



HAL
open science

Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat

Raouf Jaziri

► To cite this version:

Raouf Jaziri. Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat. *Entrepreneuriat et Entreprise: nouveaux enjeux et nouveaux défis*, Université de Gafsa, Apr 2009, Gafsa, Tunisie. hal-00829206v3

HAL Id: hal-00829206

<https://inria.hal.science/hal-00829206v3>

Submitted on 14 Mar 2015

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Ver une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat

Raouf JAZIRI

Chercheur APREIS : www.apreis.org
Laboratoire ICI (Information, Coordination, Incitations), IAE de Brest
Institut Supérieur des Etudes Technologiques de Sousse
ISET de Sousse, 4023 Sousse-Erriadh
Tel : 216 73 30 79 60 (61) Fax : 216 73 30 79 62
e-mail : raouf.jaziri@uc.rnu.tn

Résumé:

La présente communication veut proposer un référentiel théorique pour un concept émergent celui de l'«acadépreneuriat» qui n'a pas suscité beaucoup l'intérêt des chercheurs en entrepreneuriat. En fait, nous essayons de mener une réflexion en vue de transposer une logique entrepreneuriale au sein de l'Université. De même, les chercheurs en entrepreneuriat ne cessent de s'interroger perpétuellement sur les fondements théoriques de leur discipline. L'intérêt de cette contribution étant de tenter d'avancer un ancrage épistémologique et théorique à l'entrepreneuriat via une lecture multiparadigmatique du phénomène.

Cette réflexion s'articule autour de deux grandes questions: celle d'une élucidation du positionnement épistémologique des recherches sur l'entrepreneuriat et celle de l'inscription du phénomène entrepreneurial dans les universités. La première pose un problème épistémologique et théorique du phénomène de l'entrepreneuriat. La seconde cherche à construire une délimitation du champ de l'entrepreneuriat académique et du concept d'*acadépreneuriat*. Les aspects théoriques et conceptuels que nous songeons aborder constituent aussi une facette du travail proposé.

Mots-clés: Entrepreneuriat, paradigmes, acadépreneuriat,

Introduction

L'entrepreneuriat a reconnu ces deux dernières décennies un engouement indéniable au sein de la communauté des chercheurs en science de gestion. D'autant plus que ce domaine est détoné et que de multiples angles de vue ont été adoptés par des économistes, des sociologues, des psychologues, des spécialistes en sciences de gestion ou en sciences du comportement (Filion 1997). Cependant, des controverses multiples s'est émergé quant à l'affiliation du phénomène de l'entrepreneuriat à l'une des disciplines susmentionnée. En définitive, le phénomène est considéré entant que sous-discipline naissante de sciences de gestion traitant les situations de création ou de reprise d'entreprises, le développement et le management de projets d'entreprises (Lamy 2005, p 206).

De même, les chercheurs en entrepreneuriat s'interrogent perpétuellement sur les fondements théoriques et paradigmatiques de leur discipline. En fait, plusieurs chercheurs se posent la question quant à la rétention d'un paradigme de l'entrepreneuriat ou la nécessité de faire recours à une lecture multiparadigmatique de ce phénomène? (Bygrave, 1993; Stevenson, Jarillo, 1990 ; Verstraete 2000, 2001, 2002, 2003; Verstraete et Fayolle, 2004; Paturel 2005, 2006a, 2006b, 2007; Messeghem 2006).

De ce fait, il est tout à fait légitime et judicieux de problématiser le positionnement épistémologique des recherches en entrepreneuriat au regard des différents paradigmes du phénomène et d'en faire ressortir la quintessence.

«Le phénomène de l'entrepreneuriat peut changer nettement d'un contexte à l'autre. Il s'avère souvent que la recherche d'une seule définition simple d'un entrepreneur est futile» (traduction libre ; Alvarez, Barney, 2004). De même, il faut ajouter que l'entrepreneuriat n'est pas un phénomène réductible uniquement aux entreprises mais il touche tous les types d'organisations répondant à un besoin de la société. En sus, l'entrepreneuriat n'est donc pas limité à l'idée de recherche du profit; il peut aussi être lié au domaine public ou au développement durable, à la culture, à l'art par le biais d'organisations à but non lucratif et caritatif (Paturel, 2005 et 2006). Le critère d'indépendance juridique et économique n'est pas non plus une exigence de l'entrepreneuriat ; comme le montre Paturel en 2006 dans le nouveau concept de l'«acadépreneuriat¹» notamment avec le développement au sein d'une université régionale d'un nouveau laboratoire de recherche ou d'une nouvelle structure de formation. Au terme de ces considérations, il est désormais permis de définir avec plus de précision ce nouveau concept qui peut servir à de nombreuses investigations dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ce concept d'«acadépreneuriat» s'articule autour d'un souci permanent de transposer, au sein des universités, une logique entrepreneuriale dans ses dimensions intra et extrapreneuriale. Il se concrétise, selon le sens plus ou moins large qu'on lui attribue, soit par la valorisation économique de connaissances universitaires par la création d'activités nouvelles à l'extérieur de l'Université (spin-off universitaire par extraprise), soit par la conduite d'un projet à l'intérieur de l'université par des intrapreneurs (intraprise).

L'objectif de cette contribution est double d'un côté elle s'intéresse à mettre l'accent sur la quête de paradigme pour l'entrepreneuriat (section 1) et la nécessité de faire recours à une lecture multi-paradigmatique de ce phénomène (section 2).

¹D'après notre revue de la littérature, il nous semble qu'uniquement deux auteurs aient utilisé expressément ce mot dans leurs réflexions : il s'agit de Camille CARRIER en 2004 et Robert PATUREL en 2005, 2006, 2007 et 2008. De même, la première définition de ce concept a été avancée en 2008 par JAZIRI et PATUREL. Pour plus d'informations sur ce concept Cf. aux travaux de Jaziri et Paturel, 2008, 2009.

1. La quête de(s) paradigme(s) pour l'entrepreneuriat

L'étymologie² du mot *paradigme* tient son origine du mot grec ancien *paradeigma* (παράδειγμα) qui signifie «exemple». De même, selon le dictionnaire étymologique de la langue française de 1968, le terme existait depuis 1561 (Rumelhard, 2005). Le concept de paradigme s'emploie fréquemment dans le sens de perception du monde au sens de Khun. Dans le cas des sciences sociales, la notion est employée pour décrire l'ensemble d'expériences, de croyances et de valeurs qui influencent la façon dont un individu perçoit la réalité et réagit à cette perception. Au début du XIX^{ème} siècle le mot *paradigme* était employé comme terme épistémologique pour désigner un modèle de pensée dans des disciplines scientifiques.

Dans cette perspective, l'emploi le plus répandu se trouve à l'origine du philosophe et le physicien de formation Thomas Samuel Kuhn qui l'utilisait pour désigner un ensemble de pratiques en science. Toutefois, dans son ouvrage publié en 1962, intitulé «The structure of scientific revolutions»³, Kuhn définit un **paradigme scientifique** comme «*l'ensemble de convictions partagées par le groupe scientifique considéré à un moment donné de l'histoire ; convictions que le groupe défend contre toute menace et toute atteinte par le rejet de tout élément théorique hétérogène*».

De même il ajoutait que: «*les paradigmes 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* ». Ils comprennent :

- un ensemble d'observations et de faits avérés,
- un ensemble de questions en relation avec le sujet qui se posent et doivent être résolues,
- des indications méthodologiques (comment ces questions doivent être posées),
- comment les résultats de la recherche scientifique doivent être interprétés.

Pour Kuhn, l'adoption d'un paradigme est un phénomène sociologique, qui implique la genèse d'une communauté de chercheurs qui s'accordent autour d'une vision unanime du monde. Dans le contexte de l'entrepreneuriat les paradigmes seraient: l'ensemble des règles admises comme des «normes» par la communauté des chercheurs en entrepreneuriat, à un moment donné pour délimiter et problématiser les « faits » qu'elle juge dignes d'étude.

Selon Kuhn (1962) un paradigme porte deux caractéristiques indispensables: d'une part, il est constitué de découvertes suffisamment notables pour escamoter un groupe cohérent d'adeptes à d'autres formes d'activités scientifiques concurrentes, d'autre part ouvrant des perspectives suffisamment vastes pour fournir à ce nouveau groupe de chercheurs toutes sortes de problèmes à résoudre. Ces deux caractéristiques sont assez vérifiées par l'entrepreneuriat dans la mesure où le phénomène a suscité amplement durant ces deux dernières décennies une large communauté des chercheurs. Ces derniers se sont regroupés eux-mêmes en des sous groupes selon les intérêts et les thèmes de recherche qui les unissent dans le domaine de l'entrepreneuriat à l'instar de :

- l'entrepreneuriat par la création ex-nihilo ;
- l'extrapreneuriat par essaimage ou spin-off ;
- le repreneuriat d'entreprises par des personnes physiques ;

² Cf. à l'encyclopédie wikipédia en ligne : www.wikipedia.com.

³ «The structure of scientific revolutions». The University of Chicago Press (traduction française: « La structure des révolutions scientifiques », Flammarion, 1972)

- l'intrapreneuriat par les membres des organisations.

Toute la communauté des chercheurs en entrepreneuriat quel que soit l'intérêt qu'ils portent sur l'un des thèmes de recherche susmentionnés ; adoptent des paradigmes unanimes qui traduisent leur perception du monde. En fait, ce qui fait la valeur d'un paradigme, ce n'est pas tant la profondeur de la découverte que sa capacité à susciter des travaux de recherche. (Michel, 1979)

Selon le sociologue-philosophe Bruno Latour (1995), les paradigmes découlent des efforts consentis par la communauté des chercheurs en vue de publier dans des revues de grande notoriété et ce, pour déclencher des débats autour de la vision qu'ils partagent d'une représentation du monde.

A un instant t , correspondant à un état particulier des croyances sociales porteuses d'un point de vue sur la nature, le scientifique a une représentation théorique particulière du monde. Celle-ci change dès que le point de vue se modifie. Ces points de vue, et les arsenaux conceptuels et méthodologiques qui les accompagnent, Kuhn les appelle des "paradigmes". L'histoire de la science doit être appréhendée comme une suite de ruptures paradigmatiques.

La question de la perception du champ de l'entrepreneuriat en tant que discipline naissante des sciences de gestion nécessite une attention particulière au processus diachronique de développement des connaissances dans ce domaine. En effet, Kuhn accorde une place importante au rôle de l'histoire dans le processus de développement de la science. Nous proposons d'examiner la teneur des recherches attachées au courant de l'entrepreneuriat avant de conclure sur leur caractère paradigmatique.

Selon Thomas S. Kuhn (1922-1996) la science progresse de manière fondamentalement discontinue, non par accumulation mais par rupture. Ces ruptures, ces révolutions scientifiques, sont selon Kuhn analogues à un renversement des représentations des savants et à un changement de leur regard. De même, le domaine de l'entrepreneuriat a évolué largement et d'une façon intermittente par des chercheurs anglo-saxons et francophones avisés sur des thèmes porteurs tels que :

- entrepreneuriat individuel ;
- entrepreneuriat collectif ;
- entrepreneuriat familiale ;
- entrepreneuriat coopératif ;
- entrepreneuriat féminin ;
- entrepreneuriat social ;
- entrepreneuriat immigré...

Bref ! L'entrepreneuriat est devenu une science transversale de la science de gestion.

Toutefois, malgré l'apport épistémologique de Kuhn depuis 1962 la notion de paradigme reste entachée d'ambiguïté. Masterman (1970), en recense par exemple vingt-deux usages différents de ce concept, chose qui a conduit Kuhn à avancer une définition ; dans la deuxième édition de *La structure des révolutions scientifiques*, d'un nouveau concept, celui de matrice disciplinaire. Cependant la notion de paradigme continuera à être mobilisée, dans des disciplines toujours plus nombreuses ; on le retrouve par exemple en économie ou en sciences de gestion dans les théories économiques des organisations de Schumpeter, 1934, qui propose la notion de paradigme de l'innovation.

L'intérêt de notre analyse étant de proposer un ancrage épistémologique et théorique à l'entrepreneuriat tout en retenant une lecture multiparadigmatique pour ce phénomène. En fait, cette construction sociale de la connaissance mérite d'être problématiser.

2. Vers une lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat

L'engouement sans précédent qu'a connu les recherches en entrepreneuriat a conduit certains auteurs à parler de paradigme (Shane et Venkataraman, 2000; Verstraete et Fayolle, 2004, Paturel 2005, 2006a, 2006b, 2007, Messeghem 2006). La notion de paradigme tel que avancé dans l'épistémologie de Kuhn, que nous avons déjà présenté dans la section précédente, traduit l'adoption d'un courant de pensée et l'adhésion d'une communauté de chercheurs à un instant donné.

Il va sans dire que, l'entrepreneuriat est un phénomène complexe qu'on ne peut pas le réduire à un seul paradigme pour en cerner ses différentes facettes (Verstraete,1999 ; Messeghem 2006). Par conséquent, il est nécessaire de faire recours à une lecture multiparadigmatique tout en montrant la complémentarité entre ces paradigmes qui charpentent le champ de l'entrepreneuriat. Verstraete et Fayolle (2004) ont proposé les quatre paradigmes dominants pour la recherche en entrepreneuriat à savoir:

1. paradigme de l'opportunité d'affaires ;
2. paradigme de la création d'organisation ;
3. paradigme de la création de valeur ;
4. paradigme de l'innovation.

Nous nous proposons de nous centrer sur l'ensemble des sept paradigmes avancés par Robert Paturel en 2005, 2006a, 2006b, 2007 et qui nous semblent dignes d'intérêt pour la recherche en entrepreneuriat et, surtout pour élucider les différentes facettes de notre nouveau thème de recherche portant sur l'acadpreneuriat.

En fait, ces sept paradigmes se résument dans les propos suivants de Paturel (2007):

« Ne pourrait-on pas avancer que l'entrepreneuriat est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante ? »

Il en découle de cette définition de l'entrepreneuriat que le phénomène recense sept paradigmes, ou approches épistémologiques proposés aux chercheurs, que nous essayons de les élucider dans ce qui suit.

2.1. Paradigme des traits individuels:

L'apport de ce paradigme en matière de recherche en entrepreneuriat est réputé limité voire même désuète ; dans la mesure où il a examiné les caractéristiques personnelles (démographique, origine sociale, carrière professionnelle, compétences, motivations, historique, famille...) de l'entrepreneur tout en mettant en en exergue quelques traits de caractère récurrents pour les entrepreneurs réussis.

Au sens de ce paradigme, il semble que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires (Gasse, D'Amours, 2000). Par conséquent, ils les considèrent comme des modèles à imiter (Diochon et ali., 2001).

Le paradigme de traits tient compte de l'influence de l'environnement immédiat quant au développement de l'action entrepreneuriale. En fait, le milieu immédiat influence largement la création d'entreprises d'une région à l'autre et ce, par l'inégalité des opportunités d'affaires d'un milieu à l'autre (Mezhoudi, 2000).

Selon les adeptes de ce paradigme l'émergence d'une économie entrepreneuriale est autant un événement culturel et psychologique qu'un événement économique ou technologique (Gasse, 2000). Ainsi, certaines sociétés, communautés ou groupes véhiculent plus facilement les valeurs entrepreneuriales que d'autres. De même, plusieurs études ont montré que les forces culturelles latentes pouvaient être mobilisées et pouvaient fournir les valeurs sous-jacentes à l'économie entrepreneuriale (Granmaison, 2000 ; Reynolds, Storey et Westhead, 1994).

De même, le niveau d'instruction fait partie des traits individuels retenus par les chercheurs en entrepreneuriat. Gasse et D'Amours en 2000, indiquent que le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que celui de l'ensemble de la population. Cela est particulièrement vrai des créateurs d'entreprises en technologie de pointe (High-tech) ou à fort potentiel de croissance. Étant donné que ces entreprises font reposer leurs avantages concurrentiels sur les connaissances de leurs fondateurs, une solide formation est donc nécessaire. De façon générale, les perceptions de compétence peuvent fortement influencer la vision de la personne quant à savoir si une situation donnée est maîtrisable. Si cette personne se perçoit comme compétente, elle aura tendance à mieux considérer une action, comme la création d'une entreprise, comme faisable (Krueger, 2000).

De point de vue trait psychologique, les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. L'entrepreneur qui réussit à lancer une entreprise démontre un haut niveau de détermination et de constance dans la solution des divers problèmes et des difficultés rencontrés. Plusieurs études sur les entrepreneurs naissants (Menziez et *ali.* 2002) viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. Ils recherchent l'autonomie et l'indépendance, veulent devenir leur propre patron et prennent des initiatives dans ce sens.

Dans le même sens, l'effet de l'âge et de l'expérience antérieure du créateur qui est intéressé à lancer une affaire entrent également en jeu au moment du démarrage (Reynolds, 1997).

Toutefois le paradigme des traits individuels a montré plusieurs limites; en effet, il n'a pas pu établir un « profil robot » de l'entrepreneur et les résultats des recherches empiriques allant dans ce sens sont entachés d'ambiguïté, voire même contradictoires et par conséquent peu concluants (Danjou, 2002). De même, l'entrepreneur n'a pas a priori des caractéristiques propre à lui ; même s'il est vrai qu'un environnement entrepreneurial propice accroît l'ambition et le dynamisme entrepreneurial du futur entrepreneur.

Selon Paturel (2007), ce paradigme qui cherche une réponse à la question «Qui ?» reste d'un intérêt aujourd'hui plus que limité...« Sauf à caractériser l'entrepreneur par rapport au *changement plus ou moins intense* que son entrée dans les affaires lui fait subir ou bénéficier, avec une force de ce changement liée à une modification plus ou moins élevée de son statut, de son métier, de sa fonction combinée à un changement final d'organisation – celle créée ou reprise –, une mobilité géographique, etc. ».

Au sens de notre analyse, ce paradigme peut être utilisé avec d'autres pour élucider le phénomène de l'entrepreneuriat académique qui traduit l'action entrepreneuriale par les

membres de l'université et ce, en vue d'identifier les différents profils des « acadépreneurs ».

2.2. Paradigme des faits entrepreneuriaux :

Ce paradigme est très descriptif. Il présente une réponse à la question «*Quoi?*» et permet d'identifier l'entrepreneur par son comportement. Toutefois, ce paradigme «revêt un grand danger» au sens de Paturel (2007), car il pourrait faire croire à l'universalité des parcours de réussite rapportés, considérés comme la règle alors que les statistiques en matière d'échecs ne sont guère encourageantes pour ceux qui veulent se lancer dans le domaine des affaires.

Le paradigme des faits consiste à évaluer les compétences entrepreneuriales du créateur par l'initiative que celui-ci prend dans ses démarches et par le retour des travaux effectués (Toutain 2006)

Il s'agit de focaliser l'attention sur les compétences de l'individu et sa capacité psychologique et comportementale à atteindre ses objectifs validant son identité d'entrepreneur. De même, le paradigme des faits exige d'analyser la fonction d'entrepreneur et le processus entrepreneurial lui-même d'où sa complémentarité avec le paradigme de processus (Bekolo, 2007). Ce point de vue s'apparente énormément aux courants classiques de management que l'on retrouve chez des auteurs comme Fayol, Liebenstein, Knight ou Williamson, l'entrepreneur apparaisse comme une personne qui répond au management des organisations cherchant à optimiser des ressources humaines et financières et ce, dans le souci d'atteindre un objectif. Il s'agit en fait, d'un individu à la recherche d'une situation optimale dans sa décision d'investissement. Donc, le rôle fondamental de l'entrepreneur sera la mise en place d'une nouvelle structure selon une démarche qui laisse révéler ses qualités d'innovateur, d'organisateur, de stratège, etc. Ce paradigme met en jeu aussi bien les capacités entrepreneuriales de l'individu que son aptitude à agir tout en mettant en exergue une réalité praxéologique qui sera influencés par ses caractéristiques intrinsèques.

Dans le contexte de l'entrepreneuriat académique une approche par les faits peut être employé largement pour déterminer la transposabilité de phénomène entrepreneurial dans le contexte académique, en observant les variables suivants des acadépreneurs :

- besoin d'accomplissement, de pouvoir, de contrôle, d'autonomie, d'indépendance et de reconnaissance sociale, ainsi que le degré de prise de risque..
- ses caractéristiques psychologiques: dynamisme, persévérance.
- les traits culturels des individus (valeurs, attitudes, comportements, rhétorique de la réussite sociale, les pesanteurs dues à la tradition universitaire, la pression communautaire, le conformisme et le droit d'aînesse)
- les variables sociales: dispositions entrepreneuriales, désir d'ascension sociale,
- les variables relationnels (influence des réseaux sociaux, réseaux d'alliance familiale et/ou matrimoniale)

2.3. Paradigme de l'impulsion d'une organisation :

Le premier courant, initié par Gartner (1985, 1990, 1995), défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. En fait, Gartner est réputé le

chef de file à débattre le paradigme de l'émergence organisationnelle⁴. Dans cette perspective, étudier l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité juridique indépendante.

Ce paradigme a incité certains chercheurs à considérer l'organisation à la fois comme un moyen et comme le résultat du processus entrepreneurial. Cette dimension dialogique est défendu par Verstraete (1999, 2003b).

De même, ce paradigme était largement corrélé au paradigme de l'opportunité par Bygrave et Hofer (1991), qui, dans leur définition de l'entrepreneur stipulaient: « *Un entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre*».

À propos de ce paradigme, Verstraete et Fayolle (2004) font référence aux travaux de Verstraete (1999, 2003b) sur l'impulsion d'une organisation⁵. Ce qui l'incite à faire recours à une pensée «*systemique intégrant l'action et son résultat*» en vue d'appréhender l'organisation (Verstraete et Fayolle, 2004, p. 7).

Cependant quelle que soit la notoriété des auteurs qui se rangent dans cette mouvance, la question se pose quant à l'originalité et l'apport réel d'une telle approche tant elle correspond à une évidence (Paturel 2007). Il va de soit, d'impulser une organisation lorsqu'on se met à son propre compte !! Cependant, il convient de qu'il ne faut pas se limiter à l'impulsion d'une entreprise, mais généraliser le paradigme à toutes les organisations ; même celles à but non lucratif (Shane et Venkataraman, 2000). Entre autres, il ne faut pas penser uniquement à impulser une nouvelle organisation (création ex-nihilo) mais aussi à celle existante et reprise, une dimension oubliée ! (*Op. Cit.* p 33)

Sous cet angle, il nous semble que le paradigme peut être utile pour expliquer l'action intrapreneuriale des membres de l'université dans le cadre de l'acadépreneuriat ou l'entrepreneuriat académique.

2.4. Paradigme de l'opportunité d'affaires :

Ce paradigme est réputé le plus récent dans le domaine de recherche en entrepreneuriat. Il est ancrée dans les travaux fondateurs de Venkataraman (1997) et Shane et Venkataraman (2000). D'ores et déjà, le champ de l'entrepreneuriat est défini, ici, comme « l'examen approfondi de comment, par qui et avec quels résultats sont découvertes, évaluées et exploitées les opportunités de création de futurs biens et services».

Le paradigme de l'opportunité d'affaire tient son origine du marketing, en vue de répondre à des besoins non encore satisfaits sur le marché (Kirzner, 1973 ; 1979 ; 1997), chose qui a engendré un réel regain d'intérêt de ce paradigme dans le domaine de l'entrepreneuriat (Chelly, 2006).

Malgré la typologie ou le triptyque des opportunités tel que proposé par Drucker⁶ (1985),

⁴ «*the domain of entrepreneurship that interests me is focused on the phenomenon of organization creation*” (Gartner, 1995, p 69)

⁵ «*Dans notre thèse, l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion* » (Verstraete, 2003, p.13).

⁶ Selon Druker les opportunités se cristallisent autour des trois types suivants :

1. les opportunités que l'on rencontre sur des marchés existants qui sont le fruit d'inefficience due à une asymétrie de l'information ou aux limites de la technologie pour satisfaire des besoins non satisfaits ;

Venkataraman (1997) a mis l'accent sur deux prémisses –l'un faible et l'autre fort- du modèle entrepreneurial qui l'a proposé.

- La première prémisses jugée faible, voie que la plupart des marchés sont inefficients et que ces inefficiences offrent aux individus qui les repèrent et qui les exploitent des opportunités de profit.
- La deuxième prémisses réputée forte affirme que « *même si le marché approche un état d'équilibre, la condition humaine de l'entreprise combinée à la tentation du profit et l'avancée des connaissances et des technologies détruira l'équilibre tôt ou tard* » (Op. Cit. p. 121). Cette prémisses va de paire avec le processus de destruction créatrice décrit par Schumpeter (1979).

Baygrave et Hofer (1991) concilient le paradigme de l'opportunité avec celui de création d'une entité, alors que Timmons l'associe au paradigme de processus ;
« *Entrepreneurship is the process of creating or seizing an opportunity and pursuing it regardless of the resources currently controlled* » (Timmons, 1994, p.7).

Shane et Venkataraman (2000) se situent parfaitement dans ce paradigme tout en intégrant le paradigme de processus (découverte, évaluation et exploitation de l'opportunité). Dans le même ordre d'idées, la saisie d'une opportunité constitue l'approche qui assure la plus forte durabilité au projet (Girard, 2007). En ce sens, Paturel (2007) a fait la relation entre l'entrepreneuriat et l'Intelligence Economique via les fonctions de veille et de la recherche d'opportunités au sein de l'environnement.

Il convient de souligner que, l'opportunité entrepreneuriale doit être distingué des autres opportunités de profit (Messghem 2006). Loin de chercher une optimisation de la relation moyens-fins, soit une utilisation plus efficiente des ressources, l'opportunité entrepreneuriale apparaît, dès lors, comme une remise en cause de cette relation dialogique (Shane et Venkataraman, 2000 ; Baumol, 1996).

Sous cet angle, Eckhardt et Shane (2003, p. 336), soulignent « *Ainsi, alors que les décisions non-entrepreneuriales maximisent les ressources rares à travers une relation entre moyens et fins précédemment développée, les décisions entrepreneuriales induisent la création ou l'identification de nouvelles relations entre moyens et fins précédemment non détectées ou non utilisées par les acteurs du marché* ».

En général, même si l'opportunité soit découverte, aperçue ou créée, le défi et l'enjeu consistent dans son exploitation. La transition de la découverte à l'exploitation peu être appréhendée sous un angle cognitif (Messghem 2006).

Le paradigme de l'innovation nous semble digne d'intérêt dans le cadre des organisations à but non lucratif. Si nous prenons l'exemple de l'entrepreneuriat académique ou acadépreneuriat, nous pensons qu'un acadépreneur qui songe créé un nouveau établissement universitaire ou un nouveau laboratoire de recherche doit apercevoir une opportunité, l'analyser pour par la suite s'engager à l'action entrepreneuriale proprement dite, chose que nous cherchons à la valider dans une recherche ultérieur.

2.5. Paradigme de processus entrepreneurial

-
2. les opportunités qui sont le résultat de changements exogènes qui touchent aux conditions sociales, politiques, démographiques ou économiques ;
 3. Les opportunités qui sont le fruit d'inventions et de découvertes et qui produisent ainsi de nouvelles connaissances.

En tant que domaine de recherche récent l'entrepreneuriat est perçu chez la majorité des chercheurs comme un processus.

Selon Shane et Venkataraman (2000) : « *L'entrepreneuriat est l'étude scientifique du comment, par qui et avec quels effets, les opportunités de création de nouveaux produits et services sont détectées, évaluées et exploitées.* »

De même la définition de Gartner (1993) va bien dans ce sens : « *L'entrepreneuriat est un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation.* »

Selon Johannisson (2003) l'entrepreneuriat est considéré comme « *un processus dans lequel des ressources, indépendantes à l'origine, sont réorganisées d'une nouvelle façon pour saisir une occasion d'affaires* ».

Pour Hernandez et Marco (2006), « *L'entrepreneur est l'initiateur d'un processus complexe de détection et d'exploitation d'opportunités* » (p.9).

D'après Schmitt (2008, p.4) « *L'entrepreneuriat est envisagé comme un processus finalisé de transformation de l'entreprise et, par conséquent, du marché sur lequel agit cette transformation, comme l'explique Schumpeter (1954)* ».

En somme, le paradigme de processus consiste à décrire et d'analyser les différentes étapes de la création d'une nouvelle entreprise *ex nihilo* ou de la reprise d'une entité existante, afin d'en élucider et cerner les problèmes pour y remédier. Souvent ce paradigme fait appel à la notion d'engagement entrepreneurial, qui relève de l'intention entrepreneuriale, dans le processus de création d'entreprise. Cependant, l'intention est insuffisante pour entreprendre, mais c'est la décision⁷ qui fait foi, et qui représente le maillon indispensable entre l'intention de créer et l'acte de création (Hernandez et Marco 2006). De même, la modélisation diachronique du processus de création d'entreprise de Bruyat (1993) a fait de l'engagement une phase déterminante du processus entrepreneurial.

Le paradigme de processus entrepreneurial est fortement corrélé avec le paradigme de l'opportunité d'affaire (Cf. Timmons, 1994, p.7), des faits (Toutin 2005), de l'impulsion d'une organisation (Gartner 1993) et celui de l'innovation (Schmitt, 2008). Il a été traité par plusieurs auteurs (Gartner, 1985 ; Schmitt et Bayad, 2006 ; Fayolle, 2004a ; Chelly, 2006, Messghem, 2006), et consiste à donner une place capitale à l'entrepreneur en tant qu'individu cognitif et social évoluant dans un environnement, ouvert, finalisé et régulé.

Ce paradigme semble être une tendance mobilisant de plus en plus la recherche doctorale d'après les analyses disponibles (Paturel, 2006 ; Bourio, 2007 ; Schmitt et Bayad, 2007).

2.6. Paradigme de l'innovation:

C'est le paradigme le plus ancien et qui doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter ainsi qu'à l'école Autrichienne. Au sens de, Schumpeter (1987), l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur est l'innovateur qui engendre «la destruction créatrice». Cette « destruction créatrice » est la résultante de nouveaux produits et business models qui se lancent sur les marchés et qui remplacent les anciens. Ainsi, la destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme.

⁷ « *L'intention ne suffit pas, il faut le passage à l'acte... Le pont entre l'intention et l'action c'est la décision* » (Hernandez, Marco, 2007, p. 9)

Friedrich Von Hayek (1945) distingue deux types de connaissances génératrices d'innovation à savoir : les connaissances scientifiques et les connaissances ordinaires. La vision schumpétérienne tend plutôt à mettre l'accent sur les connaissances ayant un caractère scientifique. Cependant, Alter (2000) propose l'innovation ordinaire qui est portée par l'ensemble des acteurs de l'organisation. Ces acteurs détiennent un savoir ou un savoir-faire particulier assimilables aux « *connaissances de circonstances particulières de temps et d'espace* » avancées par Hayek (1945, p. 521). Ces connaissances qui ont souvent un caractère tacite peuvent contribuer à l'émergence d'innovations originales et péniblement reproductibles (Jacobson, 1992).

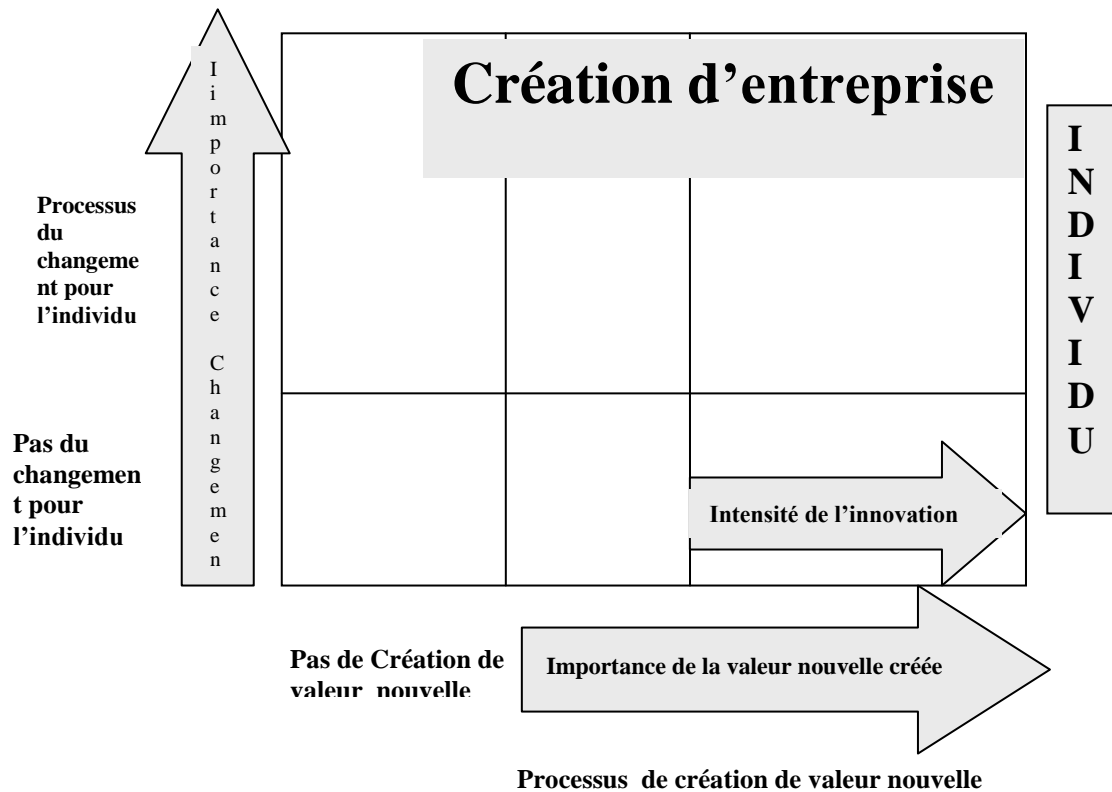
Dans cette approche, l'innovation correspond aux nouveaux produits, à de nouvelles méthodes de production ou d'organisation, aux nouveaux marchés, à de nouvelles sources d'approvisionnement et/ou de nouvelles structures du marché (Paturel 2007). On perçoit déjà à ce niveau le lien avec l'idée de création de valeur nouvelle provenant de l'exploitation de ces types d'innovation applicables aussi bien dans une organisation nouvelle que reprise.

De même ce paradigme peut être employé largement dans le cadre d'une organisation à but non lucratif à l'instar d'une université et ce, dans le cadre de l'intrapreneuriat. Par exemple l'enseignant-chercheur qui entreprend pour créer un nouveau laboratoire de recherche ou de même le directeur de l'établissement universitaire qui crée une nouvelle formation, nouveau diplôme ou une nouvelle coopération nationale ou internationale se trouve jusque là dans une situation entrepreneuriale.

2.7. Paradigme de la création de valeur nouvelle ou de captation de la valeur existante (Paturel, 2005-2006) :

Le paradigme de la création de valeur constitue une extension de paradigme de l'innovation adaptée au champ de l'entrepreneuriat. Cette conception est celle avancée par Christian Bruyat dans sa thèse de doctorat (1993) réputée une référence épistémologique en matière de modélisation de l'action entrepreneuriale. Pour cet auteur, « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur ». Cette dialogique s'inscrit dans une dynamique de changement. Elle est définie par Christian Bruyat comme suit: «l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal ». Bruyat présente la dialogique individu/création de la valeur dans le schéma suivant :

Création de valeur



La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une place prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...).

On retrouve dans cette conception du phénomène les principales dimensions mises en évidence par de nombreux chercheurs : l'individu, l'objet créé (une organisation et/ou une innovation), l'environnement et le processus. La seule différence est que le couple individu- objet forme une dialogique et que celle-ci est au centre des préoccupations de recherche. De plus, cette dialogique est influencée par l'environnement lointain ou proche et peut interagir avec lui.

La grille de Bruyat a été largement critiqué par son directeur de thèse le professeur Robert Paturel à maintes reprises (2006 et 2007), surtout au niveau du paradigme de la création de valeur.

Selon Paturel (2007), les deux pratiques de l'entrepreneuriat étant la création ex nihilo et la reprise, l'innovation peut intervenir dans le cadre de chacune de ces modalités afin de créer de la valeur nouvelle ou bien d'économiser de la disparition ou du gaspillage de valeur déjà présente. Ainsi, le fait de créer de la valeur nouvelle pose le problème de l'intensité de cette nouveauté (une innovation de rupture déclenche a priori plus de valeur nouvelle que l'innovation mise en oeuvre au sein d'une reprise d'organisation relativement saine ou avec des germes de difficulté (Deschamps, Paturel, 2005). Le questionnement porte alors sur la création de quel type de valeur nouvelle (problème de sa mesure selon quel critère?), pour qui (propriétaires, clients, salariés de l'entité, la Société, etc.) et pour quoi (nouvelle valeur en conformité avec les valeurs de la Société, avec sa culture ambiante, etc.). En cas de reprise d'organisation en difficulté avérée, un plan de reprise destiné à sauvegarder les savoir-faire et tout ou partie des emplois s'impose.

L'économie de perte de valeur qui résulte de l'innovation mise en oeuvre par rapport à la situation qui a conduit l'organisation au Tribunal de Commerce, constitue un autre effet de la décision de reprise. Les mêmes questions que précédemment interviennent quant à la nature de l'économie de valeur réalisée pour qui, pour quoi, selon le respect de quelles valeurs éthiques ?

Il semble bien, aujourd'hui, qu'il faille privilégier ce dernier paradigme. C'est, en effet, celle qui caractérise le mieux l'entrepreneuriat et l'entrepreneur: les autres étant des évidences ou des développements connus depuis des lustres. Les paradigmes de l'entrepreneuriat sont a priori d'autant moins intéressantes au fur et à mesure que l'on remonte notre liste. Autrement dit, les paradigmes sont en fin de compte d'une pertinence et originalité croissantes pour la recherche en entrepreneuriat au fur et à mesure que l'on s'éloigne des premiers analysés précédemment.

Ce paradigme tel que développé par Paturel (2006, 2007), nous paraît riche d'enseignements pour qu'il soit appliqué au phénomène de l'acadépreneur. En effet, l'acadépreneur, obtient de la *valeur nouvelle* lors de la création d'un nouvel établissement universitaire ou d'un nouveau laboratoire de recherche...etc. De même, il peut capter de la valeur existante lors de la «reprise» d'un établissement qui entraîne un transfert de valeur d'un établissement existant vers un nouveau directeur.

2.8. Le paradigme de projet

Selon Paturel (2007) l'entrepreneuriat est indissociable à l'idée de projet et donc au paradigme de projet. En fait, le projet est considéré comme « une figure de l'anticipation, qui peut, certes permettre de scénariser l'avenir, mais aussi d'instruire les rationalisations de l'action » (Bréchet, Desreumaux, Lebas, 2005).

L'ouvrage de J.-P. Boutinet (1993) « anthropologie du projet » nous semble servir de base pour élucider le paradigme de projet. En fait, un projet fait la conjonction de quatre univers à savoir :

- univers architectural: constitue l'articulation entre la conception et la réalisation du projet
- univers politique: explique la « vision sociétale du projet »
- univers philosophique : traduit l'intentionnalité suite à laquelle émerge le projet
- univers pragmatique : consiste en l'instrumentation du projet

De même, le paradigme de projet intervient dans une démarche qui peut s'acquérir scientifiquement. On peut rappeler ici les **modèles des «3 E» et des «3 F»** avancés par Robert Paturel (1997, 2005 ; 2006a ; 2006b ; 2007) qui sont à appliquer à tous les projets d'une organisation qui doivent se situer dans la zone de cohérence A. (Voir figure 1).

- **E1** représente l'Entrepreneur (le porteur de projet, le dirigeant-intrapreneur ou l'intrapreneur), et ses aspirations, qui exige un diagnostic personnel approfondi de créateur potentiel ;
- **E2** constitue les ressources et les compétences possibles à intégrer à l'Entreprise ou, d'une façon plus générale, à l'organisation;
- **E3** résume les possibilités offertes par l'Environnement qu'il soit global, spécifique ou local.

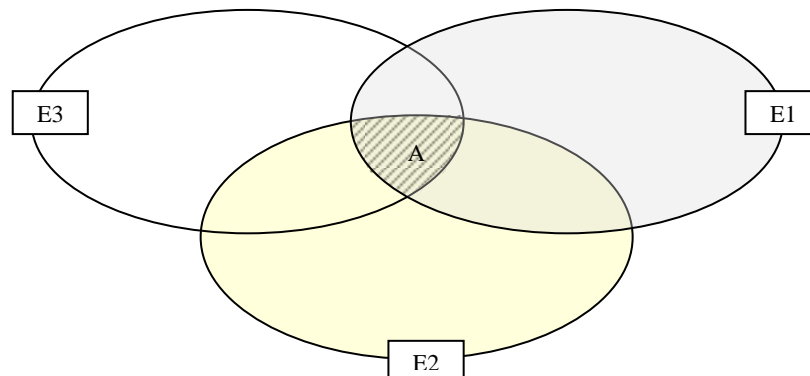


Figure 1: Le modèle des 3 E (Paturel, 1997, p. 15.)

Il en découle de cette figure que seuls les projets entrant dans la zone de cohérence des «3E» ont des chances de succès. Conséquemment, le « modèle des 3E » est un méta modèle servant à garantir l'harmonie entre les «3 E».

Ce modèle est utilisé depuis plus de 10 ans ; aussi bien dans le cadre de travaux théoriques que dans la pratique des affaires (Paturel, 1997) pour assurer la cohérence de tout projet d'entreprise destiné à être pérennisé.

Le modèle des «3 F» qui peut être représenté de la même façon que le modèle des «3E» (figure 2). Il s'agit d'un modèle de performance applicable à la PME. Il distingue trois groupes d'indicateurs de la performance en relation avec l'efficacité (F 1), l'efficience (F 2) et l'effectivité (F 3). Reprenons chacun d'eux succinctement avant de préciser son contenu et l'utilisation possible du modèle élaboré.

- **F1** symbolise l'**efficacité** qui consiste à approcher les objectifs des réalisations sur la base de critères en relation avec la définition des objectifs de l'entrepreneur ou du dirigeant.
- **F2** synthétise l'**efficience** qui s'intéresse à la manière dont les ressources et compétences sont utilisées pour parvenir à telle ou telle production de l'entreprise.
- **F3**, résume l'**effectivité** qui se concentre sur le niveau de satisfaction des parties prenantes de l'entreprise, qu'elles soient internes ou externes.

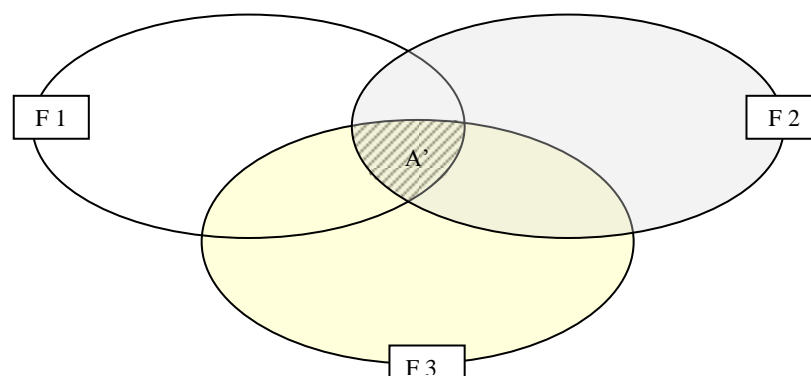


Figure 2: Le modèle des « 3 F » (Paturel 2000, p. 178)

De ces deux modèles 3E et 3F, se dégagent bien entendu le Business Plan et le Business Model, eux aussi indispensables dans la concrétisation du projet qui doit se situer dans les zones de cohérence A et A'.

3. Analyse des liens possibles entre les huit paradigmes ?

Il n'est pas évident ni aisé d'analyser les corrélations possibles entre les paradigmes. Gartner en (1990) montre que le concept de l'entrepreneuriat est fortement en corrélation étroite avec les paradigmes de la création d'organisation, de l'innovation, de la création de valeur et de l'opportunité. De même Verstraete et Fayolle en 2004 ont esquissé les interrelations entre les quatre paradigmes avancés par eux.

Cependant nous illustrons les liens possibles entre les 8 paradigmes que nous retenons et les adoptant de Paturel 2006 dans le schéma suivant :

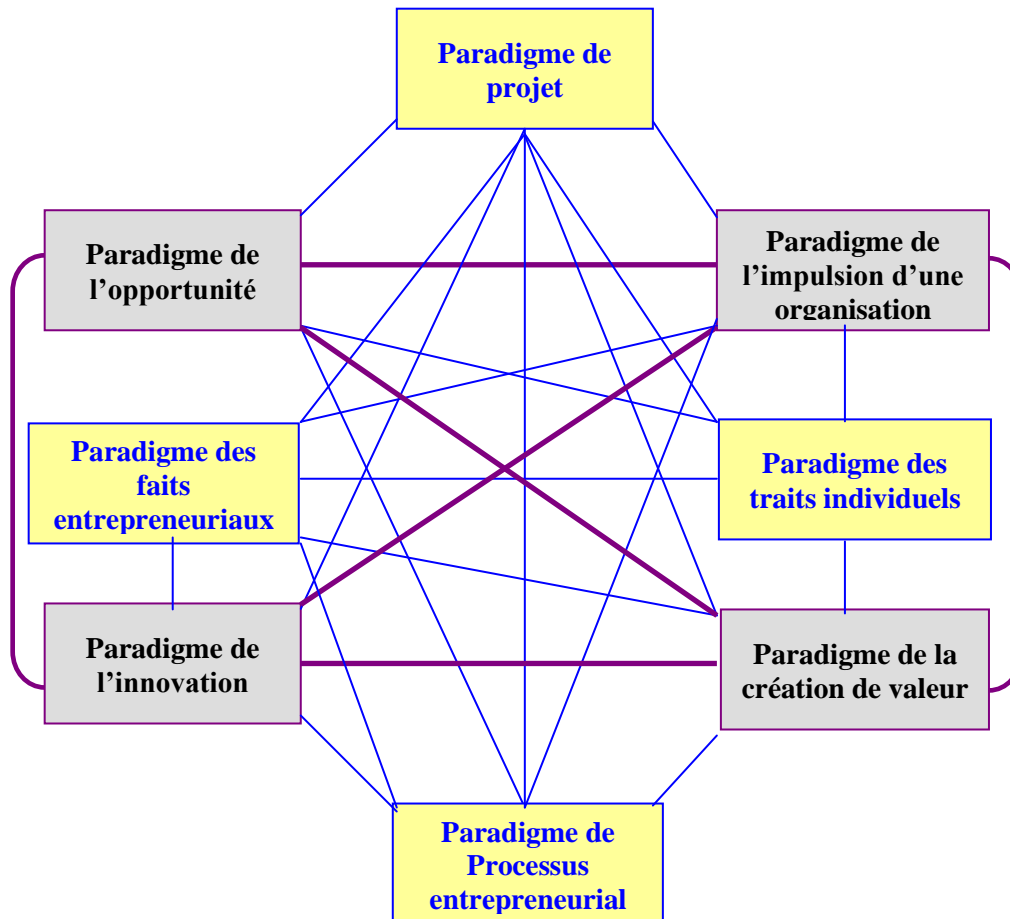


Figure 3: représentation des liens entre les huit paradigmes de l'entrepreneuriat

Les quatre paradigmes dont le fond est gris clair et les liens en violet sont ceux avancés et élucidés par Verstraete et Fayolle (2004), alors que ceux en jaune ont été ajoutés par Paturel (2007).

Il en découle de cette représentation de classer les huit paradigmes en trois catégories selon les liens qui les unissent.

La première catégorie met l'accent sur les paradigmes ayant des liens (6) avec tous les autres à savoir les paradigmes de:

- *projet*
- *la création de valeur*
- *l'impulsion d'organisation*

Ceci nous paraît tout à fait logique, puisque toute création d'entreprise quelque soit la forme du projet notamment:

- création ex-nihilo,

- essaimage,
- reprise d'entreprise existante par des personnes physiques ou
- intrapreneuriat; engendre une impulsion d'une organisation et par conséquent la création de valeur nouvelle (en cas de création ex-nihilo, essaimage, ou intrapreneuriat) ou existante (en cas de reprise) au sens de Paturel (2007).

La seconde catégorie de paradigme regroupe ceux qui intéressent les plus de chercheurs notamment :

- paradigme des processus;
- paradigme de l'opportunité d'affaire;
- paradigme des faits entrepreneuriaux;
- paradigme de l'innovation.

Cependant le paradigme ayant le moins de liens avec les autres étant celui des *traits individuels* ce qui explique sa désuétude.

Les liens entre les différents paradigmes nous paraissent évidents dans la mesure où l'entrepreneuriat est un *processus* qui interpelle la majorité des paradigmes qui sont en interrelation entre eux.

3. Conclusion

Cette lecture multiparadigmatique nous semble digne d'intérêt car elle est de nature à contribuer à impulser les recherches en entrepreneuriat en adoptant un ou ensemble de ces paradigmes en vue de scruter l'action entrepreneuriale.

Toutefois, notre contribution ne prétend pas avancer une lecture scientifique exhaustive, mais plutôt il s'agit d'un essai pour esquisser un ancrage épistémologique et paradigmatique du phénomène de l'entrepreneuriat.

Nombreuses sont les questions que nous sommes en train de les élucider dans notre recherche doctorale sous la direction du Professeur Robert Paturel à savoir:

1. Peut on être entrepreneur au sens de tous ses paradigmes lorsqu'on est membre d'une organisation à but non lucratif?
2. Quels sont les paradigmes qui expliquent le mieux le phénomène de l'intrapreneuriat ?

Bibliographie

Alter N. (2000) : « *L'innovation ordinaire* », Paris, PUF.

Alvarez S-A, Barney J-B. (2004) “Organizing rent generation and appropriation: toward a theory of the entrepreneurial firm”, *Journal of Business Venturing* 19, 621–635.

Baumol W.J. (1996), « Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive », *Journal of Business Venturing*, Vol. 11, p. 3-22.

Bekolo, C. (2007) : « réseaux et relais entrepreneuriaux : la création d'entreprise », *In* «Entrepreneuriat et innovation ». Par Réseau Entrepreneuriat Journées scientifiques 08 Rouen, Sous la direction de Celestin Mayoukou et Claudine Ratsimbazafy, Célestin Mayoukou, Claudine Ratsimbazafy, L'Harmattan, 2007, pp 95-113

Boutinet, J-P. (1993) : « Anthropologie de projet ». Paris, PUF.

Bourion, C. (2007) : « Le processus d'émergence de la représentation entrepreneuriale. Etude enracinée sur l'émergence du désir de créer son entreprise à partir d'un échantillon de jeunes diplômés », *Revue Internationale de Psychosociologie*, N° 32, hiver 2007.

Bréchet, J-P., Desreumaux, A., Lebas, Ph. (2005) : « Le projet en tant que figure de l'anticipation : de la théorie à la méthodologie empirique ». XIVème AIMS. Pays de la Loire, Angers.

Bruyat, C. (1993), « *Création d'entreprise : Contribution épistémologique et modélisation* », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble.

Bygrave, W.D., (1993). “Theory building in the entrepreneurship paradigm”. *Journal of Business Venturing* 8, 255–280.

Bygrave W. D. et C. W. Hofer (1991), « Theorizing about Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, N° 2.

Carrier. C. (2008) : «L'intrapreneuriat : évolution et tendances dans les connaissances et les pratiques », chapitre 4, *In* Schmitt. C. (2008) : «Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales ». Publié par PUQ,

Chelly L. A. (2006), *Les processus de génération d'opportunités entrepreneuriales: une recherche exploratoire auprès d'entrepreneurs tunisiens*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université du Sud Toulon-Var.

Danjou. I. (2002) : «L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité», *Revue Française de Gestion*, vol. 28, avril juin 2002.

Deschamps B., Paturel, R. (2005) : « *Reprendre une entreprise... saine ou en difficulté* », collection «Entrepreneurs », Dunod éditeur, Paris, 2e édition, 264 pages.

Dew N., Velamuri S-R, Venkataraman S. (2004): “Dispersed knowledge and an entrepreneurial theory of the firm”. *Journal of Business Venturing* 19, 659–679.

Diochon, M., et ali. (2001) “From conception to inception: Initial findings from the Canadian study on entrepreneurial emergence”, Proceedings of 14 the Administrative Sciences Association of Canada, London, Ontario, May 27-29, pp. 41-51.

Drucker P. F (1985), *Innovation and Entrepreneurship*, New York, Harper and Row.

Eckhardt J. T. et Shane S. A. (2003), « Opportunities and Entrepreneurship », *Journal of Management*, Vol. 29, n° 3, p. 333-349.

Fayolle, A. (2004), « A la recherche du coeur de l’entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine », *Revue Internationale PME*, vol. 17, n° 1, p.101-121.

Fayolle, A. (2004a). « Entrepreneuriat et processus : faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches », *6e Congrès international francophone sur la PME*, HEC Montréal, 30-31 octobre et 1er novembre.

Fayolle, A. (2002) « Du champ de l’entrepreneuriat à l’étude du processus entrepreneurial: quelques idées et pistes de recherche ». 6^o Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal.

Filion, L.J., (1997), « Le champ de l’entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Cahier de recherche n° 97.01, HEC Montréal, 36 p.

Gartner W. B. (1985), “A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation”, *Academy of Management Review*, volume 10, numéro 4.

Gartner W. B. (1990), “What we are talking about when we talk about entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, volume 5, p. 19-28.

Gartner W. B. (1993) “Words lead to deeds : towards an organizational emergence vocabulary”, *Journal of Business Venturing*, vol. 8, n° 3,1993, p. 231-239.

Gartner W. B. (1995), “*Aspects of organization emergence, in Entrepreneurship – Perspectives on theory building*”. (Bull I., Thomas H., Willard G.) Pergamon.

Gasse, Y. (2000) «l’influence de milieu dans la création d’entreprises». Organisations et territoires. Printemps-Eté 2008.

Gasse, Y., D’Amours, A. (2000): «Profession: Entrepreneur ». Les Éditions Transcontinentales.

Girard, B. (2007) «Au début, il y a le salariat. Une approche généalogique de la création d’entreprise», *Revue Internationale de Psychosociologie*, N° 31, automne 2007.

Granmaison, J. (2000) « Les pionniers de l’entrepreneurship beauceron », Québec, Les Éditions de la Fondation de l’Entrepreneurship.

Hayek, F. A. (1945), « The Use of Knowledge in Society », *American Economic Review*, Vol. XXXV, N° 4, p. 519-530.

Hernandez, E-M., Marco, L. (2006) : « Entrepreneur et décision. De l'intention à l'acte » *Paris, ESKA, coll. « Gestion économique », 200 p.*

Jacobson, R. (1992), « The “Austrian” School of Strategy », *Academy of Management Review*, Vol. 17, n° 4, p. 782-807.

Jaziri, R., Parturel, R. (2008) «Peut-on être entrepreneur quand on est membre de l'université ? Vers une délimitation de l'acadépreneuriat». Actes de la 1^{ère} conférence internationale sur « Culture entrepreneuriale et création d'entreprise à l'université». 27-30 mars 2008. Monastir.

Jaziri, R., Parturel, R. (2009) « L'intention entrepreneuriale de l'universitaire : vers un consensus conceptuel de "l'Academic Entrepreneurship" à l'acadépreneuriat ». Actes du colloque international sur « l'entrepreneuriat à la recherche de l'intention : l'imagination au service de la gestion ». 29-30 janvier 2009. ESC Bretagne Brest.

Johannisson , B. (2003). « La modernisation des districts industriels : rajeunissement ou colonisation managériale ? », *Revue internationale PME*, vol. 16, no 1, p. 11-41.

Kirzner, I.M. (1973), “*Competition and entrepreneurship*”, Chicago: University of Chicago Press.

Kirzner, I.M. (1979), “*Perception, opportunity and profit*”, Chicago: University of Chicago Press.

Kirzner, I.M. (1997), “Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach”, *Journal of Economic Literature*, March, 35, 1, p. 60-85.

Krueger, N. (2000) « The cognitive infrastructure of opportunity emergence », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 24, p. 5-23.

Kuhn T. S. (1983) [1962] «La structure des révolutions scientifiques ». Paris, Flammarion (Champs).

Kuhn T. S. (1977): “The Essential Tension: Selected Studies in Scientific Tradition and Change”, Chicago, University of Chicago Press.

Lamy. E. (2005) : « La fragmentation de la science à l'épreuve des start-ups : Retour critique sur un constructivisme social au travers de l'étude des modes de coordination des pratiques scientifiques et marchandes lors des projets de création d'entreprise par des chercheurs du secteur public ». Thèse pour l'obtention du doctorat d'épistémologie, histoire des sciences et des techniques, Université Paris 7 – Denis-Diderot.

Latour. B. (1995) «Le métier de chercheur: regard d'anthropologue». Conférence débat à l'inria le 22 septembre 1994. Collection Questions. Se, Paris. INRIA Editions.

Lévy-Tadjine. T., Chelly. A, Paturel. R. (2006) « Pour déconstruire le concept d'entrepreneuriat institutionnel et ses utilisations abusives en Management Stratégique ». Actes du 8^{ème} CIFEPM sur : « L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales », 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

Masterman M. (1970): “The Nature of Paradigm”, in Lakatos I. et Musgrave A., “*Criticism and Growth of Knowledge*”, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 59-90.

Menzies, T. V., Gasse, Y., Diochon, M. & Garand D. (2002) “Nascent Entrepreneurs in Canada An Empirical Study”, Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, June 2002.

Messeghem. K. (2006) : « L’entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l’école autrichienne ». actes du colloque international sur « *L’internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales* », 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

Mezhoudi L. (2001) «L’essaimage d’entreprises et l’appropriation de la Technologie, spécificités régionales, spécificités nationales: Cas de la Tunisie ». Thèse de Doctorat, ISG de Tunis.

Michel. P. (1979) : « le paradigme kuhnien et la parapsychologie ». Revue parapsychologie n° 7, juin 1979.

Phan P, H. (2004): “Entrepreneurship theory: possibilities and future directions”, Journal of Business Venturing 19 (2004) 617–620.

Paturel, R. (1997), « Pratique du Management stratégique ». La Gestion en Plus, Presses Universitaires de Grenoble, 150 pages.

Paturel, R., (2000) «Externalisation et entrepreneuriat, dans Histoire d’entreprendre, Les réalités de l’entrepreneuriat», dirigé par T. Verstraete, Editions EMS, Management et société, Caen, p.173-186.

Paturel, R. (2005), « *Pistes de réflexions en vue de l’élaboration d’une grille de positionnement des pratiques entrepreneuriales* », 4e congrès de l’Académie de l’Entrepreneuriat, Paris, actes.

Paturel, R. (2006a), « *Délimitation du champ de l’entrepreneuriat par ses caractéristiques, pratiques et paradigmes* », 1er colloque International du Réseau Méditerranéen des Ecoles de Management, *Le management dans l’Espace Méditerranéen: Modèles et Pratiques*, 9 et 10 juin 2006, Beyrouth, actes.

Paturel, R. (2006b), « Essai d’élaboration d’une grille de positionnement des pratiques et des paradigmes de l’entrepreneuriat », *Revue Marocaine de commerce et de Gestion*, n° 2, p. 75-89.

Paturel, R. (2006c), « *Analyse de la recherche doctorale française en PME et Entrepreneuriat : Essai de prise en compte de 30 ans de soutenance de thèses (421 thèses retenues)* », 18es Journées Nationales des IAE, *Les Sciences de Gestion : Acquis & perspectives*, séance plénière, Montpellier 3-4 Avril 2006, 48 p.

Paturel, R. (2007) : «Grandeurs et servitudes de l’entrepreneuriat» *.Revue Internationale de Psychosociologie*, N° 31, automne 2007.

Reynolds, P.D., Storey, D. J., & Westhead, P. (1994) “Regional characteristics affecting entrepreneurship: A cross-national comparison”, Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA.

Rumelhard, G. (2005): « Problématisation et concept de paradigme approche épistémologique, psychologique, sociologique ». *ASTER* N° 40. 2005. *Problème et problématisation*.

Sarasvathy S-D (2004) “The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research”, *Journal of Business Venturing* 19, 707–717.

Shane, S., Venkataraman, S. (2000): “The promise of entrepreneurship as a field of research”. *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1,2000, p. 217-226.

Schumpeter, J. A. (1935): “*Théorie de l'évolution économique*”, Paris, Dalloz, Traduction française de: “*The Theory of Economic Development*”, Cambridge, Mass: Harvard University, 1934.

Schumpeter, J.A.(1979), “*Capitalisme, socialisme et démocratie*”, Payot, Paris, Traduction française de : “*Capitalism, Socialism and Democracy*”, New York, Harper & Brothers, 1942.

Schmitt, C. (2008): « Renouveler le regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales », In « *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales* », Sous la direction de Christophe Schmitt. Presses de l'Université du Québec. http://www.puq.ca/produits/D1533/D1533N_INT.pdf

Schmitt, C., Bayad, M. (2007): « L'entrepreneuriat comme un processus de projet. Intérêts, apports et pratiques ». *Revue Internationale de Psychosociologie*, N° 32, hiver 2007.

Stevenson, H.H., Jarillo, J.C., (1990) “A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management”. *Strategic Management Journal* 11, 17– 27.

Timmons, J. A. 1994) : « New venture creation ». Irwin, McGraw-Hill.

Toutain, O. (2005): “La notion de territoire : une approche pour cloisonner les pratiques d'accompagnement à la création d'entreprise et contribuer à la fabrication d'une culture entrepreneuriale ». 4e congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, actes.

Venkataraman S. (1997), “*The distinctive domain of entrepreneurship research, in Advances in Entrepreneurship*”, *Firm Emergence and Growth*, volume 3, Edited by Katz J. and Brockhaus R., Greenwich, JAI Press, p. 119-138.

Verstraete T. (1997), *Modélisation de l'organisation initiée par un créateur s'inscrivant dans une logique d'entrepreneuriat persistant. Les dimensions cognitive, praxéologique et structurale de l'organisation entrepreneuriale*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Lille

Verstraete T. (1999), *Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'Harmattan, Collection Economie et Innovation.

Verstraete T. (2000), « L'étude de l'entrepreneuriat, une affaire à suivre » in Verstraete T. (Dir.), *Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat*, Editions Management et Société, p. 287-288.

Verstraete T. (2001), « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 1, n° 1.

Verstraete T. (2002), *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche*, Editions de l'ADREG.

Verstraete T. (2003a), « Les enjeux de la création d'entreprise par des chercheurs valorisant leurs travaux et l'objectif de recherche », in Rapport C.N.R.S, Verstraete T. (Dir.), *La création d'entreprise par les chercheurs de la fonction publique : exploration des dimensions appelées par la loi sur l'innovation n°99-587 du 12 juillet 1999*, Editions de l'ADREG.

Verstraete T. (2003b), *Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat : $PhE = ff[(C \times S \times P) \subset (E \times O)]$* , Editions de l'ADREG.

Verstraete T., Fayolle A. (2004), « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat », *C.I.F.E.P.M.E.*, Montpellier.

Verstraete T. et Saporta B. (2006), *Création d'entreprise et entrepreneuriat*, Editions de l'ADREG.