

# Nature de l'engagement du créateur et choix du statut de son entreprise

Michelle Hentic-Giliberto, Robert Paturel

DANS LA REVUE DES SCIENCES DE GESTION 2017/3-4 n° 285-286 , PAGES 13 À 29  
ÉDITIONS DIRECTION ET GESTION

ISSN 1160-7742

DOI 10.3917/rsg.285.0013

Date de mise en ligne : 12/01/2018

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2017-3-page-13?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...  
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour Direction et Gestion.**

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur [cairn.info/copyright](http://cairn.info/copyright).

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

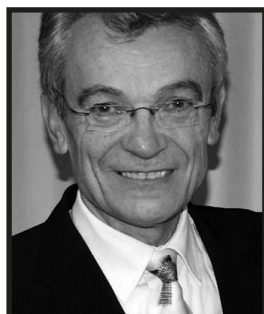
# Nature de l'engagement du créateur et choix du statut de son entreprise

par Michelle Hentic-Giliberto et Robert Paturel



**Michelle HENTIC-GILIBERTO**

Enseignante Associée – Docteure en sciences de gestion, LEGO (Laboratoire d'Économie et de Gestion de l'Ouest), Axe « Comportement organisationnel » – Membre de l'équipe « Entrepreneuriat-TPE/PME », Université de Bretagne Occidentale. France



**Robert PATUREL († 2017)**

Professeur Émérite des Universités LEGO (Laboratoire d'Économie et de Gestion de l'Ouest), Animateur de l'équipe « Entrepreneuriat-TPE/PME », Université de Bretagne Occidentale. France

Dans l'environnement en profonde mutation de ce début de <sup>xxi</sup> siècle, les formes d'emploi évoluent. L'entrepreneuriat, quelles que soient ses pratiques, se développe fortement. Aux États-Unis, certains éditorialistes parlent même de « *Freelance Nation* », constatant que la progression du travail indépendant participe à hauteur de 99 %<sup>1</sup> à la création d'emplois de 2000 à 2011.

En France, c'est au travers du régime de l'auto-entrepreneur<sup>2</sup> créé en 2008, qu'une impulsion nouvelle de l'entrepreneuriat est observée. Depuis son instauration en janvier 2009, ce sont plus de 50 % des créations enregistrées, en données brutes, qui sont des auto-entreprises<sup>3</sup> (Union des Auto-Entrepreneurs, 2016; Insee, 2016).

Dans ce contexte, de récentes enquêtes sur la culture entrepreneuriale des Français révèlent que la création d'entreprises serait perçue comme favorable à l'épanouissement personnel des individus et permettrait le développement de leurs talents et de leur créativité (Institut Think pour CERFRANCE et Novancia, 2014). Cette montée en puissance de l'entrepreneuriat répondrait également à une aspiration des jeunes générations. Les jeunes diplômés<sup>4</sup> sont 50 % à déclarer vouloir devenir des entrepreneurs. Si l'on ne peut parler de « fin du salariat » (J- P. Gaudard, 2013), il semble que nous assistions à un éclatement

1. Chiffres du Bureau of Economic Analysis of the United States, Department of Commerce, cité par Ernest & Young (2014), *La Révolution des métiers*. En ligne à l'adresse <http://www.ey.com>.

2. Dénommé micro-entrepreneur depuis janvier 2016, ce statut est théoriquement ouvert à la totalité des personnes physiques majeures résidant en France. Il est soumis au régime micro-fiscal et bénéficie d'une réglementation et d'un suivi administratif et social allégé (formalités de création réduites, mode de calcul et de paiement des cotisations et contributions sociales et de l'impôt sur le revenu simplifié). Il permet la réalisation d'activités dont le chiffre d'affaires en 2016 s'élève à 82200 €(HT) pour une activité d'achat/vente, et à 32900 €(HT) pour une activité de prestation de services. Pour plus de développements juridiques, voir les lois n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (JORF, 2008) et n° 2014-626 du 18 juin 2014 (JORF, 2014).

3. Le réseau des URSSAF comptabilise à fin juin 2015 plus d'un million d'auto-entrepreneurs inscrits (ACOSS Stat, 2016). Les séries longues de l'Insee (2016) indiquent 223469 créations brutes d'auto-entreprises sur l'année 2015.

4. Étude CSA-LinkedIn dans Ernest & Young (2014).

du modèle traditionnel de l'emploi. En créant leur activité, au-delà de la quête d'un emploi, les individus voudraient réaliser leurs rêves et avoir une sensation de liberté.

Cette perception de l'entrepreneuriat par les nouvelles générations d'entrepreneurs interroge quant à leur engagement, non seulement au regard de l'activité qu'ils créent mais aussi vis-à-vis des différents partenaires que la création d'affaires sollicite. Défini communément comme un acte, une promesse, un contrat qui lie l'individu, l'engagement dans le cadre du statut de micro-entrepreneur ou d'auto-entrepreneur mérite une attention spécifique, notamment concernant les aspects financiers que la création d'entreprise induit.

À cet égard de nombreuses études soulignent le rôle de l'engagement financier du créateur et mettent en évidence l'impact des contraintes de financement sur la poursuite du projet entrepreneurial (D. Evans et B. Jovanovic, 1980; J. Austin et al., 2006). Pour autant, il n'existe pas, à notre connaissance, d'investigation mettant ces contraintes en lien avec le choix d'une nature de statut plutôt qu'une autre. Cette recherche tente d'identifier si les formes juridiques et sociales facilitantes telles que le statut de l'auto-entrepreneur, induisent des critères spécifiques d'engagement entrepreneurial tant d'un point de vue personnel que financier.

Notre travail sur l'engagement entrepreneurial du créateur, entrepreneur naissant, vise à comprendre la démarche entrepreneuriale de l'acteur entrepreneur. Il s'inscrit dans une réflexion relative à la retenue d'informations non financières, éléments essentiels à la prise de décision des investisseurs, selon J. Cohen et al. (2011, p. 111).

Nous proposons une mesure de l'engagement entrepreneurial des porteurs de projets de création d'activités et tentons d'identifier si la nature du statut envisagé lors de la création est liée à l'engagement entrepreneurial de ces derniers. L'étude empirique porte principalement sur l'identification de caractéristiques distinctives en termes d'engagement de créateurs choisissant l'auto-entreprise par rapport à la forme sociétaire.

La mesure de l'engagement est circonscrite au moyen d'une approche par les paradigmes entrepreneuriaux et limitée aux caractéristiques observables ou mesurables sur le terrain. L'étude se fonde sur des données non financières collectées entre fin 2008 et début 2012 dans le cadre d'un accompagnement à la création d'entreprises de 536 porteurs de projets sur le territoire breton.

Dans un premier temps, à partir d'une revue de littérature, nous précisons le concept d'engagement. Nous exposons les notions de processus et de projet entrepreneurial qui permettent d'asseoir le rôle de l'engagement entrepreneurial dans la création d'entreprises, et présentons nos hypothèses. Nous poursuivons par la mise en évidence d'une mesure de l'engagement entrepreneurial des néo-entrepreneurs. Nous précisons tout d'abord le terrain de recherche et la structuration des données, puis, au moyen de la mobilisation de l'analyse en composantes principales, nous proposons un construit de l'engagement entrepreneurial. Dans un troisième temps, grâce à ce construit, nous soumettons à un

modèle prédictif le choix entre le régime de micro-entrepreneur et la forme sociétaire par une régression logistique et terminons par une interprétation et une discussion des résultats.

## 1. L'engagement entrepreneurial, paramètre pertinent de la création d'activité

Lors d'enquêtes sur l'esprit d'entreprise, de nombreux individus expriment souvent leur souhait de fonder leur propre entreprise, mais force est de constater qu'ils ne se lanceront pas tous dans l'aventure<sup>5</sup>, loin s'en faut.

Dans ce contexte, il est nécessaire d'avoir une meilleure compréhension de l'acte entrepreneurial. Pour L.J. Filion (2008, p. 38), « Parmi les éléments clés qui expliquent cet acte réside la pensée de l'acteur entrepreneurial ». L'activité entrepreneuriale s'inscrit dans une approche conjointe de la dimension processuelle et de la dynamique combinée de l'individu sur le projet entrepreneurial et réciproquement. T. Verstraete (2002, p. 31) parle de la dialectique entrepreneuriale tandis que C. Bruyat (1993, p. 54) évoque la « dialogique individu – création de valeur nouvelle » que nous pouvons actualiser par la dialogique « individu-obtention de valeur nouvelle ou existante », tant la création de valeur réellement nouvelle est rare en entrepreneuriat de nos jours. Comme le mentionne N.F. Krueger (2007, p. 130), le rôle de l'identité entrepreneuriale et de sa perception est un aspect central de l'engagement entrepreneurial.

Tout d'abord, nous présentons le concept d'engagement (1.1), puis nous le précisons dans le contexte entrepreneurial avec l'aide de la notion de processus (1.2) et de projet (1.3), avant de formuler les hypothèses de la recherche (1.4).

### 1.1. Précisions sur la notion d'engagement

La notion d'engagement se rapporte à l'action de se lancer par une promesse, une convention, une obligation en vue d'une action précise ou d'une situation donnée<sup>6</sup>.

Comme le rappelle S. Berger-Douce (2007, p. 54), l'engagement est un concept étudié depuis de nombreuses années. Déjà H. Becker en 1960 précise la notion d'engagement. Il l'explicite en référence à une cohérence de trajectoire et invite à analyser la concordance du comportement par l'engagement à partir des trois éléments suivants devant permettre d'identifier l'engagement individuel : (1) les actions antérieures des personnes mettant en jeu des intérêts initialement éloignés de la poursuite d'une trajectoire cohérente d'activité; (2) une reconnaissance

5. Près d'un Français sur trois envisageait de créer ou reprendre une entreprise un jour, soit un vivier d'environ 15 millions d'entrepreneurs en 2014 (Institut Think pour CERFRANCE et Novancia, 2014), (base estimative de la population française : 51 millions de personnes âgées de 18 ans et plus (Chiffres Insee – janvier 2014)).

6. Définition Larousse.fr



point les propriétés du changement actionné par l'entrepreneur ont besoin d'être canalisées dans une approche construite. C'est ce qu'apporte la notion de projet. L'entrepreneuriat, [est] indissociable de l'approche projet. La capacité à se projeter dans l'avenir, à définir une vision et à la traduire aux parties prenantes est une caractéristique spécifique de l'entrepreneur. Or, bien souvent, on fait comme si le projet de l'entrepreneur est donné, alors que, la plupart du temps, il est à construire (C. Schmitt, 2007, p. 49).

Lors de la création d'une activité, « la mobilisation et le management des ressources et des compétences requises [...] influencent le déroulement du processus entrepreneurial, ainsi que la nature des difficultés rencontrées » (B. Charles-Pauvers et al. 2004, p. 323). L'inscription de la création d'entreprises dans une dynamique projet nécessaire aux entreprises innovantes peut être étendue à toute nature de projet entrepreneurial, comme le suggèrent C. Schmitt et M. Bayad (2008, p. 145). Il semble donc essentiel d'aborder l'entrepreneuriat selon la perspective du projet entrepreneurial. C'est lui qui fait le lien entre l'entrepreneur, sa perception du contexte ou de l'environnement externe. L'artefact qu'est le projet permet à l'individu qui le porte, d'une part, de construire sa représentation de son devenir et, d'autre part, de partager cette représentation avec les différentes parties prenantes. Le projet entrepreneurial en tant qu'objet subjectif se construit à partir de la vision de l'entrepreneur et de ses interactions avec son environnement.

Mais si on identifie le projet comme un élément essentiel du processus entrepreneurial, ceci signifie qu'il doit être défini. Il est donc important que l'entrepreneur soit à même de circonscrire son projet, de le concevoir et le préciser, afin de le mettre en œuvre à travers son action entrepreneuriale. L'actionnabilité simultanée des trois dimensions entrepreneuriales (individu, projet, relation individu-projet), vérifie la cohérence du projet et, donc, ses chances de réussir. Dans la mise en œuvre de son projet, le créateur, entrepreneur naissant, doit trouver une nécessaire cohésion entre sa réalité d'entrepreneur, son projet et l'environnement au niveau duquel son projet s'insère. Il s'inscrit en ce sens dans une dynamique d'apprentissage entrepreneurial (N.F. Krueger, 2007, p. 124 ; S. Sarasvathy, 2001, 2011).

## 1.4. La formulation des hypothèses de recherche

Dans la poursuite des études menées sur l'engagement entrepreneurial, nous cherchons à identifier s'il existe un lien entre l'engagement entrepreneurial d'un entrepreneur naissant, porteur d'un projet de création d'activité, et la nature du statut qu'il choisit (auto-entrepreneuriat ou forme sociétaire).

Nous émettons les hypothèses suivantes selon lesquelles :

**H1 : L'engagement entrepreneurial d'un individu ne peut se réduire à la nature du statut choisi par le créateur.**

L'importance de l'engagement entrepreneurial dans le montage et la mise en œuvre du projet de création aide à mieux appréhender l'entrepreneur naissant.

**H2 : La mesure de l'engagement entrepreneurial peut aider à mieux appréhender le créateur entrepreneur.**

Des hypothèses H1 et H2, nous formulons l'hypothèse H3.

**H3 : Le statut choisi est dépendant de l'engagement entrepreneurial du créateur d'entreprise et, en particulier, de sa dimension financière.**

Aussi, nous postulons que :

**H3a : Le statut choisi dépend de l'engagement entrepreneurial du créateur.**

Nous pensons que l'étude de cet engagement nécessite une identification particulière de l'engagement financier que le porteur de projet accepte de prendre, mesuré par le risque financier. Nous suggérons que cet engagement financier est un critère de choix d'un statut plutôt qu'un autre. Ainsi, nous formulons l'hypothèse ci-après :

**H3b : Il existe un lien entre l'engagement financier du porteur de projet de création d'activité et le choix d'un statut.**

Nos hypothèses peuvent se schématiser comme celles qui sont présentées Figure 1.

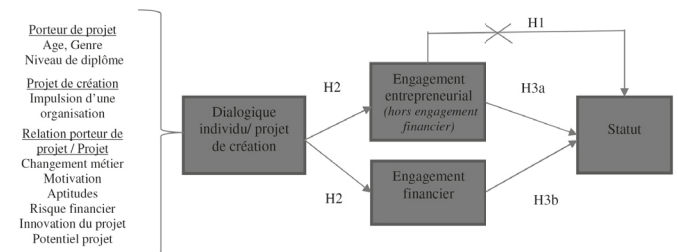


Figure 1 : Représentation schématisée des hypothèses de recherche<sup>8</sup>

## 2. Le construit de l'engagement entrepreneurial

Après la présentation du terrain de la recherche (2.1) et la structuration des données (2.2), nous évoquons les techniques quantitatives mobilisées et les résultats obtenus (2.3), au sein d'un deuxième point portant sur le construit de l'engagement entrepreneurial (2.).

### 2.1. Précision sur le terrain de l'étude

Cette recherche s'appuie sur une collecte de données réalisée de fin 2008 à début 2012 dans le cadre d'un accompagnement préalable à la création d'entreprises en pointe bretonne. Les créateurs contractualisent avec la structure d'accompagnement

8. Une croix sur la relation signifie que l'on souhaite vérifier qu'elle n'existe pas.

Directoire de Gestion et de Stratégie de l'Entrepreneuriat - 2017-2026 sur www.caim.info

Hommes et entreprises

Tableau 1. Concepts mobilisés et données collectées

Paradigme entrepreneurial	Dimension entrepreneuriale	Référence de recherches	Concept étudié / Libellé de la variable	Définition / Précision sur les données collectées pour l'étude	Type et modalités
Approche comportementale <sup>a</sup>	Porteur de projet entrepreneurial	A. Henley, 2005; A.E. Burke et al. 2008; R. Fairlie et A. Robb, 2009; T. Lebègue, 2012	Genre/Genre	Identification selon que le créateur est Homme ou Femme.	Variable nominale dichotomique
		A. Henley, 2005	Age /Tranche d'âge	Affectation du porteur de projet selon sa tranche d'âge (Moins de 30 ans; 30 à 44 ans; 45 à 54 ans; 55 ans et plus).	Variable ordinale 4 modalités
		D. Deakins et G. Whittam, 2000; D.G. Blanchflower, 2000; A. Henley, 2005, 2007	Niveau d'études / Niveau de diplôme	Affectation du porteur de projet selon son niveau de diplôme. (Aucun à CAP-BEP; BAC; BAC+1 à BAC +2; BAC+3 et plus)	Variable ordinale 4 modalités
Approche managériale <sup>b</sup>	Projet de création	J.D. Black, 1996; A. Henley, 2005; A.E. Burke et al. 2008; N. Levratto et E. Severin., 2012	Création en Entrepreneur individuel, ou autres natures de créations / Nature du statut envisagé	Prise en compte du statut envisagé par le créateur (Auto-entrepreneur, Société).	Variable nominale dichotomique
		W.B. Gartner, 1988; T. Verstraete, 2002	L'impulsion d'une organisation /	Inscrit dans un processus d'accompagnement à la création d'entreprise, les différents cas analysés sont en phase préalable à la création. Trivialité du concept dans le cadre de la recherche.	Non Significatif <sup>c</sup>
Approche comportementale	Relation Porteur de projet / Projet <sup>d</sup>	C. Bruyat, 1993; A.H. Van de Ven et M.S. Poole, 1995; M. Taylor, 1999; Paturel, 2011	Changement /Niveau de changement métier	Mesure à travers l'intensité du changement de métier que le projet entrepreneurial nécessite. Sur les 5 natures de changement identifiées par Auteur (2011, p.17), c'est la seule retenue. Le changement de statut va de soi ainsi que celui de fonction et d'organisation. Pour le changement géographique, souvent la création d'activité est un substitut au changement de localisation géographique dans le cadre d'un emploi salarié. Plus la nouvelle activité sera éloignée de l'ancienne, plus l'intensité des problèmes à surmonter sera conséquente et le niveau de changement métier élevé (Changement total à Pas de changement).	Variable métrique Échelle d'Osgood à 4 modalités
		D. Naffziger et al., 1994; A.E. Burke et al., 2008; A. Carsrud et M. Brännback, 2011; M. Caliendo et al., 2014	Motivation économique ou d'indépendance ou réalisation personnelle /Niveau de motivation	Mesure de la motivation du porteur de projet pour la création d'activité dans la mise en œuvre de son projet fonction uniquement de son intensité (sa nature n'est pas prise en compte); cette mesure provient de la perception du consultant, évaluateur du projet sur 4 modalités (Aucune motivation à Très motivé).	Variable métrique Échelle d'Osgood à 4 modalités
		F.H. Knight, 1921; D. Evans et B. Jovanovic, 1989; J.D. Black, 1996; D. G. Blanchflower et A.J. Oswald., 1998; J. Austin et al., 2006; A.E. Burke et al., 2008	Risque financier / Risque financier	Mesure de l'engagement financier du porteur de projet. Il s'agit du risque financier pris par le porteur de projet de création lors de la concrétisation de son projet (Risque élevé à Pas de risque).	Variable métrique Échelle d'Osgood à 4 modalités

Paradigme entrepreneurial	Dimension entrepreneuriale	Référence de recherches	Concept étudié / Libellé de la variable	Définition /Précision sur les données collectées pour l'étude	Type et modalités
Approche managériale	Relation Porteur de projet / Projet	C. Bruyat, 1993; S. Sarasvathy, 2001; T. Verstraete, 2002; N.F. Krueger, 2007; D. Dimov, 2010	L'apprentissage / Niveau d'aptitude	Notion mesurée par l'aptitude du créateur à expliciter et mettre en œuvre son projet. Cette aptitude se mesure tout au long de l'éva- luation et qualifie la performance de l'individu dans la construction et la mise en œuvre de son projet d'affaires (Pas d'aptitudes à Aptitudes élevées).	Variable métrique Échelle d'Osgood à 4 modalités
Approche managériale	Relation Porteur de projet / Projet	J. Schumpeter, 1935; S. Gifford, 1992; R.T. Hamilton et D.A. Harper, 1994; H. Aldrich, 1999; S. Shane et S. Venkataraman 2000; B. Charles-Pauvers et al., 2004; P. Davidsson, 2005; J.E. Cliff et al., 2006	L'innovation/ Niveau d'innovation du projet	Mesure de l'intensité de l'innova- tion entrepreneuriale (Aucune innovation à Innovation élevée).	Variable métrique Échelle d'Osgood à 4 modalités
		I. Kirzner, 1973, 1997; H. Simon, 1976; S. Shane et S. Venkataraman, 2000 J. Schumpeter, 1935; Paturel, 2011	L'opportunité d'affaires Obtention de valeur nouvelle ou existante / Niveau d'Évaluation du Potentiel Projet	Mesure de la viabilité du projet en fonction du marché potentiel Le potentiel d'obtention de valeur est identifié à travers le potentiel du projet (Pas de potentiel à Potentiel élevé).	Variable métrique Échelle d'Osgood à 4 modalités
		C. Bruyat, 1993, 2001; A. Fayolle et N. Lassas-Clerc, 2005; I. Grilo et R. Thurik 2005, 2008; E-M. Hernandez 2006; P. van der Zwan et al., 2010; J. Hessels et al. 2011	L'engagement entre- preneurial	C'est l'objet de la recherche. Construit latent, il est issu de l'ACP réalisée à partir des diffé- rentes variables mobilisées.	Non Significatif

a. L'approche comportementale se réfère aux paradigmes des traits et des faits entrepreneuriaux, avec le genre, l'âge, le niveau d'études, le changement, la motivation, la nature de la création, le risque financier.  
b. L'approche managériale se rapporte aux paradigmes de l'impulsion d'une organisation, de l'opportunité d'affaires, du processus, du projet, de l'apprentissage, de la création ou de l'obtention de valeur, de l'innovation, et de l'engagement.  
c. Trivialité du concept dans le cadre de la recherche, l'étude concernant des projet de création d'entreprise.  
d. Toutes les variables de cette dimension concernent la mesure des attitudes et des opinions des porteurs de projet. Elles résultent d'informations complémentaires collectées auprès des consultants qui accompagnent les entrepreneurs. Le codage des données a été réalisé par les consultants parmi lesquels figure l'un des auteurs.  
Leur structuration s'inscrit dans une approche monadique et l'utilisation d'une échelle verbale unidirectionnelle de type échelle d'Osgood (Y. Evrard et al., 2009, p. 272). Construite de sorte que le consultant puisse exprimer son opinion de façon différenciée, le nombre de catégories est limité à quatre. Cette approche facilite la tâche cognitive du répondant et garantit les propriétés de mesure de l'échelle de réponse. En conséquence, l'homogénéité de ces variables permet l'utilisation de méthodes d'analyses métriques (Y. Evrard et al., 2009, p. 296).

pour une durée de six semaines, période au bout de laquelle un dossier d'évaluation du projet leur est remis. Les données utilisées dans cette étude sont issues des dossiers de création des porteurs de projet.

## 2.2. Une structuration paradigmatique des données

L'identification des processus cognitifs est au centre de nos travaux. Nous adhérons au principe selon lequel toute organisation est en constante évolution et celle-ci est la résultante des décisions des agents qui y sont impliqués (H.A. Simon<sup>9</sup>, 1990). Aussi, pour saisir au mieux la complexité du phénomène entrepreneurial, notre réflexion s'inscrit dans une approche paradigmatique (E. Morin, 1980). Cet appui de l'étude sur des

paradigmes est précieuse, car ils constituent un socle commun à un ensemble de chercheurs et « fournissent une loi, une théorie, une application et un dispositif expérimental, bref un modèle qui donne naissance à des traditions particulières et cohérentes de recherche scientifique » (T. Kuhn, 1983).

Notre recherche prend également en compte les travaux de l'approche comportementale et managériale de l'entrepreneur. Les concepts mobilisés, en référence à la littérature, sont précisés dans le Tableau 1 et mis en relation avec les données de l'étude. Les variables sont ici définies selon les trois dimensions entrepreneuriales que sont le porteur de projet, le projet de création et la relation porteur de projet / projet de création. Les caractéristiques des variables sont également résumées au sein du Tableau 1.

C'est à partir des dossiers d'évaluation préalable à la création, notre matériau de base, que les variables étudiées ont été identifiées. Dans un premier temps, une cinquantaine de dossiers ont été examinés afin de valider la pertinence de l'utilisation de l'échantillon global pour répondre à la problématique de la

9. Selon S. Charreire & I. Huault (2001, p. 36), « L'enjeu est, pour H. Simon, de repérer les processus cognitifs de conception par lesquels sont réalisées les stratégies d'action ».



paradigmes entrepreneuriaux identifiés dans l'analyse de la littérature scientifique, ce qui permet une non-redondance des informations.

### Pertinence de l'analyse et adéquation de l'échantillon

Comme le soulignent Y. Evrard *et al.* (2009, p. 400), pour réaliser une analyse en composantes principales, il convient de s'assurer de la pertinence de la méthode et de vérifier l'adéquation des données et leur structuration à travers les variables étudiées. Les résultats du test de Barlett<sup>13</sup> (valeur calculée (814,844) statistiquement significative) et le KMO<sup>14</sup> (valeur de l'indice : 0,656), valident l'intérêt de son utilisation pour identifier s'il existe des dimensions latentes, non observables a priori par nos différentes variables (Tableau 4, modèle 1).

Tableau 3. Contraintes de suffisance – Comparaison entre les règles d'usage et l'échantillon test étudié

Règles d'usage	Échantillon des 50 dossiers
Nombre d'observations supérieures à 30 ou 50, voire 100	50 observations Règle respectée
Nombre d'observations > nombre de variables de 30 à 50	50 observations et 6 variables Règle respectée
Nombre d'observations > 4 fois (voire 5 fois) le nombre de variables	50 > 6 x 4 (24) 50 > 6 x 5 (30) Règle respectée

### Réalisation et résultats de l'ACP sur les 50 dossiers de création de l'échantillon test

Afin d'identifier le nombre de facteurs à retenir, nous avons mobilisé les concepts d'application du critère de variance expliquée, le choix de la méthode de rotation et la réduction des dimensions, que nous déclinons ci-après.

Sur les six variables extraites, l'application du critère de la valeur propre<sup>15</sup> conduit à conserver deux composantes principales<sup>16</sup> (Tableau 4, modèle 1) qui expliquent plus de 62 % de la variance totale, ce qui est très satisfaisant dans le domaine des sciences sociales (C. Donada et A. Mbengue, 2007, p. 407 ; J. Hair *et al.* 2010, p. 109). Ce pourcentage se répartit en 41,192 % pour la première composante et 21,195 % pour la deuxième.

Afin de simplifier la structure des facteurs et d'en faciliter l'interprétation, une rotation orthogonale Varimax<sup>17</sup> et une rotation oblique Oblimin des facteurs ont été réalisées. À la suite de la comparaison des résultats, nous avons conservé la rotation orthogonale Varimax<sup>18</sup>. Ce choix tient à la faible corrélation entre les composantes principales restituée par la rotation orthogonale Oblimin (0,118) et à une comparaison des matrices de saturation qui confirme une meilleure restitution de l'information par la rotation Varimax, en particulier sur la deuxième dimension (Tableau 4, modèles 2 et 3).

À ce stade, comme le « Risque financier » présente une corrélation relativement faible avec les autres items, nous avons relancé une ACP (rotation Varimax) en forçant le nombre de facteurs à trois (modèle 4). Le résultat obtenu explique près de 77 % de la variance initiale et confirme le peu de variance partagée entre le « Risque financier » et les autres items. Le « Risque financier » ressort comme constituant à lui seul une dimension propre avec une corrélation linéaire entre les variables initiales et les facteurs de 0,981. La solution à trois dimensions garde stables les deux premiers facteurs, ce qui renforce la robustesse de leur interprétation et la présomption de validité de la solution (Y. Evrard *et al.* 2009).

Dans la suite des traitements, nous conservons ces trois dimensions qui, en référence à la littérature, appréhendent au mieux la dialogique porteur de projet / projet de création. Il faut cependant noter la fiabilité assez faible de la deuxième composante (alpha de Cronbach = 0,603), ce qui peut s'expliquer par le nombre restreint d'items de cette dimension.

Pour valider l'identité du construit de l'engagement entrepreneurial à travers ses trois dimensions, quelle que soit la nature de statut envisagé par le porteur de projet, nous avons effectué l'analyse en composantes principales sur les statuts d'auto-entrepreneur d'une part et de sociétaire d'autre part. Les résultats (modèles 5 et 6) montrent une structuration des variables initiales conforme aux ACP menées sur l'ensemble des projets analysés (modèle 4) et viennent confirmer l'existence

13. Le test de sphéricité de Barlett permet d'obtenir la probabilité de l'hypothèse nulle H<sub>0</sub>, selon laquelle toutes les corrélations entre les variables sont de zéro. La valeur calculée du test est statistiquement significative si la Signification de Barlett est inférieure à 0,001. Dans ce cas, la matrice des corrélations entre les différentes variables n'a donc pas une structure aléatoire. Ce résultat met en évidence qu'une analyse factorielle semble possible, car les données sont factorisables.

14. L'indice de Kaiser, Meyer et Olkin (KMO) identifie l'existence des corrélations partielles entre paires de variables (A. Jolibert & J. Philippe, 2011, p. 299). Sa valeur permet de connaître selon quelle proportion les variables retenues forment un ensemble cohérent et sont une mesure adéquate de restitution de l'information collectée. La valeur de l'indice (0,656), est jugée comme satisfaisante dans le domaine de la recherche en management (C. Donada et A. Mbengue (2007, p. 407)) ; par contre, les valeurs inférieures à 0,5 sont jugées insuffisantes.

15. Cette méthode consiste à ne conserver que les composantes qui ont un pourcentage de variance expliquée supérieur à 100/ n où n est le nombre de variables. En effet, si les variables sont également réparties sur chaque facteur, alors le pourcentage de variance expliquée par chaque facteur sera proche de 100/n.

16. Ce résultat est également validé par le test de Cattell (1966), autrement nommé méthode du « Scree Test ».

17. Les rotations orthogonales produisent des solutions plus faciles à interpréter (A. Jolibert & J. Philippe, 2011, p. 311). Elles transmettent, toutefois, une vision biaisée de la réalité lorsque les composantes présentent une certaine corrélation. De plus, en sciences sociales, les situations où des composantes d'un même trait général ne seraient pas corrélées sont rares (M.A. Pett, 2003, cité par J.P. Bourque, 2006, p. 333).

18. Les résultats détaillés sont consultables à la demande du lecteur.

https://doi.org/10.2478/1791-2653-2017-0001

Tableau 4. Résultats des analyses en composantes principales

	Modèle 1 50 dossiers	Modèle 2 Rotation Varimax 50 dossiers	Modèle 3 Rotation Oblimin 50 dossiers	Modèle 4 Varimax 50 dossiers	Modèle 5 Auto-entre- preneur 36 dossiers	Modèle 6 Société 14 dossiers
ACP / nombre de dimensions	2	2	2	3	3	3
Indice KMO	0,656	0,656	0,656	0,656	0,651	0,715
Chi-deux approximé	814,844	814,844	814,844	814,844	566,014	262,880
Signification Barlett	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Pourcentage cumulé de variance expliquée	62,386	62,386	62,386	76,997	76,523	78,600
<b>Loading par variable/ dimension 1 (% de la variance)</b>	41,192 <b>0,843</b>	41,192 <b>0,706</b>	41,192 <b>0,706</b>	41,564 <b>0,855</b>	40,744 <b>0,852</b>	46,666 <b>0,877</b>
Aptitudes du porteur de projet	<b>0,827</b>	0,474	0,470	<b>0,708</b>	<b>0,651</b>	<b>0,726</b>
Évaluation du potentiel du projet	<b>0,680</b>	<b>0,828</b>	<b>0,832</b>	<b>0,828</b>	<b>0,864</b>	<b>0,832</b>
Niveau de changement métier	<b>0,680</b>	--	--	0,525	0,417	0,631
Niveau de motivation	--	--	--	--	--	--
Niveau d'innovation	0,325	0,559	0,564	--	--	--
Risque financier	0,667	0,680	0,680	0,756	0,748	0,792
<b>Fiabilité de l'ACP</b>						
Alpha de Cronbach						
<b>Loading par variable/ dimension 2</b>	21,195	21,195	21,195	21,195	20,417	17,688
Aptitudes du porteur de projet	--	0,484	0,408	--	--	--
Évaluation du potentiel du projet	--	<b>0,696</b>	<b>0,646</b>	0,442	0,477	0,247
Niveau de changement métier	-0,489	--	--	--	--	-0,285
Niveau de motivation	0,472	<b>0,814</b>	<b>0,799</b>	<b>0,631</b>	<b>0,720</b>	0,385
Niveau de motivation	<b>0,737</b>	<b>0,677</b>	<b>0,717</b>	<b>0,836</b>	<b>0,793</b>	<b>0,924</b>
Niveau d'innovation	-0,465	--	--	--	--	--
Risque financier	0,255	0,686	0,686	0,603	0,590	0,623
<b>Fiabilité de l'ACP</b>						
Alpha de Cronbach						
<b>Loading par variable / dimension 3</b>				14,611	15,363	14,248
Risque financier				<b>0,981</b>	<b>0,988</b>	<b>0,966</b>
Niveau de motivation				-	-	0,225
Aptitude du porteur de projet				-	0,236	0,383
<b>Fiabilité de l'ACP</b>					0,283	0,629

Tableau 5. Fiabilité de l'échelle d'engagement

	Auto-entrepreneur <sup>a</sup>			Société <sup>b</sup>		
	Dimension 1	Dimension 2	Dimension 3	Dimension 1	Dimension 2	Dimension 3
Alpha de Cronbach <sup>c</sup>	0.748	0.590	0.283	0.792	0.623	0.629
Rhò de Jöreskog <sup>d</sup>	0.801	0.709	0.608	0.854	0.556	0.570
Corrélations inter items <sup>e</sup>	0.518	0.458	0.237	0.597	0.354	0.377

a. Modèle 5 de l'analyse en composantes principales. b. Modèle 6 de l'analyse en composantes principales. c. Résultats issus du Tableau 4.  
d. Calculs disponibles sur demande. e. Calculs disponibles sur demande.

de mêmes facteurs latents quelles que soient les statuts. Une synthèse des résultats figure dans le Tableau 4<sup>19</sup>.

Pour juger de la fiabilité de l'échelle de mesure construite, nous avons retenu la méthode la plus utilisée et recommandée par G.A. Churchill (1979), à savoir le calcul de l'alpha de Cronbach, le rhò de Jöreskog et la corrélation inter items.

Les résultats finaux obtenus pour le modèle 5 (auto-entrepreneur) et le modèle 6 (société) sont résumés dans le Tableau 5<sup>20</sup>.

L'alpha de Cronbach donne une estimation de la fiabilité du construit et mesure sa cohérence interne (A. Jolibert et J. Philippe, 2011, p. 183). Dans notre cas, il porte sur l'homogénéité des

items de notre échelle, c'est-à-dire sur le degré selon lequel les différents items retenus pour notre ACP, mesurent notre problématique et identifient les éléments constitutifs de l'engagement entrepreneurial. La valeur de l'alpha de Cronbach varie entre 0 et 1, et plus sa valeur est proche de 1, plus la cohérence interne de l'échelle est vérifiée. On considère qu'une valeur de l'alpha de Cronbach supérieure à 0,6 est acceptable et elle est très bonne au-delà de 0,8 (Y. Evrard et al. 2009, p. 309). L'intérêt de la mesure de la fiabilité par le rhò de Jöreskog est lié à l'indépendance de cet indicateur par rapport au nombre d'items présents dans l'échelle, contrairement à l'alpha de Cronbach. Les résultats obtenus sont satisfaisants et témoignent que la mesure est relativement fiable (Tableau 5). Comme l'explique E. Verette (1991), des coefficients de 0,7 sont tout à fait convenables

19. Les résultats détaillés sont disponibles sur demande.

20. Les résultats sont issus de l'étude des 50 dossiers de l'échantillon test.

pour une création d'échelle. De plus, J. Nunnally (1967) ainsi qu'Y. Evrard et *al.* (2009) estiment qu'un alpha proche de 0,6 est acceptable pour une recherche exploratoire. Concernant la corrélation inter items, W.O. Bearden et *al.* (1993) suggèrent que des corrélations supérieures à 0,3 sont très satisfaisantes. Les résultats des calculs de l'alpha de Cronbach, du  $\rho$  de Jöreskog et de la corrélation inter items permettent de déduire que la fiabilité du construit de l'engagement que nous proposons est conforme aux standards requis.

### Les résultats de l'analyse factorielle en composantes principales

L'ACP réalisée sur l'échantillon des 50 dossiers nous permet de conclure que les données issues des dossiers d'évaluation des projets de création en auto-entrepreneur ou en société s'expliquent au travers des 3 dimensions mises en évidence. Elles sont à l'origine, selon les modèles, de 76,5 % à 78,6 % de la variance de la dialogique porteur de projet / projet, mesurée à travers les variables « Niveau de changement métier », « Niveau de motivation », « Niveau d'aptitude », « Risque financier », « Niveau d'innovation du projet », « Niveau d'évaluation du potentiel projet » décrites au sein du Tableau 1.

Le premier construit synthétise plus de 40 % (41,564) de la relation porteur de projet / projet. Il souligne l'importance simultanée de l'aptitude du porteur de projet à mener à bien son projet de création et du niveau de changement de métier qu'induit la création de son activité. La corrélation linéaire entre les variables initiales et les facteurs est respectivement de 0,855 et 0,828 (modèle 4) pour l'ensemble des 50 projets de création suivis. La forte corrélation de ces variables avec la première dimension de l'ACP précise l'intérêt de l'identification et de la mesure de ces deux items lors d'un projet entrepreneurial. Ce premier facteur mesure l'engagement métier (EMPP) et les aptitudes du porteur de projet à s'engager dans la création de son activité. Plus le changement de métier qu'entraîne le projet entrepreneurial est élevé, plus les aptitudes du créateur dans la mise en œuvre de son projet devront être substantielles. C'est ce que nous observons en analysant la corrélation linéaire entre les variables initiales et les facteurs par nature de statut envisagé par le créateur. Les entrepreneurs individuels auto-entrepreneurs ont pour cette première dimension des corrélations de 0,864 pour le « Niveau de changement métier » (modèle 5) contre 0,832 pour les créations en sociétés (modèle 6) alors que les « Aptitudes du porteur de projet » sont de 0,852 d'une part et de 0,877 d'autre part. Lorsque le changement de métier induit par la création d'entreprise est faible, alors la création d'entreprise est portée par les compétences métiers du créateur, les « reproducteurs » comme les appelle E.M. Hernandez (2006, p. 347) « sont [en effet] mieux armés pour affronter les difficultés de la création d'entreprise car il leur suffit de reprendre les modèles qu'ils connaissent déjà par acquis social, culturel et professionnel ». Ceci est souvent le cas des entreprises des

métiers de l'artisanat, du commerce ou des micro-entreprises des métiers du service (C. Bruyat, 1993, 2001).

Pour ce qui est des créations sous des formes sociétales, nous avons plus souvent des entrepreneurs possédant des compétences générales. Celles-ci sont mobilisées dans la mise en œuvre du projet et elles portent la création de l'activité. Elles doivent pouvoir compenser la faiblesse des compétences métiers afin de rassurer les différentes parties prenantes (dont les conseillers de la structure d'évaluation) en ce qui concerne la faisabilité du projet. En particulier, la capacité à réaliser et à défendre un plan d'affaires cohérent (identification du marché, des clients et fournisseurs ; évaluation de la marge et des résultats potentiels...) est essentielle (Paturel, 2007b ; C. Schmitt et M. Bayad, 2008).

La deuxième dimension synthétise 20 % de la relation porteur de projet. Elle met en lien le niveau d'innovation du projet de création et la motivation du porteur de projet. La corrélation linéaire entre les variables et cette dimension est respectivement de 0,836 et 0,631. Elle mesure l'engagement dans l'innovation du porteur de projet (EIPP). Comme le soulignent D. Naffziger et *al.* (1994, p. 29), pour qu'une entreprise voit le jour, l'entrepreneur doit être convaincu que l'innovation de son projet est possible, et sa motivation suffisamment forte et persistante pour le galvaniser jusqu'à ce que le projet soit une réussite.

Concernant les projets réalisés en société (modèle 6) pour lesquels un certain niveau d'innovation a pu parfois être observé, la variable « Niveau d'innovation » est à elle seule représentative de la dimension (corrélations de 0,924), les autres variables lui étant faiblement corrélées. Pour les projets mis en œuvre en auto-entreprises pour lesquels l'innovation est en général faible, les variables « Niveau d'innovation » et « Niveau de motivation » sont fortement corrélées à cette deuxième dimension (corrélations de 0,793 et 0,720 – modèle 5-).

Au niveau de la troisième dimension (de 14,25 à 15,36 % de la variance), nous avons essentiellement le « Risque financier » qu'accepte de prendre le créateur dans la concrétisation de son projet. L'engagement financier (EFPP), mesuré par cet unique item, met l'accent sur l'indépendance de l'aspect financier de la dialogique porteur de projet / projet avec les autres variables de la relation porteur de projet / projet de création. Par statut, nous avons des corrélations linéaires respectivement de 0,988 pour les auto-entrepreneurs (modèle 5), et de 0,966 pour les créations en société (modèle 6). Ce résultat est conforme avec les conclusions des travaux de D. Evans et B. Jovanovic (1989) qui montrent l'importance objective de la capacité de financement du projet d'affaires dans l'incitation à devenir entrepreneur. Il relativise toutefois le rôle des aspects financiers dans l'engagement du créateur entrepreneur durant cette phase préalable à la création effective de l'activité. Cet aspect est également vérifié par A.E. Burke et *al.* (2008, p. 110) dans leur étude sur les entrepreneurs persistants.

Cette analyse de la dialogique porteur de projet / projet de création d'entreprise a permis d'identifier les trois dimensions

de l'engagement du créateur entrepreneur pendant la phase préalable à la création.

L'analyse en composantes principales a révélé que le « Risque financier » mesurant l'engagement financier (EFPP) accepté par le créateur, est une dimension spécifique de l'engagement entrepreneurial. Il ne partage que peu de variance avec les autres variables se rapportant à l'engagement métier du créateur ou à son engagement innovant dans la réalisation de son projet. Ce résultat est conforme à notre modèle conceptuel schématisé Figure 1.

Pour répondre à notre question de recherche sur l'impact de cet engagement entrepreneurial sur le statut choisi, nous avons prolongé notre analyse par une régression logistique (3.). Dans cette modélisation du choix du statut, les variables relatives à la dialogique porteur de projet / projet sont résumées à travers les trois dimensions que forment l'engagement métier et les aptitudes du porteur de projet (EMPP), son engagement dans l'innovation de son projet (EIPP) et son implication financière (EFPP).

### 3. Vers un modèle prédictif du choix de statut

Nous précisons, dans un premier temps, les raisons du choix de la régression logistique pour tester l'hypothèse selon laquelle la dialogique individu / projet de création et en particulier l'engagement entrepreneurial du porteur de projet de création d'activité influe sur le choix du statut envisagé, et l'appliquons au choix du « Statut » par le porteur de projet (3.1.). Dans un deuxième temps, nous présentons les résultats (3.2.) puis nous les discutons (3.3).

#### 3.1. L'identification de la méthode choisie et le cadre d'analyse

Nous avons choisi une régression logistique, car elle ne nécessite pas l'application de règles contraignantes concernant le type de variable. Les variables étudiées ne répondent pas, en effet, aux conditions d'application de l'hypothèse de normalité<sup>21</sup> de distribution des variables nécessitée par nombre d'analyses. De plus, la régression logistique, pour atteindre un bon niveau de stabilité (J. Desjardins, 2005), exige des échantillons de grande taille avec un nombre d'occurrences par variable d'au minimum 50, ce qui est le cas au sein de notre recherche. Il est recommandé également que les variables explicatives n'affichent pas de fortes multi-colinéarités entre elles, résultat que nous observons également<sup>22</sup>.

21. Le test du Chi-deux ou de Kolmogorov-Smirnov amène à conclure que les variables ne vérifient pas l'hypothèse H0 de normalité de la distribution des observations à un seuil de signification  $\alpha$  de 0,05 % (les résultats de ces tests sont disponibles sur demande).

22. La matrice de corrélation des variables fait apparaître une multicolinéarité faible comprise entre -0,001 et 0,291. Les résultats sont disponibles à la

Le modèle de régression logistique permet de calculer la probabilité d'un événement. Il s'agit de prédire la nature du « Statut » (auto-entrepreneuriat ou forme sociétaire) envisagé par le porteur de projet, à partir de différentes variables explicatives qualitatives et métriques et de hiérarchiser la contribution de chacune d'elles dans ce choix. Le modèle s'écrit comme suit :

$$\log\left[\frac{p}{1-p}\right] = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

avec :  $p$  la probabilité d'occurrence de l'événement à expliquer,  $p$  en tant que probabilité, varie entre 0 et 1.

Le ratio  $\frac{p}{1-p}$  est appelé rapport des chances ou rapport des cotes ou encore « odds ratio » ; la probabilité de l'occurrence de l'événement est 1 alors que sa non-réalisation est codée 0. Le logarithme de ce ratio, appelé « logit », varie entre moins l'infini et plus l'infini. Cette transformation linéarise le modèle de régression logistique pour calculer les paramètres du modèle ( $\alpha, \beta_i, i = 1, n$ ).

L'objet de la régression logistique consiste à déterminer les variables explicatives qui ont un effet significatif sur la variable « Statut », autrement dit, à lister les variables explicatives qui différencient et séparent au mieux les deux statuts envisagés par les porteurs de projet de création d'entreprise. Une analyse simultanée (méthode « Entrée »), puis ascendante pas à pas (Wald)<sup>23</sup> est appliquée sur l'échantillon des 536 dossiers. Toutes les variables susceptibles d'avoir un impact sur le « Statut » choisi par le créateur, sont prises en compte (Tableau 6). Afin qu'il y ait le moins de colinéarité entre les variables explicatives, les dimensions issues de l'ACP ont été retenues et expriment l'engagement du porteur de projet de création (Tableau 4). Au bout de 5 itérations, le modèle se stabilise. Le Tableau 7 reprend les résultats obtenus.

Tableau 6. Régression logistique binaire – Listes des variables prises en compte

Types de variables	Libellé de la variable	Modalités – Commentaires
Nominales	Genre	Variable dichotomique
	Statut envisagé	Variable dichotomique <sup>a</sup>
Ordinales	Tranche d'âge	4 modalités
	Niveau de diplôme	4 modalités
Métriques	Engagement métier (EMPP)	Dimension issue de l'ACP
	Engagement dans l'innovation (EIPP)	Dimension issue de l'ACP
	Engagement financier (EFPP)	Dimension issue de l'ACP

a. Avec 0 : auto-entrepreneuriat ; 1 : forme sociétaire.

demande du lecteur.

23. Les résultats sont obtenus via l'utilisation du logiciel SPSS version 19.

### 3.2. Présentation des résultats sur l'échantillon des 536 dossiers

La régression logistique (modèle « Entrée »), appliquée à l'échantillon des 536 projets de création, valide l'intérêt du modèle (probabilité critique du test de Hosmer-Lemeshow (p-value de 0,460 plus grande que le risque accepté de 5 %) (Tableau 7, Méthode « Entrée » (7.1)). Toutefois, les variables « Genre », « Tranche d'âge » et « Engagement métier » dont les coefficients statistiques ne sont pas significatifs au seuil alpha de 0,05 (respectivement de 0,293; 0,118; 0,581), sont à supprimer du modèle (Tableau 7, Méthode « Entrée » (7.1)).

Nous poursuivons par l'application de la méthode de Wald à la variable dépendante nominale à expliquer, soit le « Statut »

envisagé par le porteur de projet<sup>24</sup>. La méthode souligne le pouvoir explicatif des variables métriques<sup>25</sup> mesurant l'« Engagement dans l'innovation » (EIPP) et l'« Engagement financier » (EPPP) avec des seuils de signification inférieurs à 0,01 %, et celui de la variable ordinale « Niveau de diplôme » avec un risque d'erreur de 0,3 %. Le modèle atteint un taux de prédictions correctes de 79,5 % (Tableau 7, Méthode « Ascendante de Wald » (7.2)) réparti en 89,7 % pour le choix de l'auto-entrepreneuriat et 52,7 % pour la forme sociétaire<sup>26</sup>.

24. Les variables « Genre et Tranche d'âge » et « Engagement métier » ne sont pas retenues dans le modèle final, leurs coefficients statistiques n'étant pas significatifs au seuil alpha de 0,05.

25. Ces variables sont issues de l'analyse en composantes principales réalisée sur les 536 dossiers de l'échantillon.

26. Ces résultats sont disponibles à la demande du lecteur.

Tableau 7. Résultats des modèles de régression logistique sur l'ensemble des 536 projets de création

Variable	$\beta$	Écart type	Wald	Significativité	Exp ( $\beta$ )	IC pour Exp ( $\beta$ ) 95%		$\beta$	Écart type	Wald	Significativité	Exp ( $\beta$ )	IC pour Exp ( $\beta$ ) 95%	
						Inf.	Sup.						Inf.	Sup.
Intercept du modèle (3 itérations)														
Constante	-0,964	0,097	99,517	0,000	0,381									
-2LL	631,677													
Prédiction	72,4													
<b>Méthode « Entrée » (7.1)</b>								<b>Méthode « Ascendante Wald » (7.2) (5 itérations)</b>						
Engagement métier (EMPP)	0,067	0,120	0,305	0,581	1,069	0,844	1,353							
Engagement dans l'innovation (EIPP)	0,641	0,128	25,092	0,000	1,898	1,477	2,439	0,596	0,124	22,965	0,000	1,814	1,422	
Engagement financier (EPPP)	-1,552	0,154	101,678	0,000	0,212	0,157	0,286	-1,513	0,149	103,638	0,000	0,220	0,165	0,295
Genre (1)	-0,269	0,255	1,107	0,293	0,765	0,464	1,261							
Tranche d'âge			5,865	0,118										
Tranche d'âge (1)	3,471	1,442	5,796	0,016	32,177	1,906	543,131							
Tranche d'âge (2)	3,263	1,427	5,231	0,022	26,122	1,595	427,833							
Tranche d'âge (3)	3,212	1,448	5,233	0,022	27,453	1,607	469,012							
Niveau de diplôme			15,622	0,001						14,123	0,003			
Niveau de diplôme (1)	-1,475	0,407	13,128	0,000	0,229	0,103	0,508	-1,368	0,400	11,685	0,001	0,255	1,116	0,558
Niveau de diplôme (2)	-1,462	0,451	10,501	0,001	0,232	0,096	0,561	-1,377	0,442	9,697	0,002	0,252	0,106	0,600
Niveau de diplôme (3)	-0,748	0,436	2,937	0,087	0,473	0,201	1,113	-0,704	0,428	2,703	0,100	0,495	0,214	1,145
Constante	-3,472	1,400	6,155	0,013	0,031			-0,361	0,342	1,115	0,291	0,697		
Chi-deux	189,212			0,000				180,661						
-2LL	442,465							451,016						
R-deux de Cox et Snell	0,297							0,286						
R-deux de Nagelkerke	0,430							0,413						
Test de Hosmer-Lomeshow Chi-deux	7,737			0,460				3,561			0,894			
% de classement	79,1							79,511						

a. Ces 79,5 % se répartissent en 89,7 % pour le choix de l'auto-entrepreneuriat et 52,7 % pour la forme sociétaire (résultats disponibles sur demande).

Tableau 8. Résultats du test des hypothèses

Libellé de l'hypothèse	Résultat de la recherche	État de l'hypothèse
H1 : L'engagement entrepreneurial d'un individu ne peut se réduire à la nature du statut choisi par le créateur.	La dimension essentielle de l'engagement, portée par les aptitudes du créateur dans le montage de son projet d'affaires et ses connaissances du métier, n'est pas liée au statut envisagé.	Hypothèse validée
H2 : La mesure de l'engagement entrepreneurial peut aider à mieux appréhender le créateur entrepreneur.	Les trois construits de l'engagement entrepreneurial permettent de mieux appréhender le créateur entrepreneur relativement à ses aptitudes projet et métier (EMPP), ses caractéristiques innovantes et sa motivation (EIPP) et sa position en termes de risque financier (EFPP).	Hypothèse validée
H3 : Le statut choisi est dépendant de l'engagement entrepreneurial du créateur d'entreprise et, en particulier, de la dimension financière de cet engagement.	L'engagement dans l'innovation et la motivation du porteur de projet (EIPP) de même que son engagement (EFPP) influent sur le choix du statut. Le niveau de diplôme contribue également au choix du statut.	Hypothèse validée mais à affiner
H3a : Le statut choisi dépend de l'engagement entrepreneurial (hors engagement financier) du créateur.	Sur les 2 dimensions de l'Engagement entrepreneurial hors engagement financier que sont l'engagement métier (EMPP) et l'engagement dans l'innovation (EIPP), seul l'engagement dans l'innovation du porteur de projet influence le choix du statut.	Hypothèse en partie validée
H3b : Il existe un lien entre l'engagement financier du porteur de projet de création d'activité et le choix d'un statut.	Le risque financier mesuré par l'«Engagement financier» (EFPP) du porteur de projet impacte bien le choix du statut lors de la création de l'activité.	Hypothèse validée

La qualité de l'ajustement du modèle (pseudo-R2, tests de significativité) s'appuie sur le résultat des tests des ratios de vraisemblance. La valeur de vraisemblance  $L$  est égale à -2 fois le logarithme de la vraisemblance ou  $-2LL$ . Sa valeur est faible lorsque l'adéquation du modèle aux données est bonne. Une vraisemblance de 1 correspond à une adéquation parfaite et donc un  $LL$  de 0. Pour choisir entre le modèle « nul » qui ne comprend aucune variable explicative et le modèle complet qui inclut les variables explicatives, nous calculons l'écart entre les deux modèles, soit  $451.016 (2 \log L(0) - 2 \log L(1))$  (Tableau 7, partie 7.2). Cette quantité suit une loi du Chi-deux à 5 degrés de liberté. Cette valeur est statistiquement significative au seuil alpha de 0,05. Ce résultat montre que les variables explicatives retenues dans le modèle exercent une influence sur la variable « Statut » (variable dépendante du modèle).

Concernant la significativité pratique du modèle, on considère qu'entre 0,2 et 0,4, le niveau de performance est correct. J. Hair et al. (2010, p. 431) proposent, pour avoir une approximation de la fiabilité du modèle, d'ajouter le résultat obtenu pour chacun des R2 et d'en faire la moyenne. Le Pseudo-R2 est alors de 0,3495  $((0,286+0,413) / 2)$ , ce qui signifie que le modèle présente un pouvoir explicatif de près de 35 % (Tableau 7, partie 7.2) de la probabilité du choix du « Statut » d'auto-entrepreneur ou de la forme sociétaire et suggère un bon niveau de performance du modèle. Le modèle logistique binaire démontre que plus l'engagement du porteur de projet dans un projet innovant (EIPP) est intense ( $\beta = 0,596$ ) et plus les projets nécessiteront un engagement financier (EFPP) élevé et, en particulier, des besoins en financements externes forts ( $\beta = -1,513$ ), alors, plus la forme sociétaire sera prioritairement choisie, les rapports de cote (Exp (étant respectivement de 1,814 et 0,220 (Tableau 7, partie 7.2)). Pour le Niveau de diplôme, les résultats sont mitigés. Globalement, il semble jouer un rôle dans le choix du statut d'auto-entrepreneur

pour les individus ayant des niveaux d'études inférieur ou égal au BAC ( $\beta = -1,368$ ) ou égal à BAC+2 ( $\beta = -1,377$ ), les rapports de cote (Exp (étant de 0,255 et 0,252 et les risques d'erreur respectivement de 0,001 et 0,002 (Tableau 7, partie 7.2)). Toutefois, il n'existerait pas de lien significatif entre le choix du statut et le niveau de diplôme lorsque celui-ci correspond à BAC+3, voire plus (significativité = 0,100).

La régression logistique a permis de relever des relations non apparues lors des analyses précédentes. Elle souligne l'influence de l'engagement entrepreneurial du porteur de projet à travers les dimensions de l'« Engagement dans l'innovation » (H3a) et de l'« Engagement financier » dans le choix du statut (H3b). Elle a également mis en évidence le rôle du niveau de diplôme dans ce choix.

D'après les résultats du modèle de la régression logistique, ni l'âge, ni le genre n'interviennent dans le choix du statut. De même, le premier construit de l'engagement, l'« Engagement métier », ne participe pas au choix du statut (auto-entrepreneur ou forme sociétaire) par le porteur d'un projet de création. Ces résultats affinent et valident nos hypothèses. Le Tableau 8 en donne une synthèse.

### 3.3 Discussion des résultats

Cette recherche précise la notion d'engagement entrepreneurial dans la phase précoce à la création d'entreprise et valide qu'elle ne peut se réduire à la nature du statut choisi par le créateur (H1). Si globalement les caractéristiques d'engagement entrepreneurial des entrepreneurs naissants sont similaires en phase amont à la mise en œuvre de leur projet entrepreneurial, quelques différences sont à souligner selon la nature du statut envisagé.

Les créateurs auto-entrepreneurs sont très marqués par la dimension métier de leur activité. C'est sur la connaissance de leur profession qu'ils s'engagent dans le processus de création de leur affaire. Leur engagement personnel et leur motivation sont des atouts pour la poursuite de leur projet. Ce résultat est conforme à ceux de M. Caliendo et *al.* (2014) qui notent l'importance des expériences antérieures dans la création de l'auto-emploi (*self-employment*).

Ceux qui envisagent leur activité en société s'engagent dans un processus entrepreneurial qui sollicite leurs différentes aptitudes afin que leur projet d'affaires puisse voir le jour. Leurs projets présentent, parfois, des caractéristiques innovantes.

Relativement aux hypothèses de recherche, nous avons pu valider l'hypothèse H1 selon laquelle le comportement entrepreneurial ne peut se réduire à la nature du statut choisi par l'individu créateur d'activité. Les résultats de l'analyse en composantes principales, de même que la régression logistique, corroborent notre présomption. La dimension essentielle de l'engagement, portée par les aptitudes du créateur dans le montage de son projet et les connaissances du métier (EMPP), n'est pas liée au statut envisagé.

Concernant ce premier construit, nos résultats sont en lien avec ceux de M. Taylor (1999) qui met en évidence l'importance d'éléments comme la durée de l'expérience antérieure sur le marché du travail dans la création d'affaires. D. Deakins et G. Whittam (2000) soulignent également le rôle des connaissances, de la qualification et de l'expérience. Ces variables du capital humain sont susceptibles d'influencer le développement d'une idée d'affaires et l'organisation des ressources. Par exemple, l'expérience acquise dans une jeune entreprise fournit à l'entrepreneur naissant des connaissances qui pourront être exploitées. De même, l'expérience professionnelle apporte des qualifications à utiliser dans la réalisation des nombreuses tâches que l'installation en affaires nécessite. Une expérience dans un secteur d'activité donné est aussi utile dans la perception et l'évaluation de nouvelles idées d'affaires. Toutefois, ces expériences et aptitudes ne concourent pas à l'identification de la nature du statut.

Concernant l'hypothèse H2, l'analyse en composantes principales a fait émerger une mesure de l'engagement entrepreneurial. Les trois construits de l'engagement entrepreneurial permettent de mieux appréhender le créateur entrepreneur relativement à ses aptitudes projet et métier (EMPP), ses caractéristiques innovantes et sa motivation (EIPP), et sa position en termes de risque financier (EFPP). Le deuxième construit de l'engagement entrepreneurial, l'« Engagement innovant » porté par la motivation du créateur, s'inscrit dans le prolongement des travaux de H. Aldrich (1999), S. Shane et S. Venkataraman (2000), P. Davidsson, (2005), J.E. Cliff et *al.*, (2006) en lien avec la réflexion sur l'esprit d'entreprise. Cette deuxième dimension prend en considération la différenciation des entrepreneurs selon le degré et le type de nouveauté qu'ils introduisent dans l'économie.

Par ailleurs, l'hypothèse H3 est validée mais mérite d'être affinée. Conformément aux résultats de la régression logistique, le statut choisi dépend de deux des trois dimensions de l'engagement entrepreneurial issues de l'analyse en composantes principales. Il apparaît que la probabilité du choix du régime d'auto-entrepreneur par opposition à l'option sociétaire est fonction de l'intensité de l'engagement du néo-entrepreneur dans un processus de création innovant porté par sa motivation (EIPP), de l'engagement financier (EFPP) qu'il accepte de prendre et de son niveau de diplôme. H3a est donc en partie validée, l'engagement métier de l'entrepreneur n'entrant pas dans le choix du statut. Le modèle valide par contre l'hypothèse H3b. Le risque financier mesuré par l'« Engagement financier » du porteur de projet impacte bien le choix du statut lors de la création de l'activité. Les études menées sur les problématiques d'accès au financement mettent en évidence que les contraintes de liquidité influent et contrecarrent le désir de nombreuses personnes souhaitant poursuivre leur projet entrepreneurial (D.G. Blanchflower et A.J. Oswald, 1998). L'« Engagement financier » avec l'accès aux ressources des néo-créateurs, selon J. Austin et *al.* (2006), est la distinction la plus grande entre les entreprises en phase de démarrage. Les entreprises commerciales (commerces) qui ont des perspectives d'activités et d'entrées financières seront susceptibles d'être plus favorablement perçues par les prêteurs (banquiers) que celle de l'entrepreneuriat social. La part limitée de l'« Engagement financier » dans l'engagement entrepreneurial (14,61 %<sup>27</sup>) relativise ce constat. La structure très légère de l'auto-entrepreneuriat fournit aux créateurs en phase de démarrage une minimisation de l'accès aux ressources financières personnelles ou externes. Les auto-entrepreneurs ont en général un engagement financier faible comparé aux entrepreneurs qui font le choix de la forme sociétaire. Ces types de statuts offrent une protection des avoirs personnels qui n'ont pas été cautionnés pour l'obtention de prêts pour la création ou le développement de l'activité, contrairement aux entreprises individuelles parmi lesquelles figurent les auto-entrepreneurs. Concernant l'influence du niveau de formation, nos résultats sont à rapprocher de ceux de D.G. Blanchflower (2000, p. 490) qui met en relief que les classes sociales les plus concernées par le travail non salarié sont, d'une part, les personnes diplômées et, à l'inverse, celles les moins diplômées. Dans notre étude, ce sont, en effet, souvent des personnes ayant des diplômes de type CAP-BEP qui entreprennent dans une activité qu'elles ont préalablement exercée et en rapport avec leur formation. Nous trouvons également des individus possédant une formation supérieure qui créent une activité souvent dans le domaine des services en rapport avec leur diplôme, ou montent une activité qu'ils espèrent pouvoir mener à bien du fait de leurs diverses aptitudes et expériences. A. Henley (2005) suggère que l'enseignement supérieur fournit des « *soft skills* » tels que la confiance en soi et l'autonomie, nécessaires à la réussite du

27. Loading de la troisième dimension (Engagement financier) issue de l'ACP (Tableau 4).

développement d'une petite entreprise, mais son étude de 2007 (A. Henley, 2007) n'a pu faire apparaître une relation entre les capacités entrepreneuriales d'un individu et son niveau d'études. Les résultats de notre recherche vont également dans ce sens. En conclusion, nous revenons sur nos résultats et précisons l'apport et les limites de l'étude.

## Conclusion

Cette recherche sur l'engagement des entrepreneurs naissants a validé et précisé nos hypothèses de départ. L'engagement, comme mesure de la dynamique entrepreneuriale, s'inscrit dans le processus entrepreneurial en tant que processus d'apprentissage dynamique, additif et cumulatif des différentes compétences et ressources exigées. Son importance dans la phase amont à la création varie d'un individu à un autre, d'un projet à un autre. Le dialogique individu / création d'entreprise s'enrichit de cette approche dynamique et évolutive de l'engagement entrepreneurial dont l'entrepreneur naissant est l'acteur. Elle souligne l'importance des différentes dimensions de l'engagement entrepreneurial dans l'étape d'approfondissement et de mise en œuvre du projet.

Notre recherche interroge également la quasi-irréversibilité de l'engagement entrepreneurial (C. Bruyat, 1993, 2001). Il apparaît que les formes légères de projets entrepreneuriaux s'affranchissent de cette notion, du moins dans la phase préalable à la création. Le faible poids tant administratif que financier de la micro-entreprise laisse émerger des porteurs de projets et des projets dont les caractéristiques peuvent différer des standards jusqu'alors reconnus. Dans ce cadre, nous avançons que l'évaluation des dimensions non financières du projet entrepreneurial offre la possibilité de vérifier l'engagement de l'entrepreneur dans la création de son activité. Plus précisément, l'identification des aptitudes du créateur dans le montage de son projet, son niveau de changement de métier et sa capacité à présenter la viabilité de son entité sont des paramètres fondamentaux de la réussite du projet entrepreneurial. Les personnes qui souhaitent monter leur entreprise ont intérêt à connaître ces facteurs dont l'appréciation donne la possibilité d'identifier leur aptitude à franchir le pas de l'entrée dans les affaires. Les partenaires du créateur, notamment les investisseurs et les banquiers, pourraient utilement mobiliser ces critères non financiers et, en particulier, vérifier l'engagement entrepreneurial des créateurs pour valider la faisabilité de leur coopération avec les entrepreneurs naissants. En ce sens, leur aptitude dans le montage de leur projet, leurs compétences métiers et leur capacité à exposer la viabilité de leur affaire, semblent être à privilégier par rapport à l'identification de l'engagement financier que le créateur accepte de prendre. Par ailleurs, les formes légères d'entreprises comme l'auto-entrepreneuriat, paraissent faciliter l'engagement entrepreneurial d'individus ne pouvant pas ou ne souhaitant pas se lancer plus fortement financièrement dans un projet de création d'entreprise. Si, parfois, la nature du

statut est identifiée comme un critère pour juger de la réalité entrepreneuriale du projet (N. Levratto et E. Serverin, 2012), il semble que, dans le cas des entrepreneurs naissants, la forme juridique envisagée ne soit pas un facteur suffisamment distinctif. En effet, dans les phases précoces de la création, cette étude souligne l'indépendance de la notion essentielle de l'engagement entrepreneurial dans ses aspects aptitudes et métiers avec le choix du statut de l'activité envisagée (la micro-entreprise ou la forme sociétaire). Alors que de plus en plus de personnes sont amenées à inscrire leur activité économique dans un contexte entrepreneurial, elles sont, pour certaines, prêtes à en assumer le choix et à être actrices de leur devenir quel que soit le statut de leur entreprise.

Notre travail présente des limites, en particulier en termes de généralisation. En effet, l'étude mériterait d'être réalisée sur une base plus importante d'entrepreneurs en phase amont de la création. Notamment, la prise en compte d'entrepreneurs individuels autres que des micro-entrepreneurs, et d'entrepreneurs individuels à responsabilité limitée conforterait les résultats obtenus pour ces statuts d'entrepreneurs indépendants évoluant sous une autre forme qu'en micro-entreprise.

Il serait également utile d'étudier, dans le cadre d'une approche longitudinale, le devenir sur une longue période des entrepreneurs selon le statut choisi initialement<sup>28</sup>. Cette investigation mettrait éventuellement en relief en quoi les caractéristiques de l'engagement entrepreneurial perdurent ou évoluent selon les phases de la vie de l'entreprise. Elle offrirait également la possibilité d'approfondir la notion de quasi-irréversibilité de l'engagement entrepreneurial, car les coûts financiers réduits de la micro-entreprise semblent ne plus présenter d'obstacles au montage de projets entrepreneuriaux. Pour ces travaux à venir, il conviendrait de prendre en compte des variables encore plus fines et plus nombreuses, par exemple, le changement intervenu pour la personne physique qui se lance (changement de métier, de lieu géographique, d'organisation, etc.).

## Bibliographie

- AcoSS Stat n° 214 (2015). « Les auto-entrepreneurs fin 2014 ». *Conjoncture*. En ligne sur [http://www.acoss.fr/files/Publications/AcoSS\\_Stat/AcoSS\\_Stat\\_214.pdf](http://www.acoss.fr/files/Publications/AcoSS_Stat/AcoSS_Stat_214.pdf)
- Aldrich H. (1999). *Organizations Evolving*. Londres : Sage.
- Angot J. & Milano P. (2007). « Comment lier concepts et données ». *Méthodes de recherche en management*, 173-191.
- Austin J., Stevenson H. & Weiskillern J. (2006). « Social and commercial entrepreneurship : same, different, or both ? » *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bearden W.O., Netemeyer R.G. & M.F. Mobley (1993). *Handbook of marketing scales : Multi item measures for marketing and consumer behavior research*. Newbury Park : Sage.
- Becker H. (1960). « Notes on the concept of commitment ». *American journal of Sociology*. (66), 32-40.

28. Les statistiques actuellement disponibles ne contiennent pas ce type d'analyse, car lorsqu'une entreprise change de statut, même si l'activité reste la même, il y a création d'une nouvelle structure et disparition de l'ancienne.

- Berger-Douce S. (2007). « Les stratégies d'engagement sociétal des entrepreneurs ». *Revue de l'Entrepreneuriat*, 6(1), 53-71.
- Black J.D. (1996). « House prices, the supply of collateral and the enterprise economy ». *The Economic Journal*, 60-75.
- Blanchflower D.G. & Oswald A.J. (1998). « Entrepreneurship and the youth labour market problem : a report for the OECD ». *Report to OECD*, Paris. November.
- Blanchflower D.G. (2000). « Self-employment in OECD countries ». *Labour economics*, 7(5), 471-505.
- Bourque J.P. (2006). « Évaluation de l'utilisation et de la présentation des résultats d'analyses factorielles et d'analyses en composantes principales en éducation ». *Revue des sciences de l'éducation*, 32(2), 325-344.
- Bruyat C. (1993). *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation*. Université Pierre Mendès-France-Grenoble II.
- Bruyat C. (2001). « Créer ou ne pas créer? ». *Revue de l'Entrepreneuriat*, 1(1), 25-42.
- Burke A.E., FitzRoy F.R. & Nolan M.A. (2008). « What makes a die-hard entrepreneur? Beyond the 'employee or entrepreneur' dichotomy ». *Small Business Economics*, 31(2), 93-115.
- Bygrave W.D. & Hofer C.W. (1991). « Theorizing about entrepreneurship ». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Caliendo M., Fossen F. & Kritikos A.S. (2014). « Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed ». *Small Business Economics*, 42(4), 787-814.
- Campion M.A. et Lord. R.G. (1982), « A Control Systems Conceptualization of the Goal-setting and Changing Process », *Organizational Behavior and Human Performance*, n° 30, p. 265-287.
- Carsrud A. & Brännback M. (2011). « Entrepreneurial Motivations : What Do We Still Need to Know? » *Journal of Small Business Management*, 2011 49(1).
- Cattell R.B. (1966). « The scree test for the number of factors ». *Multivariate behavioral research*, 1(2), 245-276.
- Charles-Pauvers B., Shieb-Bienfait N. & Urbain C. (2004). « La compétence du créateur d'entreprise innovante ». *Revue internationale PME*, 17(1), 67-99.
- Charreire S. & Huault I. (2001). « Le constructivisme dans la pratique de recherche : une évaluation à partir de seize thèses de doctorat ». *Finance, contrôle, stratégie*, 4(3), 31-55.
- Churchill Jr G.A. (1979). « A paradigm for developing better measures of marketing constructs ». *Journal of marketing research*, 64-73.
- Cliff J.E., Jennings P.D. & Greenwood R. (2006). « New to the game and questioning the rules : The experiences and beliefs of founders who start imitative versus innovative firms ». *Journal of Business Venturing*, 21(5), 633-663.
- Cohen J., Holder-Webb L., Nath L. & Wood D. (2011). « Retail investors' perceptions of the decision-usefulness of economic performance, governance, and corporate social responsibility disclosures ». *Behavioral Research in Accounting*, 23(1), 109-12.
- Davidsson P. (2005). « Paul D. Reynolds : Entrepreneurship research innovator, coordinator, and disseminator ». *Small Business Economics*, 24(4), 351-358.
- Davidsson P, Delmar F & Wiklund J (2006) *Entrepreneurship and the growth of firms*. Edward Elgar : Cheltenham.
- Deakins D. & Whittam G. (2000), « Business start-up : theory, practice and policy ». In S. Carter & D. Jones-Evans (eds), *Enterprise and small business : Principles, practice and policy*, UK : Prentice-Hall, 115-131.
- Desjardins J. (2005). « L'analyse de régression logistique ». *Tutorial in Quantitative Methods for Psychology*. Université de Montréal, 1(1), 35-41
- Dimov D. (2010). « Nascent Entrepreneurs and Venture Emergence : Opportunity Confidence, Human Capital, and Early Planning ». *Journal of Management Studies*, 47(6), 1123-1153.
- Donada C. & Mbengue A. (2007). « Méthode de classification et de structuration ». In R.-A. Thiétart, *Méthodes de Recherche en Management* (3e édition, 391-413). Paris : Dunod.
- Evans D. & Jovanovic B. (1989). « An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints ». *The Journal of Political Economy*, 97(4), 808-827.
- Evrard Y., Pras B., & Roux E. (2009). *MARKET – Fondements et Méthodes de Recherches en Marketing*. Paris : Dunod.
- Ernest & Young. (2014). *La Révolution des métiers*. En ligne sur ey.com : <http://www.ey.com>.
- Fairlie R. & Robb A. (2009). « Gender differences in business performance : evidence from the Characteristics of Business Owners survey ». *Small Business Economics*, 33(4), 375-395.
- Fayolle A. & Lassas-Clerc N. (2005). *Compréhension de l'engagement d'un individu dans le processus de création d'entreprise par une étude de cas*. Actes du 4e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat.
- Filion, L.J. (1999). « De l'entrepreneuriat à l'entrepreneuriologie ». Première parution : *Organisations et territoires*, 8(1-2), printemps-été : 131-148.
- Filion L.J. (2008). « Les représentations entrepreneuriales : un champ d'études en émergence ». *Revue internationale de psychosociologie*, 14(32), 11-43.
- Gartner W.B. (1988). « "Who Is an Entrepreneur?" Is the wrong question ». *American journal of small business*, 12(4), 11-32.
- Gaudard J.-P. (2013). *La fin du salariat*. François Bourin Editeur.
- Gifford S. (1992). « Allocation of entrepreneurial attention ». *Journal of Economic Behavior & Organization*, 19(3), 265-284.
- Glaser B. & Strauss A. (1967). *The discovery of grounded theory : Strategies for qualitative research*. Aldine : Chicago.
- Grilo I. & A.R. Thurik, 2005, « Latent and actual entrepreneurship in Europe and the US : some recent developments, Papers on Entrepreneurship », *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(4).
- Grilo I. & Thurik R. (2008). « Determinants of entrepreneurial engagement levels in Europe and the US ». *Industrial and Corporate Change*, 17(6), 1113-1145. Oxford Univ Press.
- Hair J., Black W., Babin B. & Anderson R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey : Pearson Prentice Hall International.
- Hamilton R.T. & Harper D.A. (1994). « The entrepreneur in theory and practice ». *Journal of economic Studies*, 21(6), 3-18.
- Henley A. (2005). « Job Creation by the Self-employed : The Roles of Entrepreneurial and Financial Capital ». *Small Business Economics*, (25), 175-196.
- Henley A (2007). « Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment : evidence from British longitudinal data ». *Entrepreneurship & Regional Development*. 19(3), 253-280
- Hernandez E-M. (2006). « Les trois dimensions de la décision d'entreprendre ». *Revue française de gestion*, 168-169, 337-357.
- Hessels J., Grilo I., Thurik R. & van der Zwan P. (2011). « Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement ». *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3), 447-471. Springer.

Téléchargé le 06/20/2016 à 17h32 par hts.caim.info (IP: 173.216.179.17)

- Hjorth D. & Johannisson B. (2003). « Conceptualising the opening phase of regional development as the enactment of a 'collective identity' ». *Concepts and Transformation*, 8(1), 69-92.
- Insee (2013). *Création des établissements de 2009 à 2012 par commune et stock des établissements par commune en 2012*. En ligne sur <http://www.insee.fr>
- Insee (2016). « Léger regain des créations d'entreprises en décembre 2015 ». *Informations rapides* n° 9-14 janvier 2016. Création d'entreprises. Séries longues. En ligne sur <http://www.insee.fr>
- Institut Think pour CERFRANCE et Novancia (2014). Sondage réalisé à l'occasion du 21ème Salon des Entrepreneurs de Paris.
- Jolibert A. & Philippe J. (2011). *Marketing Research – Méthodes de recherche et d'études en marketing*. Paris : Dunod.
- JORF (2008). LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie. En ligne sur <http://www.legifrance.gouv.fr>
- JORF (2014). LOI n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises. En ligne sur <http://www.legifrance.gouv.fr>
- Kirzner I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago : The University of Chicago Press.
- Kirzner I. (1997). « Entrepreneurial discovery and the competitive market process : An Austrian approach ». *Journal of economic Literature*, 35(1), 60-85.
- Knight F.H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. New York : Hart, Schaffner and Marx.
- Krueger N.F. (2007). « What lies beneath ? The experiential essence of entrepreneurial thinking ». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123-138.
- Kuhn T. (1983). *La structure des révolutions scientifiques*. Paris : Flammarion.
- Lebègue T. (2012). *L'entrepreneuriat des femmes : proposition d'une nouvelle approche pour définir la réussite*. Actes du 11e CIFEPME Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME.
- Le Moigne J.L. (1994). *Le constructivisme. Tome 1 : Des fondements*. Paris : ESF.
- Levratto N. & Serverin E. (2012). « L'auto-entrepreneur, instrument de compétitivité ou adoucissant de la rigueur ? Bilan de trois années de fonctionnement du régime ». *Revue de la régulation. Capitalisme, institutions, pouvoirs*, (12).
- Mathieu J.E. & Zajac D., (1990). « A Review and Meta-analysis of the Antecedents, Correlates and Consequences of Organizational Commitment ». *Psychological Bulletin*. 108, p. 171-194.
- Meyer J.P. & N.J. Allen, (1991), « A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment », *Human Resource Management Review*, 1, p. 61-69.
- Meyer J.P. & N.J. Allen, (1997), *Commitment in the Workplace : Theory, Research and Application (Advanced Topics on Organizational Behavior)*, Thousand Oaks : Sage Publications.
- Meyer J.P. & Herscovitch L., (2001), « Commitment in the workplace. Toward a general model ». *Human Resource Management Review*, 11, 299-326.
- Morin E. (1980). *La méthode, tome 2 : La vie de la vie*. Paris. Ed. Le Seuil. 472 p.
- Naffziger D., Hornsby J. & Kuratko D. (1994). « A proposed research model of entrepreneurial motivation ». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 29-42. Guide-French.pdf
- Nunnally J. (1967). *Psychometric Theory*. New York. McGraw-Hill
- Paturel, R. (2007a). « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat... » *Revue internationale de Psychosociologie*, 2007/3(1) Vol. XIII, p. 27-43.
- Paturel, R. (2007b). « Démarche stratégique et performance des PME ». Dans L.-J. Filion, *Management des PME, de la création à la croissance* (pp. 429-443). Pearson Education.
- Paturel, R. (2011). « Pour une refonte du paradigme de la création de valeur ». *Revue BMR - Business Management Review*, Vol.1 (n° 2), Avril-Mai-Juin, p. 14-23
- Pett M.A. (2003). *Making sense of factor analysis : The use of factor analysis for instrument development in health care research*. Sage Publications, Incorporated.
- Pettigrew A.M. (1997). « What is a processual analysis ? ». *Scandinavian journal of management*, 13(4), 337-348.
- Sarasvathy S. (2001). « Causation and effectuation : Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency ». *Academy of management Review*, 26(2), 243-263.
- Sarasvathy S. (2011). *The Five Principles and the Effectual Cycle – Effectuation*. Ed. University of Virginia. Consulté le 31 10 2013, sur [effectuation.org](http://www.effectuation.org).
- Sarasvathy S. & Venkataraman S. (2011). « Entrepreneurship as Method : Open Questions for an Entrepreneurial Future ». *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol.35, Issue 1, 113-135.
- Schmitt C. (2007). « De la place de l'entrepreneuriat aux défis à relever ». *Revue internationale de Psychosociologie*, 13, p. 45-51.
- Schmitt C. et Bayad M. (2008). « L'entrepreneur comme une activité à projet. Intérêt, apports et pratiques ». *Revue internationale de psychologie*, 14(32), 141-159.
- Schumpeter J. (1935). *Théorie de l'évolution économique* (Traduction française en ligne sur [uqac.quebec.ca](http://uqac.quebec.ca)).
- Shane S. & Venkataraman S. (2000). « The promise of entrepreneurship as a field of research ». *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Simon H.A. (1976) « From substantive to procedural rationality ». In S.J. Latsis (ed.), *Method and Appraisal in Economics*. Cambridge ; Cambridge University Press. Re- printed in *Models of Bounded Rationality*. 2 vols. Cambridge, Mass. : MIT Press, 1982.
- Simon H. (1990). *Sciences des systèmes, sciences de l'artificiel*. Paris : Dunod.
- Strauss A.L. & Corbin J.M. (1990). *Basics of qualitative research : grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA : Sage.
- Taylor M. (1999), « The small firm as a temporary coalition ». *Entrepreneurship and Regional Development*, 11, 1-19.
- Union des Auto-Entrepreneurs (2016), *Études et chiffres de l'Auto-Entrepreneur*. En ligne sur : <http://www.union-auto-entrepreneurs.com>
- Van de Ven A.H. (1992). « Suggestions for studying strategy process : A research note ». *Strategic Management Journal*, (13), 169-188.
- Van de Ven A.H. & Poole M.S. (1995). « Explaining development and change in organizations ». *Academy of management review*, 20(3), 510-540.
- van der Zwan P., Thurik A.R & Grilo I. (2010). « The entrepreneurial ladder and its determinants ». *Applied Economics*, 42(17), 2183-2191
- Vernette E (1991), « L'efficacité des instruments d'études : évaluation des échelles de mesure », *Recherche et Applications en Marketing*, 6(2), 43-66.
- Verstraete T. (2002). « Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche ». *Les Éditions de l'ADREG*, 1-118, en ligne.