

Université Abderrahmane mira-bejaia
Département des sciences sociales
Master 2 Sociologie de l'organisation et du travail
Module : entrepreneuriat
Dr. DJOUAB Mustapha

Le cours : entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un cours destiné aux étudiants du Master 2, sociologie des organisations et du travail (SOT). C'est un cours inscrit dans l'unité transversale, enseigné en cours sans travaux pratiques (TD). Il est se dote d'un seul crédit et un coefficient de 1.

Objectifs du cours

Le cours vise les objectifs suivants :

- ✓ Connaissances : faire découvrir aux étudiants les notions de base sur l'entrepreneuriat et montrer l'importance de l'activité entrepreneuriale
- ✓ Compréhension : expliquer le rôle économique et sociale de l'entrepreneuriat dans notre société ; ainsi que les différentes approches théoriques de l'entrepreneuriat ;
- ✓ Application : aider les étudiants ambitieux dans l'administration de leurs projets et les accompagner durant leur expérience ;
- ✓ Analyser les différents mécanismes d'aide à la création de projets personnels et à la création d'entreprises ;
- ✓ Synthétiser : l'étudiant doit construire les éléments de base pour commencer son projet personnel en s'appuyant sur les éléments théoriques et pratiques de l'entrepreneuriat ;
- ✓ Évaluation : c'est l'étape de l'expertise, l'étudiant doit confronter ses idées avec le terrain de recherche ; il doit mettre en place un mode de fonctionnement et d'évaluation de son projet.

Les prérequis

Pour assister à ce cours, les étudiants doivent avoir un certain nombre de connaissances en :

- ✓ Entreprises et leurs types ;
- ✓ Création de projets économiques ;
- ✓ Le marché de travail.

Introduction :

L'entrepreneuriat constitue l'un des champs d'étude les plus importants dans plusieurs domaines de recherche, notamment en économie, gestion et sociologie. Cette thématique trouve son intérêt dans le rôle que peuvent jouer les créateurs de projets dans le développement économique et social des pays. Notre cours se basera essentiellement sur les éléments de base constituant de l'entrepreneuriat en économie et gestion, sociologie et psychologie où chaque domaine a joué un rôle crucial dans le développement de ce champ d'étude.

Chapitre 1 : Notions de base sur l'entrepreneuriat

1. Définitions de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

1.1. L'entrepreneuriat :

Dans un sens large, l'entrepreneuriat prend plusieurs sens et définitions qui se résument dans les phrases suivantes : l'entrepreneuriat peut être définie comme un ensemble d'activités associées à la création et au développement d'une entreprise.

Sur le plan conceptuel : Verstraete (2002) définit l'entrepreneuriat comme une dialectique cognitive, praxéologique et structurale mettant en relation l'entrepreneur et son entreprise.

Sur un plan plus pratique : Bruyat (1994) met en perspective les interactions dialogiques entre la condition de l'entrepreneur et les innovations liées à son projet d'entreprendre.

1.2. L'entrepreneur :

Pour certains auteurs comme Brockhaus et Horwitz (1985) résument dans leurs recherches empiriques que : « *l'entrepreneur est un individu caractérisé par le besoin de réalisation de soi ; l'indépendance et un locus de contrôle interne sont des éléments effectivement présents chez beaucoup d'entrepreneurs* ».

Ainsi que « *l'entrepreneur est avant tout un innovateur (Schumpeter, 1935) et un preneur de risques (Mill, 1848 ; Say, 1803 ; Knight, 1921) sans cesse à la recherche de nouvelles occasions d'affaires à exploiter (Cantillon, 1755 ; Say, 1803 ; Kirzner, 1993).*

En résumé, l'entrepreneur est un individu qui innove, prend des risques et saisit des occasions d'affaires en créant son entreprise puis en maintenant son développement. Il est souvent envisagé comme un être à part : un individu farouchement indépendant, déterminé et tenace, trouvant la force de maintenir son effort envers et contre tous.

À partir de ces définitions, nous devons comprendre que le processus entrepreneurial dépasse les simples impulsions individuelles des entrepreneurs et leur désir pour la création de leurs projets personnels. Pour certains auteurs l'entrepreneuriat consiste à perpétuer l'entreprise au moins autant qu'à la créer (Naffziger, Hornsby et Kurato, 1997), ici la phase entrepreneuriale se poursuit aussi longtemps que l'individu impulse l'entreprise.

2. L'entrepreneuriat vu par les différentes disciplines

2.1. L'entrepreneuriat vu par les économistes

2.1.1. Richard Cantillon (1680-1734)

Il faut remonter jusqu'au 18^{ème} siècle, pour parler de l'entrepreneuriat. Exactement c'était en 1755 que le pionnier Cantillon l'a utilisé pour la première fois avec une certaine clarté, alors que le concept est bien utilisé avant lui mais sans aucune précision de sens. Cantillon était essentiellement un banquier qu'on qualifierait aujourd'hui de prêteur de capitaux de risque. Ses écrits nous révèlent un homme à la recherche d'occasions d'affaires, préoccupé par une gestion astucieuse et économe qui optimalise le rendement sur le capital investi.

Cantillon est bien bercé par l'ordre naturel des activités économiques, il trouve dans la notion la « main invisible » le terrain propice pour donner son analyse de la vie économique ; il trouve dans le concept de l'entrepreneur ce qui manque pour expliquer l'autre façade de la vie économique. Pour l'auteur, l'entrepreneur est la main visible permettant au marché de fonctionner. Cantillon a été le premier à généraliser l'utilisation et l'utilité du concept d'entrepreneur dans la théorie économique du marché.

Pratiquement, peu importe s'il possède des fonds ou non ; l'entrepreneur c'est celui qui prend le risque. Cette vision de l'auteur est un peu floue, du fait qu'il confond le rôle du capitaliste et celui de l'entrepreneur. Ce qui caractérise l'entrepreneur ici est l'aspect de prise de risque et le travail dans un climat incertain. La notion de risque est si décisive pour l'auteur de la sorte qu'il a traité toute la société et ses classes sociales à la base de cette notion. Pour Cantillon, la société se divise entre ceux qui prennent le risque et ceux qui n'en prennent pas. Dans ce cas :

« Tous les habitants d'un État peuvent se diviser en deux classes, savoir en entrepreneurs, et en gens à gages ; les entrepreneurs sont comme à gages incertains, et tous les autres à gages certains pour le temps qu'ils en jouissent, bien que leurs fonctions et leur rang soient très disproportionnés. Le général qui a une paie, le courtisan qui a une pension, et le domestique qui a des gages, tombent sous cette dernière espèce. Tous les autres sont entrepreneurs, soit

qu'ils s'établissent avec un fonds pour conduire leur entreprise, soit qu'ils soient entrepreneurs de leur propre travail sans aucun fonds, et ils peuvent être considérés comme vivant à l'incertain ; les gueux même et les voleurs sont des entrepreneurs de cette classe. »¹

Cette classification de Cantillon oppose la classification de Marx stipulant que certains individus sont privés de tout capital et ressources. Cette vision n'est pas antipode à celle des physiocrates de la classe productive, ni celle des industrialistes du 19^e siècle qui distinguaient les agents producteurs des parasites qui vivent du travail d'autrui, dont les gouvernements, les partis politiques, etc. ainsi, même le fermier qui est une partie intégrante de la machine de production pour les physiocrates, se range chez Cantillon dans la classe des entrepreneurs tant qu'il est preneur de risque. De ce fait :

« Le fermier est un entrepreneur qui promet de payer au propriétaire, pour sa ferme ou terre, une somme fixe d'argent (qu'on suppose ordinairement égale en valeur au tiers du produit de la terre), sans avoir de certitude de l'avantage qu'il tirera de cette entreprise. »

L'entrepreneuriat vu par Cantillon ne touche pas ou grandes problématiques du domaine où sa vision reste superficielle ; à titre d'exemple, il ne considère pas le capital comme un problème économique à résoudre ; possible qu'il ne voyait pas le capital comme un bien rare et non disponible pour tous. On peut dire qu'à son époque le capital n'était pas un grand problème et les activités entrepreneuriales n'avaient pas l'ampleur d'aujourd'hui.

Cantillon nous fournis peu d'informations sur les activités d'entrepreneur ; il ne propose pas des mécanismes d'orientation et de suivi de ses activités. Pratiquement, l'entrepreneur est livré à lui-même dans la gestion de son projet.

2.1.2. Jean-Baptiste Say (1767- 1832)

L'auteur est le deuxième sur notre liste des fondateurs de l'entrepreneuriat ; il s'est beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur. Pour lui, le développement de l'économie est directement lié à la création des entreprises ; il a travaillé beaucoup pour voir la révolution industrielle anglaise se transposer en France.

¹ Frank Janssen, *Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat, petites entreprises et entrepreneuriat*, De Boeck Supérieur, 2016, p. 60.

Say fera une différence entre l'entrepreneur et le capitaliste, entre les intérêts de l'un et de l'autre. Parmi les points marquants sa théorie, c'est l'association des activités de l'entrepreneur et l'innovation ; pour lui, l'entrepreneur est un agent du changement.

Pour J.B. SAY être entrepreneur est un véritable métier exigeant les qualités suivantes :

- ✓ L'entrepreneur est l'agent principal de production ;
- ✓ L'entrepreneur doit être doté d'une capacité de jugement ;
- ✓ Il doit sans cesse innover.

2.1.3. Alfred Marshall (1842-1924)

Il considère qu'il existe une sorte de partage du travail entre l'entrepreneur qui est à la tête d'une petite entreprise qu'il a généralement fondée, et le manager, sorte d'entrepreneur salarié, qui gère la grande entreprise.

Pour Marshall, l'entrepreneur doit posséder de multiples qualités :

- ✓ Voir loin
- ✓ Savoir manager
- ✓ Savoir lire et anticiper l'évolution de l'industrie et du commerce

Mais la séparation entre la propriété du capital et sa gestion change l'entrepreneur.

2.1.4. Joseph Alois Schumpeter (1883- 1950)

Dans sa théorie de l'évolution économique, Schumpeter trace le chemin d'une analyse originale de l'économie capitaliste, dont on trouve l'entrepreneur la partie prenante la plus importante de sa théorie. L'auteur associe directement entre l'entrepreneur et l'innovation, ce dernier est l'agent économique qui innove : « L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...] cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons » (Schumpeter, 1928).

Schumpeter nous donne les caractéristiques essentielles de l'entrepreneur dans le monde capitaliste ou se trouve encastré naturellement, ou l'entrepreneur relève des défis et repousse la routine par l'innovation² :

² Sophie Boutillier, Dimitri Uzunidis, L'entrepreneur. Une analyse socioéconomique, Paris, Economica, 1995 ; La légende de l'entrepreneur, Syros, 1999.

- ✓ Il est juridiquement indépendant, mais il est économiquement dépendant en raison des rapports de concurrence.
- ✓ Son indépendance est aussi limitée par les difficultés auxquelles il peut être confronté pour réunir les capitaux pour démarrer son activité.
- ✓ C'est un individu hors du commun. L'exécution des nouvelles combinaisons est « difficile et accessible seulement à des personnes de qualité déterminées ». Seules quelques personnes « ont les aptitudes voulues pour être chefs dans une telle situation ».
- ✓ On n'est pas entrepreneur à vie. Un entrepreneur n'est entrepreneur que lorsqu'il réalise de nouvelles combinaisons de facteurs de production, non lorsqu'il gère son entreprise au quotidien. « [...] quelqu'un n'est en principe entrepreneur que s'il exécute de nouvelles combinaisons [...] ». ³
- ✓ Être entrepreneur ne se résume pas à combiner les facteurs de production, activité qui peut devenir routinière. Mais, seul l'entrepreneur réalise de nouvelles combinaisons de facteurs de production.
- ✓ Relie la technique et l'économie en réalisant ses nouvelles combinaisons de facteurs de production
- ✓ La recherche du profit est secondaire, bien qu'elle ne soit pas négligée. L'entrepreneur est une espèce de joueur pour qui la joie de créer l'emporte sur la recherche intrinsèque du gain.
- ✓ C'est un « calculateur génial » (l'expression est de Say) car il peut prévoir mieux que les autres l'évolution du marché.
- ✓ L'entrepreneur n'est donc pas rationnel, au sens de l'*homo œconomicus* : « l'entrepreneur typique ne se demande pas si chaque effort auquel il se soumet, lui promet un “excédent de jouissance” suffisant. [...] Il crée sans répit, car il ne peut rien faire d'autre [...] » ⁴
- ✓ Il a du charisme et de l'autorité et sait s'imposer. « L'importance de l'autorité n'est pas absente, il s'agit souvent de surmonter des résistances locales, de conquérir des “relations” et de faire supporter des épreuves de poids. » ⁵
- ✓ Il se situe à l'extérieur des cercles d'affaires établis. Il est le « révolutionnaire de l'économie – et le pionnier involontaire de la révolution sociale et politique – ses propres collègues le renient, quand ils sont d'un pas en avance sur lui, si bien qu'il n'est pas reçu parfois dans le milieu des industriels établis » ⁶

³ Boutillier, Sophie, et Dimitri Uzinidis. « L'entrepreneur schumpétérien », *La Pensée*, vol. 375, no. 3, 2013, pp. 97-109.

⁴ *Ibid.*, p. 127.

⁵ *Ibid.*, p. 127.

⁶ *Ibid.*, p. 128.

✓ Diriger une entreprise ne fait pas d'un individu un entrepreneur. « [...] des paysans, des manœuvres, des personnes de profession libérale [...] mais aussi des “fabricants”, des “industriels” ou des “commerçants” [...] ne sont pas nécessairement des entrepreneurs »⁷

✓ Un inventeur n'est pas forcément un entrepreneur, et inversement. « La fonction d'inventeur ou de technicien en général, et celle de l'entrepreneur ne coïncident pas »⁸.

Se rapprochant de Weber, Schumpeter considère aussi que l'entrepreneur se caractérise également par un style de vie, un système moral d'éthique et de valeur. Pour l'auteur, le rôle de l'entrepreneur est différent de celui du gestionnaire et du capitaliste mais l'avènement de la grande entreprise de l'industrie de masse et la concentration des capitaux et des fonds monétaires ont conduit à la disparition de l'entrepreneur.

C'est au tour du modèle walrasien et marxiste que se tourne l'analyse schumpétérienne du modèle économique capitaliste. Il invente l'entrepreneur pour dynamiser le modèle économique du célèbre économiste Walras qui donne une vision limitée d'un entrepreneur coordinateur.

2.2. L'entrepreneuriat : point de vu des psychologues et des sociologues

Certains pensent, sur la base d'analyses empiriques, que les qualités de l'entrepreneur sont innées.

Beaucoup réfutent cette hypothèse et cherchent à identifier les caractéristiques socio-psychologiques de l'entrepreneur.

Ces approches visent généralement à caractériser les profils des entrepreneurs :

- ✓ Qui sont-ils ?
- ✓ Quelles sont leurs motivations ?
- ✓ Ont-ils des comportements spécifiques ?
- ✓ D'où viennent-ils ?
- ✓ Quelles sont leurs origines et leurs trajectoires sociales ?

Mac McClelland propose ainsi une théorie du besoin de réalisation (need for achievement) s'appuyant sur une analyse empirique fouillée.

⁷ *Ibid.*, p. 107.

⁸ *Ibid.*, p. 126.

Les entrepreneurs ont ici un besoin élevé d'accomplissement, une forte confiance en eux, une capacité à résoudre seuls des problèmes et s'orientent vers des situations caractérisées par des risques modérés et un retour rapide du résultat de leurs actions.

Montrant les limites de l'explication de l'entrepreneuriat par le besoin d'accomplissement du fait en particulier de son aspect unidimensionnel (seule la personnalité du créateur explique le phénomène entrepreneurial) d'autres chercheurs ont mis en avant toute une série de caractéristiques conduisant à des typologies et des modèles divers.

L'un des plus connus est le modèle de SHAPERO, Pour lui la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel. C'est-à-dire qu'en plus des caractéristiques psychologiques, il faut tenir compte d'éléments contextuels pour expliquer l'entrepreneuriat.

Ces éléments contextuels sont de trois ordres :

A. La discontinuité : La discontinuité ou déplacement est ici considérée comme une variable de situation. Elle s'exprime à travers le fait que des déplacements ou des discontinuités négatives ou positives peuvent être à l'origine de l'acte de création. Parmi les discontinuités négatives on citera :

- ✓ Les déplacements forcés (les immigrés sont plus enclins à créer pour mieux s'intégrer)
- ✓ Les discontinuités liées au chômage (je ne trouve pas d'emploi, je ne trouve pas l'emploi que je veux) ou celles liées aux blocages de promotions ou les ruptures dues à de mauvaises relations avec la hiérarchie. Dans son enquête SHAPERO indique que 65% des discontinuités qu'il a pu mettre en lumière relèvent de cette catégorie.
- ✓ Les discontinuités positives relèvent de facteurs divers : découverte d'un nouveau produit, ou d'un nouveau marché, rencontre d'un partenaire, d'un futur associé, possibilité de financement.). Shapero remarque que ces deux types de discontinuités ne sont pas exclusives l'une de l'autre et peuvent jouer ensemble.

B. La crédibilité : Il s'agit ici de la crédibilité de l'acte d'entreprendre, considéré comme une variable sociologique dans le modèle de SHAPERO. Pour lui l'acte de création doit être crédible et la présence d'une culture entrepreneuriale développée va faciliter ce passage à l'acte. Cette variable sociologique intervient à certains niveaux :

B.1. La famille : Son influence est déterminante et cette caractéristique est reconnue par tous les chercheurs en entrepreneuriat. Il y a souvent surreprésentation des entrepreneurs ayant un

parent ou un ami proche entrepreneur. Cela constitue toujours un élément réellement discriminant de l'entrepreneuriat dans une population étudiée.

B.2. L'entreprise : Certaines entreprises développent plus que d'autres une mentalité entrepreneuriale (intrapreneuriat).

B.3. Le milieu professionnel : certains environnements sont plus propices à la création d'entreprises que d'autres (Plasturgie à OYONNAX, clusters).

B.4. Le milieu social au sens large. Celui-ci peut être plus ou moins favorable à la culture entrepreneuriale (par exemple le protestantisme a favorisé le développement de l'esprit capitaliste).

C. La faisabilité : C'est la variable économique, pour créer son entreprise le créateur doit accéder à certaines ressources :

✓ Les américains parlent de 6 « M » de l'entreprise : **Money, Men, Machines, Materials, Market, Management.**

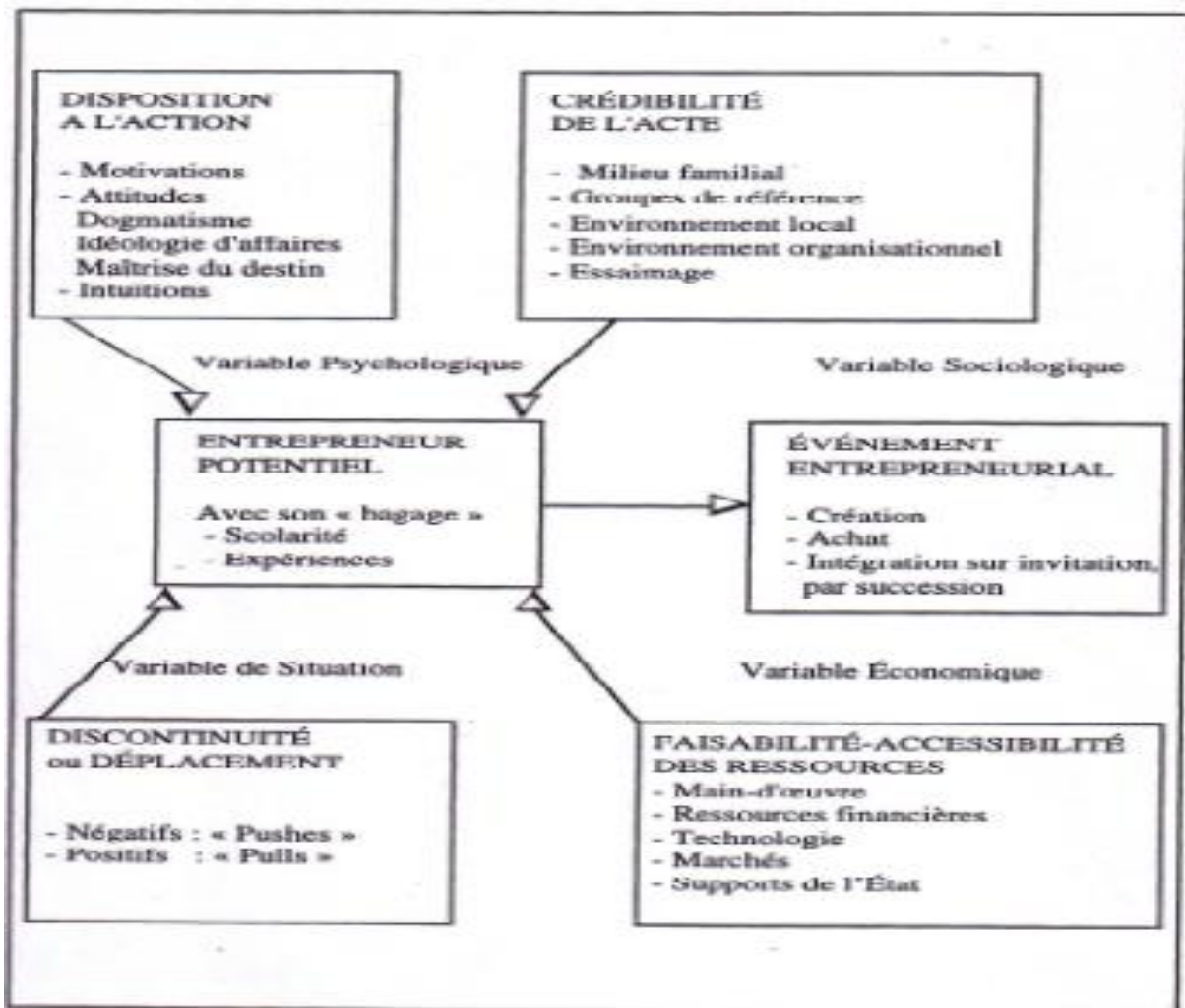


Schéma : Modèle de SHAPERO (1975).

Il existe des variantes du modèle de SHAPERO partant souvent du constat que certaines variables essentielles ne sont pas prises en compte dans ce modèle de base. C'est ainsi que qu'André BELLEY ajoute au modèle de base la notion d'opportunité.

L'identification préalable d'une opportunité à exploiter constitue, selon BELLEY, un des facteurs déterminants du choix de créer une entreprise. L'opportunité est ici définie comme « une idée dont il faut pressentir le potentiel d'exploitation pour en tirer profit ».

Sur cette base BELLEY enrichit le modèle de base de la manière suivante :

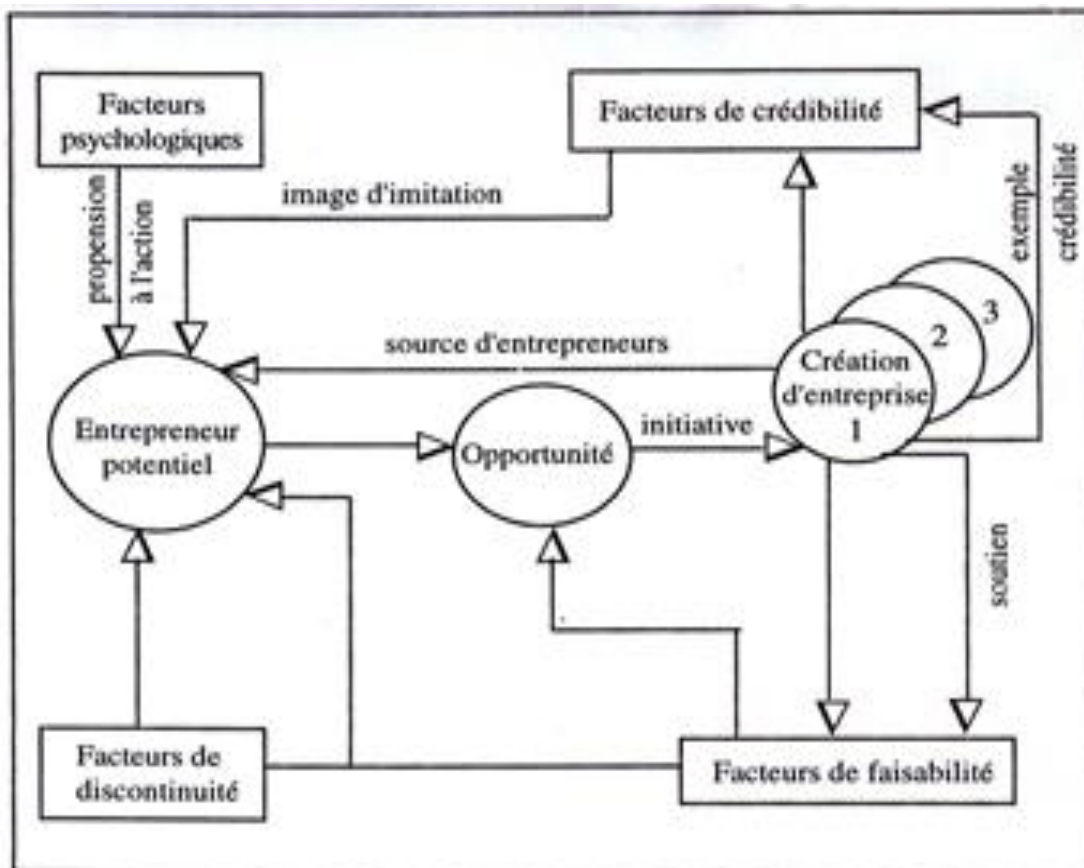


Schéma : Modèle de création d'entreprises (Belley 1989 : 29)

Mais la complexité du phénomène d'entrepreneuriat, la grande diversité des créateurs et des entités créées, ont amené les chercheurs à passer d'une approche multidimensionnelle à une approche polymorphe en intégrant la notion de contingence.

Les théories de la contingence (beaucoup utilisées dans les théories des organisations) stipulent qu'à des situations diverses et variables, correspondent des modes d'organisation divers et variables qui rendent vaine toute recherche d'une forme idéale.

C'est ce que développe un auteur comme William B. GARTNER qui écrit en 1985 : « La création de nouvelles entreprises est un phénomène complexe. Les entrepreneurs et leurs firmes sont très différents...et tous ces éléments forment des combinaisons complexes et uniques pour la création de chaque nouvelle entreprise ».

Il propose sur cette base un modèle de 53 variables (individuelles, environnementales, organisationnelles et processuelles).

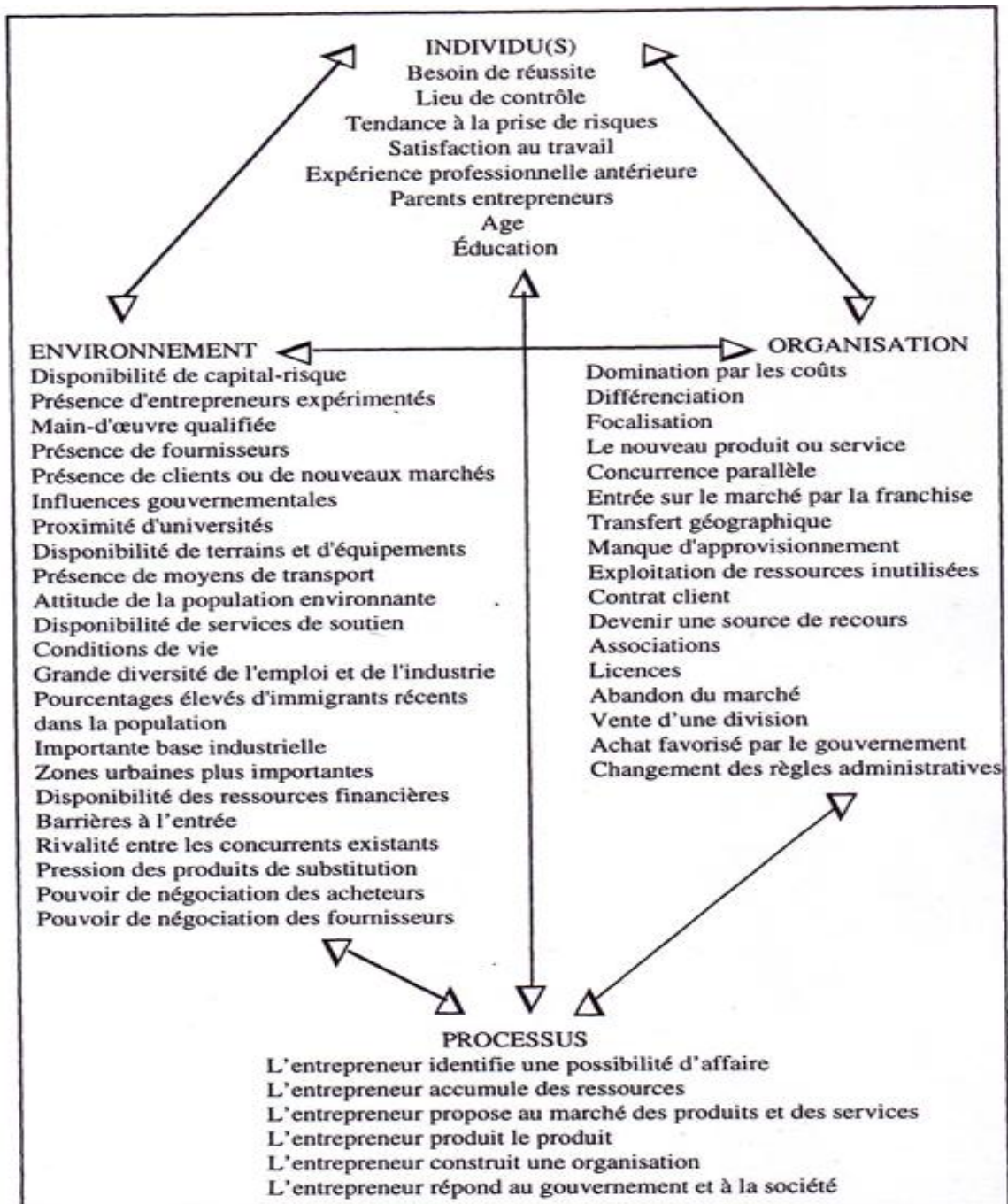


Schéma : Variables dans la création d'une nouvelle entreprise (Gartner 1985 :702).

2.3. L'entrepreneur vu par les gestionnaires

Un article de GARTNER publié en 1989 marque un tournant important dans la recherche en entrepreneuriat. L'article intitulé « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question » renverse la problématique de l'analyse pour ne plus s'intéresser à la personne de l'entrepreneur mais à son comportement, c'est-à-dire à ce qu'il fait.

La création d'entreprise cesse d'être analysée comme la photographie instantanée d'un évènement où le créateur est et reste le personnage central mais plutôt comme un film dont le créateur est un des acteurs.

Autrement dit dans cette approche comportementale, la création d'une organisation est un évènement contextuel résultant de nombreuses influences et l'entrepreneur intervient dans ce processus complexe.

Cette approche en termes de processus fait référence à 2 notions tirées des théories des organisations :

- ✓ Le comportement organisationnel
- ✓ La notion d'émergence organisationnelle.

Finalement, Gartner identifie ainsi 6 processus qui décrivent très largement les activités entrepreneuriales :

- ✓ Les entrepreneurs localisent des opportunités d'affaires
- ✓ Les entrepreneurs accumulent des ressources
- ✓ Les entrepreneurs proposent au marché des produits et des services
- ✓ Les entrepreneurs fabriquent des produits
- ✓ Les entrepreneurs construisent des organisations
- ✓ Les entrepreneurs répondent aux gouvernements et à la société.

Alain Fayolle dans son introduction à l'entrepreneuriat propose une vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat en organisant les courants de pensée autour de la réponse à 3 questions principales concernant l'entrepreneuriat :

- ✓ What (approche fonctionnelle) ;
- ✓ Who/Why (approche sur les individus) ;
- ✓ How (approche sur les processus).

A. WHAT (*approche fonctionnelle*)

- ✓ Une échelle de temps : 200 dernières années ;
- ✓ Domaine scientifique principal : Économie ;
- ✓ Objet d'étude : Fonctions de l'entrepreneur ;
- ✓ Paradigme dominant : positivisme ;
- ✓ Méthodologie : Quantitative.

B. WHO/WHY (*Approche sur les individus*)

- ✓ Échelle de temps : depuis début des années 50 ;
- ✓ Domaine scientifique principal : Psychologie, sociologie, psychologie cognitive, anthropologie sociale ;
- ✓ Objet d'étude : caractéristiques personnelles, traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels ;
- ✓ Paradigme dominant : positivisme ;
- ✓ Méthodologie : Quantitative/ qualitative ;
- ✓ Hypothèse de base : les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs ;
- ✓ Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par...) : Entrepreneurs, entrepreneurs potentiels, système éducatif, formateurs.

C. HOW (*Approche sur les processus*)

- ✓ Échelle de temps : depuis début des années 90 ;
- ✓ Domaine scientifique principal : Sciences de gestion, sciences de l'action, théories des organisations ;
- ✓ Objet d'étude : Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation ;
- ✓ Paradigme dominant : constructivisme, positivisme ;
- ✓ Méthodologie : qualitative /quantitative ;
- ✓ Hypothèse de base : les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres.
- ✓ Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par...) : Entreprises, Entrepreneurs, entrepreneurs potentiels, éducateurs, formateurs, structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs ;
- ✓ *Hypothèse de base* : L'entrepreneur joue/ne joue pas un rôle important dans la croissance économique ;
- ✓ *Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par...)* : Etat, collectivités, responsables économiques.

Conclusion

Nous avons vu que le champ de l'entrepreneuriat a été identifié et développé par les économistes comme un phénomène utile pour mieux comprendre le développement de l'action économique. Les behavioristes ont tenté de mieux connaître l'« *individu* » entrepreneur et les sociologues ont tenté d'expliquer le contexte social et son influence dans la création des projets .

Actuellement, le champ est en pleine expansion subit un éclatement en ce sens qu'il est en train d'être intégré dans presque toutes les disciplines des sciences sociales. Cela montre l'importance accordée à la création et le développement des projets individuels et collectifs de création d'entreprises.

Liste bibliographique

- Allemand S., Seghers V. (2007) *L'audace des entrepreneurs sociaux*, éditions Autrement.
- BASSO O. (2004), *L'intrapreneuriat*, Economica.
- Bertholet G. (2015), *Le petit livre rouge de la création d'entreprise*, Eyrolles.
- Bornstein D. (2005) *Comment changer le monde : les entrepreneurs sociaux et le pouvoir des idées nouvelles*, éditions La Découverte.
- Chambaud V. (2015), *Guide fiscal et social du créateur d'entreprise*, Dunod, 8e édition.
- Coster M. sous dir. (2009), *Entrepreneuriat*. Pearson Education.
- Fayolle A. (2005), *Introduction à l'entrepreneuriat*, collection les topos, Dunod.
- Frank Janssen, *Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat, petites entreprises et entrepreneuriat*, De Boeck Supérieur, 2016, 464p.
- *Guide de l'entrepreneur social*, Avise, (2e édition), 2004-2005.
- Hernandez E-M. (2001), *L'entrepreneuriat : Approche théorique*, l'Harmattan.
- Jansen F. (2009), *Entreprendre : manuel d'introduction à l'entrepreneuriat*, de Boeck.
- Papin R. (2006) *L'art de diriger : Gestion, Finance*, Collection Stratégies et management, Dunod, 3ème édition, Tome 2.
- Papin R. (2006) *L'art de diriger : Management. Stratégie*, Collection Stratégies et management, Dunod, 4ème édition, Tome 1.
- Papin R. (2015), *La création d'entreprise : Créer, gérer, développer, reprendre*, Collection Hors collection, Dunod, 16e édition.
- Papin R. (2017), *Création d'entreprises : trouver les bonnes idées*, Dunod.
- Silberzahn. P, (2014), *Effectuation : les principes de l'entrepreneuriat pour tous*, Pearson, collection management par l'action.
- Surlemont B., Kearney P. (2009), *Pédagogie et esprit d'entreprendre*, de Boeck.
- Verstraete T. (1999), *Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur comprendre ses actes*, l'Harmattan.
- Verstraete T., Jouison-Lafitte E. (2009), *Business model pour entreprendre. Le modèle GRP : théorie et pratique*, de Boeck.
- Wei-skillern J., Austin JE., Leonard H., Stevenson H (2007), *Entrepreneurship in the social sector*, sage publications.