair qu'ils ont réfléchi à leur avenir professionnel de manière suffisamment mature et précise.

Le goût du risque pour la vie professionnelle future sous-tend le troisième axe. Celui-ci oppose en effet, d'un côté, des personnes qui pensent et ont envie de créer et qui, pour leur choix de vie professionnelle future, ne valorisent positivement que prendre des risques et relever des défis (mais qui pensent pouvoir maîtriser ce risque à travers la création d'entreprise, qui pourrait leur apporter, estiment-ils, la sécurité de l'emploi), et, d'un autre côté, des individus qui ne veulent ni ne pensent créer et qui, pour leur choix de vie professionnelle future, n'accordent pas d'importance à la prise de risque. Ces derniers pensent logiquement que la création d'entreprise ne peut leur apporter ni la sécurité de l'emploi ni un revenu fixe (deux items qui « éliminent » le risque).

Le quatrième facteur structurant est basé sur la capacité perçue (faisabilité) par rapport à la création d'entreprise. D'un côté, il y a des individus qui disent qu'il est probable qu'ils créent après leur études et qui, en situation idéale, auraient aussi l'intention de créer. Et pourtant, pour eux, les apports de la création d'entreprise ne correspondent pas nécessairement à ce qu'ils valorisent pour leur vie professionnelle future, certains sont même en contradiction (prise de risque valorisée comme choix de vie professionnelle alors qu'ils jugent improbable que la création d'entreprise le leur permette) ; le facteur qui semble être à l'origine de leurs intentions est le fait qu'ils se sentent capables de créer une entreprise (globalement et aussi pour les tâches critiques dans tous les domaines nécessaires à la création : ils se sentent capables de trouver des personnes compétentes pour travailler, de manager des hommes, de planifier leur démarche, d'obtenir des fonds de proximité, d'estimer les risques, de consacrer tout leur temps et énergie au projet, de trouver une idée et les informations pertinentes sur les marchés). De l'autre côté, nous trouvons des personnes qui ne veulent et ne pensent pas créer, alors qu'elles ont une image plutôt positive de la création d'entreprise qui pourrait

leur apporter de ne pas avoir à trop travailler, de disposer de temps libre et de prendre des risques ; certes, elles ne savent pas si la création d'entreprise leur permettrait de bénéficier de la sécurité de l'emploi ou de revenus fixes, mais, pour leur choix de vie professionnelle, elles sont indifférentes par rapport à la prise de risque. L'explication de cette position apparemment contradictoire vient du fait qu'elles ne se sentent pas capables de créer : elles doutent de leurs capacités pour consacrer tout leur temps et énergie au projet, pour trouver des personnes compétentes pour travailler, et même pour identifier une idée ; elles se sentent, en particulier, incapables d'obtenir des fonds de proximité. De ce côté-ci se trouvent les français.

3.2 Une typologie des intentions entrepreneuriales

Nous avons ensuite réalisé une classification à partir de l'ensemble des axes issus de l'ACM. Nous retenons trois classes que nous décrivons plus en détail infra.

Les immatures

33 % du total de l'échantillon (redressé)

Dans cette classe sont surreprésentés les étudiants qui ne se prononcent pas sur les éléments qu'ils valorisent pour leur future vie professionnelle (croyances comportementales), y compris pour des items très directs : ils ne savent pas s'ils souhaitent un travail avec peu de responsabilités, ni s'ils veulent ne pas avoir trop de travail, ou si cela leur importe d'appartenir à un milieu social reconnu. Parallèlement, ils ne se prononcent pas sur les apports que pourrait leur apporter le fait de créer leur entreprise : ils ne savent pas si cela leur permettrait, ou pas, de ne pas avoir un travail trop stressant, de ne pas avoir trop de travail, d'avoir un travail avec peu de responsabilités, d'avoir un travail simple, de disposer de temps libre. 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). 33 % des individus de cette classe sont tunisiens (ils ne représentent

que 25 % de l'échantillon) ; on y trouve aussi, plus fréquemment qu'en moyenne, des étudiants avec un père agriculteur ou retraité.

Les salariés nés

38 % du total de l'échantillon

Les personnes de cette classe ont, plus souvent qu'en moyenne, une vision négative de l'entrepreneuriat (croyances comportementales) ; elles estiment en effet que créer leur entreprise ne leur permettrait pas de ne pas avoir trop de travail, de ne pas avoir un travail trop stressant, ni d'avoir un travail simple, ni d'avoir un travail avec peu de responsabilités, ni d'avoir du temps libre, ni de disposer de revenus fixes. Elles perçoivent donc globalement la création d'entreprise comme l'ajout de contraintes dans leur vie professionnelle. En contrepartie, les seuls apports positifs qu'elles attribuent à la création d'entreprise sont les faits d'avoir des responsabilités d'une part, et d'autre part, de pouvoir prendre des risques et relever des défis, deux éléments qu'elles ne valorisent pas spécifiquement dans leurs choix pour leur vie professionnelle future. Par ailleurs, elles ne valorisent, de manière positive, aucun des items proposés pour leur future vie professionnelle. Les personnes qui n'ont pas l'intention de créer une entreprise après leurs études, ni même en l'absence de contrainte, sont, plus souvent qu'en moyenne, présentes dans cette classe. Enfin, 77 % des étudiants français sont dans cette catégorie.

Les entrepreneurs nés

29 % de l'échantillon

Dans cette classe sont surreprésentées les personnes qui ont l'intention de créer une entreprise après leurs études et qui souhaiteraient aussi le faire, à l'idéal. Bien plus souvent qu'en moyenne, elles ont une vision positive de la création d'entreprise (croyances comportementales) 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, tout en gagnant beaucoup d'argent et en faisant quelque chose d'utile pour la collectivité. Tous ces éléments correspondent assez bien avec ceux qu'elles valorisent pour leur vie professionnelle future (travail simple demandant peu de responsabilités, ne pas avoir trop de travail, ne pas avoir un travail trop stressant) : il semble donc que la création d'entreprise réponde donc directement à

leurs attentes. Par ailleurs, elles se sentent capables de mener à bien une création d'entreprise, tant globalement (faisabilité) que par rapport à des tâches précises critiques pour cette activité (croyances de contrôle), tâches qui couvrent tous les domaines requis (trouver une idée, des informations pertinentes sur les concurrents et le marché, obtenir des fonds de proximité ou un financement bancaire et attirer des actionnaires, estimer les besoins financiers du projet et ses risques). Enfin, ils sont soutenus (croyances normatives) puisque l'opinion de leur famille, de leurs amis, de leurs professeurs et des gens importants pour eux est favorable au fait qu'ils créent une entreprise et ils jugent globalement attractive la création. Parmi les individus de cette classe, 34 % sont des étudiants tunisiens, 33 % des libanais et 31 % des algériens (la fréquence de chacune de ces modalités est de 25 % dans l'échantillon).

4 Discussion et conclusion

Dans la typologie qui précède, nous avons retenu trois classes, afin de mettre en avant les trois comportements spécifiques bien typés que nous avons décrits. Nous aurions pu aussi, au vu des résultats de la classification, n'en garder que deux (mais au détriment de la compréhension des comportements qui sous-tendent l'intention) ; dans ce cas, nous aurions eu une première classe de 48 % de l'effectif, caractérisée par des français sans intention de créer, et une deuxième classe de 52 % de l'effectif, caractérisée par des étudiants tunisiens, algériens et libanais voulant créer (la spécificité du comportement immature n'apparaîtrait plus là). Mais cela nous permet de vérifier notre intuition du 2.3 : nous avons montré qu'il y a, non seulement, une différence de niveau, entre les intentions entrepreneuriales des étudiants français et ceux des pays arabes, mais aussi, une différence de nature, et qu'il est légitime que nous regardions ainsi, d'un côté le comportement des étudiants français en cette matière, et, de l'autre, le comportement, que nous pouvons considérer comme homogène, en première approximation, et relativement au comportement français, des étudiants algériens, libanais et tunisiens.

Ceci dit, pour mieux appréhender les intentions entrepreneuriales, nous avons préféré considérer trois classes qui nous donnent trois comportements type quant aux intentions entrepreneuriales ; or, chacune de ces classes est caractérisée par un

niveau d'intention entrepreneurial bien distinct de celui observé dans les deux autres classes ; nous avons décrit les comportements sous-jacents de ces classes, que nous avons relié aux niveaux d'intention entrepreneuriale et il se trouve que chacun de ces comportements est aussi caractérisé par un pays ou un groupe de pays, ce qui nous permet de conclure à une différence de comportement entre la France et les pays arabes.

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 entrepreneuriale	Croyances comportementales	Croyances normatives	Croyance de contrôle	autre
Les immatures	33 %	=	=		(=)	Tunisie
Les salariés nés	38 %	-	-	(=)	(=)	France
Les entrepreneurs nés	29 %	+	+	+	+	Pays arabes

Tableau 2

Les trois grands déterminants de l'intention apparaissent toutes à un endroit ou à un autre. Comme dans les résultats trouvés dans la littérature, c'est 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 normatives et de contrôle ont un impact surtout dans la classe des entrepreneurs pour renforcer ou conforter l'intention.

Dans les deux tableaux suivants, les valeurs des modalités qui ne caractérisent pas significativement et positivement les classes sont indiquées entre parenthèses. Pour chaque classe, c'est la fréquence des modalités dans cette classe qui est indiquée.

classe	taille	Proportion dans la classe			
		algériens	libanais	tunisiens	français
Les immatures	33 %	(28 %)	(23 %)	33 %	(16 %)
Les salariés nés	38 %	(18 %)	(20 %)	(11 %)	51 %
Les entrepreneurs nés	29 %	31 %	33 %	34 %	(1 %)

Tableau 3

		Proportion dans la classe					
		Probabilité de créer			Envie de créer		
classe	taille	-	=	+	-	=	+
Les immatures	33 %	(9 %)	54 %	(37 %)	(11 %)	36 %	(53 %)
Les salariés nés	38 %	21 %	(46 %)	(33 %)	(23 %)	(30 %)	(47 %)
Les entrepre- -neurs nés	29 %	(15 %)	(28 %)	57 %	13 %	(15 %)	72 %

Tableau 4

Dans ce papier, après les avoir mis en évidence, nous avons tenté de mieux comprendre les différences de niveau des intentions entrepreneuriales entre la France et les pays arabes, à partir d'un ensemble de croyances tirées d'Ajzen. 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 économiques et culturels influencent ces croyances.

Nous pouvons aussi remarquer que l'âge moyen des français étant plus faible que celui des algériens et tunisiens (mais comparable à celui des libanais), et la maturité se modifiant rapidement à cet âge, ce paramètre est susceptible de rendre les intentions entrepreneuriales des français moins matures, et, donc, peut-être (nous supposons a priori une influence positive de la maturité sur les intentions,), sous-estime les intentions entrepreneuriales. Mais sûrement pas au niveau des différences que nous avons observées.

Dans un autre ordre d'idée, la familiarité avec l'entrepreneuriat (parent entrepreneur ou créateur) n'apparaît pas comme une variable caractérisant notre classe d'entrepreneurs.

Concernant les moyens d'accroître les intentions entrepreneuriales, il paraît assez clair que la dernière classe, les « entrepreneurs nés », 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 seconde classe, les « salariés nés », demanderait beaucoup d'énergie et de moyen en exigeant un changement de paradigme. En revanche, c'est sur la première classe, les « immatures » que des actions concertées pourraient relativement facilement être menées. A terme, toutefois, c'est, en France, à la classe des « salariés nés » qu'il faudra s'attaquer, afin d'y accroître la fréquence des intentions positives, à travers des actions permettant de modifier deux leviers de l'intention : leurs attitudes comportementales, 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, en particulier, qui est « neutre » sur cette classe. Ces deux leviers, actionnés de manière pertinente, devraient pouvoir faire basculer les intentions entrepreneuriales, alors neutres, vers le positif. Reste à définir les plans d'actions correspondants.

Références bibliographiques

- 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.
- Autio E, Keely R.H, Klofsten M. (1997), « Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, p. 133-147.
- 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
- Begley T.M., Wee-Liang T., Larasati A.B., Rab A., Zamora E. et Nanayakkara G. (1997), « The relationship between socio-cultural dimensions and interest in starting a business : a multi-country study », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1997.
- 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.), (2003) *Le concept de Maison de l'Entrepreneuriat – un outil d'action pour l'initiative économique sur les campus*, Contrat Ministère de la Jeunesse, de l'Éducation Nationale et de la Recherche, Université Pierre Mendès France (Grenoble II – Sciences sociales), Décision n° 02 M 5517, Avril. <http://www.grenoble-universite-recherche.org/mde>
- 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 dirigée par Jean-Pierre Boissin pour la Direction de la Technologie du Ministère français de la Jeunesse, de l'Éducation Nationale et de la Recherche. <http://www.grenoble-universite-recherche.org/mde>
- Boissin, J-P., Chollet, B., Emin, S. (2007), « Explaining the intention to start a business among French students: a closer look at professional beliefs », in *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, Edited by A. Fayolle, Published by Edward Elgar, vol.2, chap. 17, p. 266-281
- 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.
- Boissin, J-P., Emin, S. (2007), « Les étudiants et l'entrepreneuriat : l'effet des formations », *Gestion 2000*, vol.24, n°3, p. 25-42.
- Busenitz, L.W. and Lau C.M., 1996, "Across-cultural cognitive model of new venture creation", *Entrepreneurship Theory Practice*, 20, n°4, 25-39
- Davidsson P., (1995), « Determinants of entrepreneurial intentions », *RENT IX Workshop*, Piacenza, Italy, Nov, p. 23-24.

De Noble, A.F., Jung D., Ehrlich, B. (1999), « Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial intentions and actions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, n°4, p.63-77.

Emin S. (2006), « La création d'entreprise : une perspective attractive ? », *Revue Finance Contrôle Stratégie*, vol. 9, n°3, septembre, 39-65.

Fayolle A., Gailly B., Lassas-Clerc N. (2006), « Mesure de l'effet à court et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (PEE) sur l'intention entrepreneuriale des participants : importance des conditions initiales », 8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 25-27 octobre, Fribourg, Suisse.

Gist, M.E. (1987), « Self-efficacy : Implications for organizational behavior and human resource management », *Academy of Management Review*, 12 (3), 472-85.

Katz, J. et W.B. Gartner (1988), « Properties of emerging organizations », *Academy of Management Review*, 13 (3), 429-41.

Kennedy, J., Dr J. Drennan, Dr P. Renfrow et Dr B.Watson (2003), « Situational factors and entrepreneurial intentions », 16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Austrian and New Zealand, 28 September – October 2003.

Klapper R et Léger-Jarniou C (2006) « entrepreneurship intention among french grande école and university students », *Industry and Higher Education*, vol. 20, n°2 (avril), pp 97-110.

Kolvereid L. (1996), « Prediction of employment status choice intentions », *Entrepreneurship Theory & Practice* (Fall), pp 47-57.

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

Krueger N.F. et Carsrud A.I. (1993), « Entrepreneurial intention: applying the theory of planned behavior », *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-30.

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.

Larrera de Morel B. (1997), « Evaluation des aides à la création d'entreprise », La documentation française.

Reitan, B. (1996), « Entrepreneurial intentions : A combined models approach », 9th Nordic Small Business Research Conference, Lillehammer, Norway.

Rojot J. (2003), *Théorie des organisations*, Eska, Paris, 534p.

Senicourt P. et Verstraete T. (2000), « Apprendre à entreprendre. Typologie à quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sein du système éducatif », *Reflets et Perspectives*, XXXIX, vol. 4, p.1-10.

Shapiro, A. and L. Sokol (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. et L. Kolvereid (1999), « Self-employment intentions among Russian students », *Entrepreneurship & Regional Development* vol. 11, p. 269-280.

Torrès O. and Eminent A. (2005), « Rapport 2003-2004 sur l'entrepreneuriat en France et dans le monde », *Global Entrepreneurship Monitor*

Tounés 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.