



L'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne

Karim Messeghem
IUT d'Avignon – PRATIC
France

karim.messeghem@univ-avignon.fr

Résumé

Les chercheurs en entrepreneuriat s'interrogent régulièrement sur les fondements théoriques de leur discipline. Existe-t-il un paradigme ou faut-il retenir une lecture multiparadigmatique ? Les années 2000 sont marquées par un regain d'intérêt pour l'approche fondée sur les opportunités. Cette approche s'inspire largement des travaux issus de l'école autrichienne. L'intérêt de ce courant est de fournir à l'entrepreneuriat un ancrage tant épistémologique que théorique. L'objectif de cette contribution est de proposer une analyse de ce courant en montrant sa complémentarité avec d'autres approches telles que le paradigme de la création d'organisation ou le paradigme de la création de valeur.

Mots clés

Entrepreneuriat, opportunité, école autrichienne, management entrepreneurial

Introduction

La notion d'opportunité fait l'objet d'un regain d'intérêt dans le domaine de l'entrepreneuriat (Chelly, 2006). Cet engouement conduit certains auteurs à parler de paradigme (Shane et Venkataraman, 2000 ; Verstraete et Fayolle, 2004). La notion de paradigme que l'on retrouve dans l'épistémologie de Kuhn (1983) traduit l'adhésion d'une communauté de recherche à un instant donné. Cette construction sociale de la connaissance mérite d'être questionnée. Est-ce que ce nouveau paradigme supprime les autres ? Faut-il au contraire retenir une lecture pluriparadigmatique ?

L'intérêt de ce positionnement est d'offrir à l'entrepreneuriat un solide ancrage épistémologique et théorique. Les travaux de l'école autrichienne fournissent un éclairage intéressant sur le processus entrepreneurial, en particulier les contributions de Schumpeter (1935, 1979) et de Kirzner (1973, 1997). Le processus de destruction créatrice décrit par Schumpeter souligne notamment l'importance de l'innovation qui constitue l'essence de l'entrepreneuriat. Les travaux de Kirzner mettent en évidence l'importance de la découverte d'opportunités dans la dynamique des marchés. Ces travaux ont en commun d'insister sur le rôle de l'entrepreneur qui est présenté comme un acteur à la recherche d'opportunités de profit.

Il convient de s'arrêter sur la notion d'opportunité. Elle est définie classiquement comme le « *caractère de ce qui est opportun* », c'est-à-dire « *ce qui vient à propos* » (Dictionnaire Larousse). Il existe une acception critiquée qui est la transposition de la notion anglaise d'« *opportunity* » à la langue française et qui signifie « *occasion favorable* » (Dictionnaire Larousse). Dans le champ de l'entrepreneuriat, cette définition est largement partagée. Stevenson et Jarillo (1990) proposent par exemple de définir l'opportunité comme « *une situation future jugée désirable et faisable* » (p. 23)¹. Cette situation peut préexister à l'intervention de l'entrepreneur ou être le fruit de son activité. Quelle que soit son origine, la découverte de l'opportunité est un processus individuel que l'on peut également qualifier de subjectif. Ce processus cognitif est fondé sur une évaluation personnelle qui rend la situation plus ou moins favorable selon ses valeurs, son expérience.

Cette définition souligne le caractère individuel et subjectif du processus entrepreneurial, ce qui constitue l'un des fondements épistémologiques de l'école autrichienne. Elle soulève cependant un certain nombre d'interrogations auxquelles l'école autrichienne apporte des éléments de réponse. Quelles sont les sources d'opportunités ? Est-ce que toutes les opportunités permettent de dégager un profit entrepreneurial ? Comment conserver une rente entrepreneuriale ?

L'objectif de ce papier est double. Il vise tout d'abord à présenter le paradigme de l'opportunité en évoquant son ancrage épistémologique et théorique. Il vise également à le positionner par rapport aux autres paradigmes en montrant qu'il peut constituer un dénominateur commun.

Nous présenterons tout d'abord les fondements épistémologiques de l'école autrichienne en soulignant les points de convergence et de divergence. La deuxième partie nous servira à construire un modèle théorique d'inspiration cognitive visant à proposer une contribution à la

¹ Cette définition rejoint celle de la vision proposée par Nanus (1992).

compréhension du processus entrepreneurial. Enfin, nous essaierons de positionner le paradigme de l'opportunité par rapport aux paradigmes concurrents.

1. Le paradigme de l'opportunité : fondement épistémologique

Le paradigme de l'opportunité fait référence explicitement aux travaux de Kirzner. Ce dernier propose un modèle entrepreneurial en s'appuyant principalement sur deux contributions autrichiennes majeures, celles de Mises et Hayek. L'analyse des contributions de ces deux auteurs permet de préciser quels sont les fondements épistémologiques de ce courant. Ils défendent tous deux l'individualisme méthodologique, approche qui conduit à se centrer sur les actions individuelles. Ils adoptent le postulat selon lequel « *il n'existe aucun autre moyen de s'assurer des phénomènes sociaux que de comprendre les actions que les individus entreprennent vis-à-vis des autres* » (Hayek, 1946). Si les tenants de cette école partagent ce postulat, il est possible de repérer une ligne de démarcation entre certains d'entre eux et en particulier entre Mises (1985) et Hayek (1946) quant à l'importance de la rationalité dans la formation des phénomènes sociaux.

1.1. Pour une approche praxéologique

Mises (1985) propose une approche praxéologique fondée sur l'étude des actions humaines. La praxéologie de Mises (1985) fait explicitement référence au rôle de l'individu. « *Non moins que de l'action d'un individu, la praxéologie fait partir ses études d'une action au singulier. Elle ne traite pas en termes vagues de l'agir humain en général, mais de l'action concrète qu'un homme défini a accompli à une date donnée et en lieu défini* » (p. 49).

Cette conception de l'individualisme méthodologique pourrait laisser penser que l'école autrichienne est proche du courant néoclassique. L'école autrichienne cherche au contraire à s'en démarquer. Cette école se différencie du courant néoclassique dans la façon d'appliquer l'individualisme méthodologique en mettant l'accent sur la subjectivité de l'individu. Cette distinction trouve son origine dans l'opposition entre les fondateurs du courant néoclassique, Walras et Jevons, et les travaux de Carl Menger, père de l'école autrichienne. Ce dernier ne conçoit pas l'individu comme un agent maximisateur mais comme un agent qui poursuit ses objectifs dans un contexte d'incertitude. Cela signifie que deux individus placés dans les mêmes conditions n'effectueront pas nécessairement les mêmes choix, ce qui retire tout intérêt à la maximisation. Selon Mises, la subjectivité n'enlève pourtant pas son caractère rationnel à la prise de décision. Les décisions prises par les individus sont considérées comme rationnelles dans le sens où elles sont le résultat d'un processus cognitif délibéré. Ce caractère rationnel est cependant relatif dans la mesure où il s'apprécie uniquement par rapport à l'individu qui prend la décision. Ce qui peut paraître irrationnel aux yeux de l'observateur en raison de ses schèmes, de ses systèmes de valeur ne l'est pas aux yeux du décideur. Selon Mises (1985), « *L'agir humain est nécessairement toujours rationnel. Le terme « action rationnelle » est pléonastique et doit être évité comme tel. (...) La fin ultime de l'action est toujours la satisfaction de quelque désir de l'homme qui agit. Comme personne n'est en mesure de substituer ses propres jugements de valeur à ceux de l'individu agissant, il est vain de porter un jugement sur les buts et les volitions de quelqu'un d'autre* » (p. 21-22.). Cette position ne confère ni un caractère mécanique ni un caractère infaillible à la prise de décision et à sa mise en œuvre. D'ailleurs pour Mises (1985, p. 23), le décideur se trompe souvent dans le choix et l'application des moyens. La rationalité de l'individu ne signifie pas qu'il soit

omniscient contrairement aux travaux précurseurs de l'approche néoclassique. Cette conception de la rationalité est à rapprocher de la rationalité limitée de Simon. Hayek (1945) montre que l'information est dispersée dans la société. Le décideur ne dispose donc pas de toute l'information nécessaire à la prise de décision. Dans le champ de l'entrepreneuriat, la dimension intentionnelle du comportement est reconnue. L'entrepreneuriat est présenté par de nombreux auteurs comme un comportement planifié (Bird, 1988 ; Krueger, 1993 ; Krueger et al, 2000). Ces travaux montrent ainsi que l'intention constitue le meilleur prédicteur de l'action entrepreneuriale.

1.2. La prise en compte des phénomènes sociaux

Cet individualisme méthodologique teinté de subjectivisme ne rend-il pas vain l'étude des décisions individuelles ? Comment saisir la variété des comportements et des systèmes de valeur ? La réponse est à trouver dans le caractère dual de la société qui peut être appréhendée à la fois comme un résultat et un moyen des actions individuelles comme le suggèrent les approches de type structurationniste (Giddens, 1987 ; Bouchikhi, 1990). Les régularités qui peuvent être observées dans les comportements humains sont liées au fait que l'individu est un être agissant dont les actions s'inscrivent dans un contexte social donné. Selon Mises (1985), « *Héritage et cadre de vie orientent les actions d'un homme. Ils lui suggèrent à la fois les buts et les moyens. Il ne vit pas simplement comme homme in abstracto ; il vit comme un fils de sa famille, de sa race, de son peuple, de son époque ; comme un citoyen de son pays ; comme un membre d'un certain groupe social ; comme le praticien d'une certaine vocation ;* » (p. 51).

La construction sociale apparaît donc comme le fruit d'un croisement entre subjectivité et objectivité. Cette thèse défendue par Berger et Luckman (1966) trouve son origine dans les travaux du sociologue autrichien Schütz. Ce dernier, très proche de Mises, a influencé les tenants de l'école autrichienne (Kurrild-Klitgaard, 2001). Mises insiste sur le fait que les idéologies et de façon plus générale le contexte social sont le résultat d'actions individuelles qui influencent à leur tour les actions des individus.

A l'intérieur du courant autrichien, on peut noter une divergence progressive entre Hayek et Mises. Hayek s'oppose à la praxéologie de Mises qui se veut aprioriste et dont les fondements seraient rationalistes. Hayek (1946) rejette ce qu'il qualifie de pseudo individualisme et qui trouve ses origines dans la tradition philosophique cartésienne. « *La différence entre cette vision des choses qui explique la plus grande part de l'ordre visible dans les affaires humaines, comme le résultat inattendu des actions individuelles, et l'autre vision qui attribue tout ordre observable à un dessein délibéré, est la première grande différence entre le véritable individualisme des penseurs britanniques et le prétendu individualisme de l'école cartésienne* » (p. 3). Dans cette conception, les phénomènes sociaux sont bien le résultat d'actions humaines et non pas d'une raison humaine. C'est cette conception qui permet de « *rendre intelligible l'apparition de formations sociales spontanées* » (Hayek, 1946, p. 4).

L'individualisme méthodologique porté par les tenants du courant autrichien reconnaît ainsi l'importance des phénomènes sociaux. Qu'ils aient un caractère intentionnel ou non, ce qui importe c'est le niveau d'analyse retenu : l'individu. L'explication de phénomènes comme l'entrepreneuriat doit ainsi retenir comme point de départ : l'individu et ses aspirations.

2. Le paradigme de l'opportunité : fondement théorique

Après avoir discuté de la notion d'opportunité, nous proposerons un modèle cognitif permettant de mieux comprendre le passage de la découverte à l'exploitation de l'opportunité entrepreneuriale.

2.1. Nature des opportunités entrepreneuriales

Selon Dutta et Crossan (2005), il est possible d'opposer deux conceptions ontologiques relatives aux opportunités : la découverte et l'*enactment* (mise en scène, activation).

La première position d'inspiration positiviste conduit à considérer qu'il existe une réalité objective qui n'attend qu'à être découverte. Cette approche suggère « *que les opportunités existent indépendamment des entrepreneurs qui les découvrent* » (p. 428). Si Shane et Venkataraman (2000) défendent cette position de façon explicite, Schumpeter (1934) la partagerait également de façon implicite d'après Dutta et Crossan (2005).

Le deuxième courant de recherche qualifiée d'approche de l'*enactment* adopte une perspective constructiviste ou interprétative de la réalité. Dans cette conception, « *il peut exister des vérités objectives mais ces vérités interagissent et sont modelés constamment par l'observateur de telle sorte que l'action continue de l'observateur devient lui-même une part de la vérité* ». (p. 429). Selon Dutta et Crossan (2005), cette conception serait en phase avec le subjectivisme de Kirzner.

Cette représentation peut paraître discutable d'un point de vue terminologique. Le terme de découverte est en effet intrinsèquement lié au modèle entrepreneurial proposé par Kirzner. En même temps, l'école autrichienne dont la proximité avec Schütz a pu être démontrée considère la réalité comme une construction sociale (Kurrild-Klitggard, 2001). De plus, elle accorde une place centrale à l'action. Elle peut être rapprochée de la conception de l'*enactment* proposée par Weick (1979) qui conduit à reconnaître une antériorité de l'action sur la cognition.

Quelle que soit la position ontologique retenue, il est possible de distinguer de nombreuses sources d'opportunités entrepreneuriales. Drucker (1985) propose une typologie qui peut être cristallisée autour des trois types suivants :

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

D'un point de vue théorique, cette typologie est à mettre en perspective avec les prémisses du modèle entrepreneurial proposé par Venkataraman (1997). Cet auteur énonce deux prémisses dont il qualifie l'une de faible et l'autre de forte :

- Selon la prémisse faible, la plupart des marchés sont inefficients. Les inefficiences des marchés offrent aux individus qui les repèrent et qui les exploitent des opportunités de

profit. Dans le modèle de Kirzner (1997), les opportunités entrepreneuriales traduisent également des situations de déséquilibre.

- La prémisse 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* » (p. 121). Cette seconde prémisse reflète assez bien le processus de destruction créatrice décrit par Schumpeter (1979).

Cette dualité montre le caractère à la fois endogène et exogène des opportunités. Dans certains cas, l'entrepreneur est en quelques sortes celui qui n'a plus qu'à se saisir de l'opportunité alors que dans d'autres cas c'est lui qui est à l'origine de l'opportunité.

Dans le modèle proposé par Kirzner (1997), les opportunités sont liées aux connaissances des acteurs sur le marché. Hayek (1945) propose d'en distinguer deux types : les connaissances scientifiques et les connaissances ordinaires. La vision schumpétérienne tend plutôt à mettre l'accent sur celles qui ont un caractère scientifique. Mais cette représentation de l'innovation tend à négliger ce que Alter (2000) nomme l'innovation ordinaire et qui est portée par l'ensemble des acteurs de l'organisation. Ils détiennent un savoir ou un savoir-faire particulier que l'on peut assimiler aux « *connaissances de circonstances particulières de temps et d'espace* » évoquées par Hayek (1945, p. 521). Ces connaissances qui ont souvent un caractère tacite peuvent être à l'origine d'innovations difficilement imitables (Jacobson, 1992).

Les opportunités peuvent également être considérées comme le résultat d'actions entrepreneuriales, parfois inattendues selon Drucker (1985). Une action entrepreneuriale peut faire naître de nouvelles opportunités entrepreneuriales exploitées par l'entrepreneur lui-même ou par d'autres (Drucker, 1985 ; Holcombe, 2003). Kirzner (1997) défend cette thèse dans la mesure où il considère que les erreurs entrepreneuriales passées conduisent à des situations de déséquilibre qui pourront être exploitées par de nouveaux entrepreneurs. L'action entrepreneuriale se heurte souvent à des embûches qui sont liées à l'information et aux variables exogènes. Kirzner (1997) s'appuyant sur Hayek (1945) montre que les individus n'ont qu'une information parcellaire liée à des conditions de lieu et d'espace. Il est dès lors difficile de prévoir les conditions de réussite d'une action entrepreneuriale ou de déterminer la meilleure relation moyens-fins. De plus, la dynamique des marchés entraînée par des changements de goûts, technologiques, politiques conduit à modifier les conditions de marché. Ces changements confèrent un caractère spéculatif à l'action entrepreneuriale. Dès lors, l'échec d'un entrepreneur peut être exploité par un nouvel entrepreneur qui sera parvenu à établir une meilleure relation moyens-fins. Une OPA lancée sur une entreprise en difficulté peut ainsi présenter un caractère entrepreneurial. Au-delà de la seule logique financière, le repreneur considère qu'il sera plus à même de conduire l'entreprise à partir de meilleures compétences et en proposant de meilleures solutions.

L'opportunité entrepreneuriale est à distinguer des autres opportunités de profit. Elle ne vise pas simplement à proposer, pour une relation moyens-fins, une utilisation plus efficace des ressources. L'opportunité entrepreneuriale apparaît au contraire comme une remise en cause de la relation moyens-fins. En ce sens, elle ne peut pas être exploitée par optimisation. (Shane et Venkataraman, 2000, Baumol, 1996). Comme le soulignent Eckhardt et Shane (2003, p. 336), « *Ainsi, alors que les décisions non-entrepreneuriales maximisent les ressources rares à travers une relation entre moyens et fins précédemment développée, les décisions*

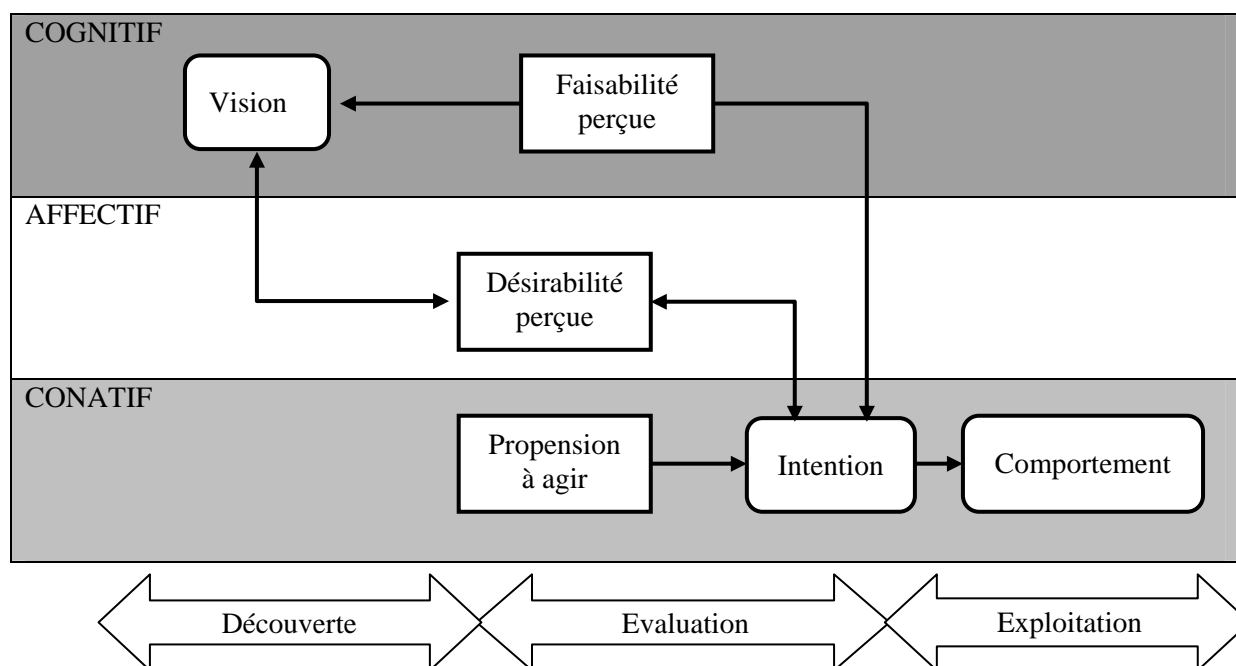
entrepreneuriales induisent la création ou l'identification de nouvelles relations entre moyens et fins précédemment non détectées ou non utilisées par les acteurs du marché ».

Que l'opportunité soit découverte ou créée, tout l'enjeu réside dans son exploitation. Ce passage de la découverte à l'exploitation peut être appréhendé sous un angle cognitif.

2.2. Proposition d'un modèle cognitif

En s'appuyant sur le modèle de Venkataraman, nous proposons de construire un modèle cognitif. Comme le souligne Venkataraman (1997), il y a une différence entre le fait qu'une opportunité émerge et le fait de la découvrir et de l'exploiter. Il est ainsi possible de distinguer trois grandes étapes marquant le passage de l'opportunité au profit entrepreneurial : la découverte, l'évaluation et l'exploitation de l'opportunité. Cet enchaînement permet de mettre en évidence les trois composantes d'une attitude entrepreneuriale : cognitive (se représenter l'opportunité), affective (avoir envie de l'exploiter) et conative (l'exploiter). Le schéma suivant inspiré des travaux de Shapero, de Ajzen et de Krueger propose une représentation cognitive du processus entrepreneurial.

Figure 1– De la découverte à l'exploitation entrepreneuriale



La découverte entrepreneuriale est au cœur du modèle de Kirzner (1997). Il introduit la notion de vigilance entrepreneuriale (alertness) qu'il définit comme « une attitude de réceptivité face aux opportunités disponibles » (p. 72). Selon cet auteur, cette aptitude varie selon les individus, il va même jusqu'à parler de don : « la vérité est que la capacité à apprendre sans recherche délibérée est un don que les individus ont à des degrés complètement différents. C'est sûrement ce don que nous avons à l'esprit lorsque nous parlons de vigilance entrepreneuriale » (Kirzner, 1979, p. 148). Il est sans doute réducteur de parler de don dans la mesure où d'autres variables sont susceptibles d'améliorer cette propension à repérer des opportunités. En particulier l'expérience acquise dans un secteur d'activité peut contribuer à

renforcer cette vigilance entrepreneuriale. De même, le fait de s'inscrire dans des réseaux améliore l'accès à l'information (Stevenson et Jarillo, 1990 ; Yli-Renko et al. 2001 ; Uzzi et Gillespie, 2002 ; Allali, 2004 ; Arenius et De Clercq, 2005).

Les opportunités sont liées à une information privilégiée. Venkataraman s'appuyant sur Hayek (1945) et Nelson et Winter (1982) montre que la trajectoire poursuivie par un individu ou une organisation permet de renforcer la vigilance entrepreneuriale et permet d'être plus prompt à relever une opportunité entrepreneuriale. Ronstad (1988) parle de corridor de l'information pour montrer la dimension historique du processus entrepreneurial. La vigilance doit être rapprochée de la notion de vision. La vision de l'entrepreneur peut être définie comme sa représentation mentale, à la fois du présent et du futur, de son organisation et de son environnement (Messeghem et Varrault, 1998). Le décalage entre la représentation actuelle et future permet d'entrevoir des opportunités et peut déclencher une action entrepreneuriale (Hamel et Prahalad, 1989 ; Filion, 1991 ; Nanus, 1992 ; Nonaka et Takeuchi, 1997).

Le passage de la vision à l'intention n'est pas automatique. Il traduit l'état de tension qui peut résulter du décalage entre la représentation du présent et celle du futur. Cet état de tension a été évoqué par Bird (1988) dans le cadre du processus entrepreneurial. Deux variables médiatisent la relation entre vision et intention : la désirabilité perçue et la faisabilité perçue. La faisabilité perçue correspond à la perception de sa capacité de mener à terme et avec succès une opportunité. La désirabilité perçue s'apparente à la perception de son désir de voir aboutir une opportunité.

Le passage de l'intention au comportement peut être expliqué par la force de l'intention (Bird, 1988). Les travaux de Krueger (1993 ; 2000) qui s'inspirent du modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero (1980) et de la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991), indiquent que le concept d'intention constitue le meilleur prédicteur du comportement planifié. C'est pour cette raison qu'il le place au centre de son modèle du processus entrepreneurial. La poursuite de l'opportunité entrepreneuriale dépend de la propension à agir. Selon Krueger (1993), la propension à agir traduit la capacité du décideur à exercer un contrôle sur ses décisions. Cette notion est assez proche du « *locus of Control* ». Le « **locus of control** », peut être traduit comme le champ de contrôle ou contrôle du destin. Ce concept fait référence à la capacité de l'individu à exercer une influence sur la conduite de sa vie (ou de sa destinée). Ainsi, les actions entreprises par un individu ne sont pas le fait de la chance ou de facteurs externes, lorsque celui-ci manifeste un champ de contrôle interne (versus externe). Ce concept développé par Rotter (1966) a donné lieu à de nombreux travaux dans le domaine de l'entrepreneuriat. Les dirigeants caractérisés par un champ de contrôle interne seraient plus à même d'adopter des stratégies entrepreneuriales (McGraw et Robichaud, 1995).

Le modèle que nous venons de présenter vise à mieux comprendre le processus entrepreneurial. Il peut se révéler utile pour l'accompagnement du créateur. Il permet d'identifier les phases clés du processus. Pour chacune de ces étapes, l'accompagnateur peut établir un dialogue avec le créateur en le poussant à se poser des questions, processus que l'on pourrait qualifier de maïeutique entrepreneuriale.

D'un point de vue théorique, ce modèle établit une jonction entre les travaux sur l'opportunité (Venkataraman et Shane, 2000) et les travaux proposant une lecture du processus entrepreneurial (Shapero, 1980 ; Krueger, 1993). Le modèle de Belley, qualifié par Verstraete et Saporta (2006) de modèle de Shapero-Belley, avait déjà introduit la notion d'opportunité en

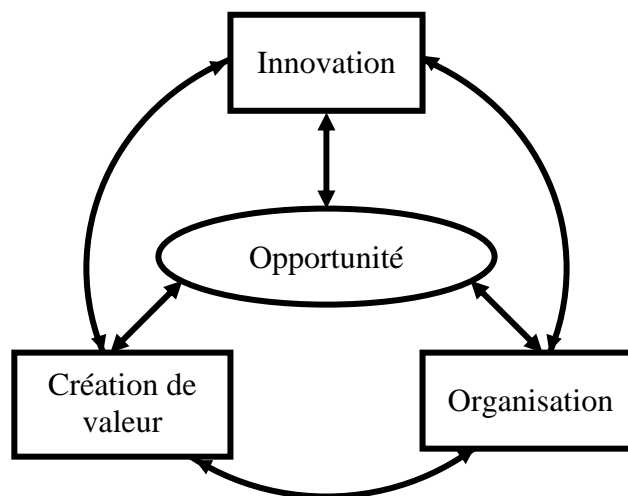
établissant une distinction entre idée d'affaires et opportunité d'affaire (Belley, 1989). Cependant, ce modèle se focalise sur la création d'entreprise alors que notre approche s'applique à toutes les déclinaisons de l'entrepreneuriat.

Cette présentation du paradigme de l'opportunité nous a permis de décrypter les différentes formes d'opportunités et de mieux comprendre le rôle de l'opportunité dans le processus entrepreneurial. La lecture cognitive adoptée souligne le caractère individuel et subjectif de ce processus.

3. Pour une approche multiparadigmatique

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui rend sans doute illusoire de s'enfermer dans un seul paradigme pour en cerner ses multiples facettes. Nous suggérons au contraire de retenir une lecture pluriparadigmatique en montrant la complémentarité du paradigme de l'opportunité avec d'autres paradigmes qui structurent le champ de l'entrepreneuriat. Verstraete et Fayolle (2004) proposent de distinguer trois autres paradigmes : l'innovation, la création d'organisation et la création de valeur. Nous nous proposons de nous centrer sur les paradigmes de l'organisation et de la création de valeur dans la mesure où la relation avec le paradigme de l'innovation a déjà été mise en valeur lorsque nous avons évoqué les travaux de Drucker et Schumpeter sur la nature de l'opportunité.

Figure 2- Pour une approche multiparadigmatique



La figure 2 montre que l'entrepreneuriat constitue un phénomène aux multiples facettes. S'il est possible de se focaliser sur l'une d'entre-elles, l'opportunité apparaît toujours en toile de fond. De même, traiter de la question de l'opportunité conduit inéluctablement à s'interroger par exemple sur l'organisation ou sur la création de valeur.

3.1. Opportunité et création d'organisation

Le lien entre opportunité et création d'organisation est suggéré par Bygrave et Hofer (1991) dans leur définition de l'entrepreneur : « *Un entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre* » (p. 14).

Le paradigme de la création d'organisation conduit à considérer l'organisation à la fois comme un moyen et comme le résultat du processus entrepreneurial. Cette dimension dialogique est défendue par Verstraete (1999, 2003) et peut être rapprochée de la position ontologique de l'opportunité en termes d'enactment. Verstraete et Fayolle (2004) font référence aux travaux de Gartner (1995) sur l'émergence organisationnelle. Cette conception permet de concevoir la poursuite d'opportunité comme un processus et comme une construction.

Verstraete et Fayolle (2004) intègrent dans ce paradigme les travaux de Verstraete (1999, 2003) sur l'impulsion d'une organisation. Ce qui le conduit à appréhender l'organisation sous un angle « *systémique intégrant l'action et son résultat* » (Verstraete et Fayolle, 2004, p. 7). Cette conception permet de tenir compte des nombreuses formes prises par l'entrepreneuriat telles que le *corporate entrepreneurship*. Cette manifestation entrepreneuriale peut également trouver un point d'ancrage dans le paradigme de l'opportunité. Elle a été étudiée par des auteurs comme Burgelman (1984), Stevenson (1983) ou encore Ghoshal et Bartlett (1998). Nous nous centrerons sur les travaux de Stevenson qui sont très marqués par le paradigme de l'opportunité.

Le modèle de Stevenson est présenté dans différentes publications (Stevenson, 1983 ; Stevenson et Gumpert, 1985 ; Stevenson et Jarillo, 1986 ; Stevenson et Jarillo, 1990, Stevenson, 2000). Il met en relation l'organisation avec la démarche entrepreneuriale. Comment une organisation existante peut-elle conserver une orientation entrepreneuriale ?

Pour Stevenson et Jarillo (1990), il est possible de promouvoir un management entrepreneurial en adoptant des dispositifs organisationnels idoines.

Le modèle de Stevenson est construit par opposition avec le modèle classique de management administratif. Ce dernier est fondé sur le système classique de planification et de contrôle formalisé qui conduit à accorder le premier rôle au management des ressources. Stevenson et Jarillo (1986) considèrent que le management des ressources peut constituer un frein à l'adoption d'un comportement entrepreneurial dans la mesure où il favorise l'exploitation au détriment de l'exploration, pour reprendre la terminologie de March (1991). Au contraire, selon Stevenson, l'engagement entrepreneurial se fait sans tenir compte des ressources couramment détenues. Cette position l'oppose aux travaux inspirés par Penrose (1959) et en particulier à l'approche fondée sur les ressources. Cette observation est partagée par Makadok (2001) pour qui l'approche par les ressources tend à favoriser la recherche de rente ricardienne grâce à la détention des meilleures ressources obtenues au meilleur coût. Dans le modèle entrepreneurial de Stevenson, l'avantage concurrentiel repose sur la capacité à développer de nouvelles ressources. Cette conception correspond au courant des capacités dynamiques d'inspiration schumpetérienne comme le souligne Makadok, « *Cette conception de la capacité dynamique schumpetérienne souligne l'importance d'un mécanisme de création de rente alternatif, appelé construction de capacité, qui est assez différent de la captation de ressources* » (p. 388). La capacité d'une entreprise à repérer et à poursuivre des opportunités peut d'ailleurs être considérée comme une capacité dynamique.

Le modèle de Stevenson est conçu comme une série de continuum. Les extrémités permettent d'opposer deux formes de comportement, l'une entrepreneuriale et l'autre administrative. Il comprend entre cinq et six caractéristiques selon la version du modèle. L'entrepreneur ou promoteur (promoter) cherche à poursuivre et à exploiter des opportunités indépendamment des ressources contrôlées tandis que l'administrateur (trustee) cherche à réaliser l'allocation la plus efficace possible de ses ressources. Le tableau suivant reprend les couples d'opposition permettant d'identifier les orientations entrepreneuriale et administrative.

Tableau 1- Le modèle de Stevenson (2000, p. 3)

Orientation entrepreneuriale	Caractéristiques	Orientation administrative
Dirigée par la poursuite d'opportunités	Orientation stratégique	Dirigée par les ressources couramment contrôlées
Engagement rapide	Engagement dans l'opportunité	Evolutionnaire sur une longue durée
De nombreux niveaux avec une exposition minimale à chaque niveau	Processus d'engagement des ressources	Une seule étape avec un engagement complet
Utilisation épisodique ou location des ressources nécessaires	Contrôle des ressources	Possession ou recrutement des ressources nécessaires
Plate avec de nombreux réseaux informels	Structure de management	Hiérarchique
Basé sur la valeur et basé sur l'équipe	Système de récompense et de compensation	Basé sur la ressource et basé sur la promotion et l'individualisation

Si le modèle de Stevenson reconnaît l'importance du contexte organisationnel, il accorde une large place à l'opportunité. D'un point de vue théorique, l'auteur fait référence à certains tenants de l'école autrichienne et en particulier à Kirzner et à Schumpeter, mais sans se réclamer de façon explicite de ce courant. La principale caractéristique qui permet d'établir une filiation avec le courant autrichien, est le rôle accordé à l'opportunité. Stevenson et Jarillo (1990, p. 23) proposent en effet de définir l'entrepreneuriat comme « *un processus par lequel des individus, soit en leur nom soit à l'intérieur d'organisations, poursuivent des opportunités sans tenir compte des ressources qu'ils contrôlent couramment* ».

D'un point de vue épistémologique, Stevenson partage un certain nombre de positions avec l'école autrichienne. Son approche peut être qualifiée d'individualiste méthodologique et de subjectiviste. Stevenson et Jarillo (1990) parlent d'organisation entrepreneuriale tout en soulignant le rôle central joué par les individus dans la découverte et l'exploitation des opportunités : « *Le cœur de l'entrepreneuriat corporatif est que l'opportunité qui se présente à la firme doit être poursuivie par des individus en son sein (...) Mais le repérage des opportunités est certainement fonction des capacités de l'individu : sa connaissance intime du marché, des technologies impliquées, des besoins du consommateur, etc...* » (p. 24). L'organisation apparaît comme un contexte favorisant ou inhibant le comportement entrepreneurial, mais ce sont avant tout les individus qui repèrent et poursuivent les opportunités en son sein.

La dimension subjectiviste de cette approche tient à l'importance accordée aux motivations des individus. Il faut que les individus soient incités à poursuivre une opportunité. L'école autrichienne insiste sur le rôle de la rente entrepreneuriale. Dans le modèle de Stevenson, cette incitation monétaire est loin d'être la seule. Stevenson et Jarillo insistent sur les facteurs psychologiques pour justifier l'engagement dans un comportement entrepreneurial. La subjectivité tient également à l'appréciation de l'essence de l'opportunité. Stevenson et Jarillo (1990) proposent d'ailleurs de définir l'opportunité comme « *une situation future qui est jugée comme désirable et faisable* » (p. 23). Cette définition reprend des concepts que nous avons introduits pour analyser le passage de l'opportunité à son exploitation, d'un point de vue cognitif. A côté de la faisabilité perçue et de la désirabilité perçue, nous avons insisté sur la propension à agir, ce qui renforce la dimension subjective du processus de décision entrepreneuriale. Ce jugement dépend donc largement des individus et de leur histoire. Ainsi, selon Stevenson et Jarillo (1990), « *Non seulement le taux de succès, mais la quantité même de comportement entrepreneurial seront fonction de la capacité (subjective) de l'employé à exploiter des opportunités* » (p. 24).

Ce croisement entre opportunité et organisation offre de nombreuses perspectives de recherche. L'une d'entre elles concerne la mesure de l'orientation entrepreneuriale. On peut également s'interroger sur les facteurs qui favorisent au sein de l'organisation le passage de la découverte à la poursuite d'opportunité. Le modèle de Stevenson montre que la rente entrepreneuriale constitue l'un des moteurs du comportement entrepreneurial. Cette thèse est également partagée par le paradigme de la création de valeur.

3.2. Opportunité et création de valeur

Verstraete et Fayolle (2004) présentent le paradigme de la création de valeur en s'appuyant sur la contribution de Bruyat (1993). Cet auteur considère l'entrepreneuriat comme la dialogique individu / création de valeur. Dans son modèle, la valeur est abordée sous l'angle « *des échanges effectués entre agents par l'intermédiaire des prix déterminés par les marchés* » (Verstraete et Fayolle, 2004, p. 10). Cette représentation de l'entrepreneuriat conduit à tenir compte de la rente entrepreneuriale. Elle place au premier plan la relation entre opportunité et création de valeur. Comment se répartit la valeur dans le processus entrepreneurial ?

Rumelt (1987) définit le profit entrepreneurial comme « *la différence entre la valeur ex post (ou le flux de revenu) de l'aventure et le coût ex ante des ressources combinés pour réaliser cette aventure* » (p. 143). Dans l'école autrichienne, l'analyse de la rente entrepreneuriale est liée aux processus de découverte et de concurrence (Kirzner, 1997). Selon Kirzner, la pression concurrentielle s'exerce en proposant au client une meilleure offre. La concurrence ne porte pas seulement sur le prix. Les entreprises s'affrontent jusqu'à se créer parfois des positions de monopole qui permettent de dégager un profit entrepreneurial. Selon Hayek (2002), le processus concurrentiel peut être considéré comme un processus d'équilibre dans la mesure où il est caractérisé par une diffusion de l'information. Cette imitation rend l'opportunité de moins en moins attirante au fur et à mesure que le profit entrepreneurial tend à disparaître. Si l'action entrepreneuriale est le résultat d'un simple processus d'arbitrage, le profit entrepreneurial disparaîtra rapidement. En revanche une action entrepreneuriale au sens de Schumpeter en particulier lorsqu'elle touche aux méthodes de production ou de management sera plus difficile à imiter.

Le comportement entrepreneurial ne s'accompagne pas nécessairement d'un profit entrepreneurial. Cela justifie qu'il faille bien distinguer la découverte d'opportunité de son exploitation. Holcombe (2003) montre que très souvent ce n'est pas l'entreprise ou l'individu à l'origine de l'invention qui bénéficie de la rente entrepreneuriale. D'ailleurs comme le soulignent de nombreux auteurs, le profit entrepreneurial profite très souvent à l'imitateur (Drucker, 1985 ; Rumelt, 1987 ; Jacobson, 1992 ; Holcombe, 2003). Drucker (1985) parle d'imitation entrepreneuriale lorsque l'imitateur ne se contente pas d'imiter le produit mais propose une offre originale. La question de savoir à qui profite l'innovation au premier entrant ou à l'imitateur est centrale en management stratégique, même si elle fait l'objet de controverses (Lieberman et Montgomery, 1998 ; Shamsie et al., 2004). Si Lee et al. (2000) montrent que les pionniers dégagent de meilleurs gains que les suiveurs, l'inscription de ce résultat dans la durée dépend largement de la capacité à se protéger contre l'imitation. Rumelt (1987) met en exergue les formes de protection dont peut se doter le premier entrant pour préserver sa rente entrepreneuriale. Ces « *mécanismes isolants* » qui découlent principalement d'un avantage coût et de l'asymétrie informationnelle sont appréhendés uniquement dans les relations concurrentielles.

Le problème de l'appropriation de la rente entrepreneuriale doit être abordé en tenant compte de l'ensemble des parties prenantes qui participent de près ou de loin à l'aventure entrepreneuriale (Verstraete, 1999, 2003). Il ne suffit pas de créer de la valeur pour dégager une rente. Venkataraman (1997) évoque un risque d'opportunisme de la part des différentes parties prenantes impliquées dans un projet entrepreneurial. En particulier les clients et les fournisseurs peuvent essayer de s'accaparer une partie de cette rente. La question centrale est celle de la détermination des prix. Selon Dutta et al. (2003), le passage de la création de valeur à la rente suppose le développement d'une compétence en matière de fixation des prix. Ces auteurs mobilisent l'approche fondée sur les ressources et s'intéressent à des organisations existantes. Ce cadre théorique et en particulier le courant des capacités dynamiques, peut apporter une contribution à la compréhension du processus entrepreneurial. Pourquoi certaines organisations parviennent mieux que d'autres à transformer une découverte d'opportunité en rente entrepreneuriale ? Cette question instruite au sein du paradigme de la création de valeur trouve également un écho dans le paradigme de l'organisation et en particulier dans le modèle de Stevenson qui conduit à introduire la notion de capacité dynamique.

Cette troisième partie relativise le caractère hégémonique que certains prêtent au paradigme de l'opportunité. Ce paradigme est apparu comme un complément aux autres courants qui traversent le champ de l'entrepreneuriat et qui se révèlent insuffisants à eux seuls pour tenir compte des multiples facettes de l'entrepreneuriat.

Conclusion

Cet article nous a permis de montrer l'intérêt du paradigme de l'opportunité dans le champ de l'entrepreneuriat. Ce paradigme présente un soubassement épistémologique et théorique consistant. Le recours à l'école autrichienne nous a permis de souligner le caractère individuel et subjectif du processus entrepreneurial.

Certains auteurs le considèrent comme le paradigme dominant. La thèse que nous avons défendue est la nécessité de retenir une approche pluriparadigmatique pour tenir compte de la complexité du phénomène entrepreneurial. Nous avons montré la complémentarité du

paradigme de l'opportunité avec les paradigmes de l'innovation, de la création d'organisation et de la création de valeur. Ce croisement offre des perspectives de recherche prometteuses. Par exemple, le recours au courant des capacités dynamiques peut se révéler intéressant pour mieux comprendre comment une organisation existante peut maintenir une orientation entrepreneuriale.

Bibliographie

- Ajzen I. (1991), « The Theory of Planned Behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, p. 179–211.
- Allali B. (2004), *Vision des dirigeants et internationalisation des PME*, Paris, Edition Publibook.
- Alter N. (2000), *L'innovation ordinaire*, Paris, PUF.
- Arenius P. et D. de Clercq (2005), « A Network-based Approach on Opportunity Recognition », *Small Business Economics*, Vol. 24, p. 249-265.
- Baumol W.J. (1996), « Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive », *Journal of Business Venturing*, Vol. 11, p. 3-22.
- Belley, A., « Opportunités d'affaires: objet négligé de la recherche sur la création d'entreprises », *Revue P.M.O.*, Vol. 4, n° 1, 1989.
- Berger P. L. et Luckman T. (1966), *The Social Construction of Reality – A treatise in the Sociology of Knowledge*, Garden City, New York, Doubleday, Traduction française: *La construction sociale de la réalité*, Armand Collin, 1997.
- Bird B J. (1988), « Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intentions », *Academy of Management Review*, Vol. 13, N° 3, p. 442-453.
- Bouchikhi H. (1990), *Structuration des organisations*, Paris, Economica.
- Bruyat C. (1993), *Création d'entreprise : Contribution épistémologique et modélisation*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble.
- Burgelman R. A. (1984), « Designs for Corporate Entrepreneurship in Established Firms », *California Management Review*, Vol. XXVI, N° 3, p. 154-166.
- Bygrave W. D. et C. W. Hofer (1991), « Theorizing about Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, N° 2.
- 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.
- Drucker P. F (1985), *Innovation and Entrepreneurship*, New York, Harper and Row.
- Dutta D. K. et M. M Crossan (2005), « The nature of entrepreneurial opportunities : understanding the process using the 4I Organizational Learning Framework », *Entrepreneurship : Theory and Practice*, July, p. 425-449.
- Dutta S., Zbaracki M. J. et Bergen M. (2003), « Pricing process as a capability: a resource-based perspective », *Strategic Management Journal*, Vol. 24, p. 615-630.

- 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 cœur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine », *Revue Internationale PME*, vol. 17, n° 1, p.101-121.
- Fillion L.-J. (1991), *Vision et relations*, Montréal, Éd. de l'Entrepreneur.
- Gartner W. B. (1995), « Aspects of Organizational Emergence », in Bull et al., *Entrepreneurship – Perspectives on Theory Building*, Pergamon.
- Ghoshal S. et C. Bartlett (1998), *L'entreprise individualisée*, Maxima, Paris.
- Giddens A. (1987), *La constitution de la société – Eléments de la théorie de la structuration*, P.U.F., Paris.
- Hamel G. et Prahalad C.K. (1989), « Strategic Intent », *Harvard Business Review*, May-June, p. 63-76.
- Hayek F. A. (1945), « The Use of Knowledge in Society », *American Economic Review*, Vol. XXXV, N° 4, p. 519-530.
- Hayek F. A. (1946), « Individualism: True and False », in Hayek, F. A., (1948), *Individualism and Economic Order*, Londres, Routledge & Kegan (traduction de F. Guillaumat, « Vrai et faux individualisme », <http://herve.dequengo.free.fr/Hayek/Hayek2.htm>).
- Hayek F. A. (2002), « Competition as a Discovery Procedure », *Quarterly Journal of Austrian Economics*, Vol. 5, n° 3, p. 9-23.
- Hernandez E. M. (2001), *L'entrepreneuriat. Approche théorique*, Paris, L'Harmattan.
- Holcombe R. G. (2003), « The Origins of Entrepreneurial Opportunities », *Review of Austrian Economics*, Vol. 16, n° 1, p. 25-43.
- Jacobson R. (1992), « The “Austrian” School of Strategy », *Academy of Management Review*, Vol. 17, n° 4, p. 782-807.
- Kirzner I. M. (1973), *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner I. M. (1979), *Perception, Opportunities and Profits*, Chicago, University of Chicago Press.
- Kirzner I. M. (1997), « Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian approach », *Journal of Economic Literature*, Vol. 35, n° 3, p. 60–85.
- Kirzner I. M. (1999), « Creativity and/or alertness: a reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur », *Review of Austrian Economics*, Vol. 11, n° 1-2, p. 5-17.
- Krueger N. (1993), « The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18, n°1, p. 5-21.
- Krueger N. F., Reilly M. D. et Carsrud A. L. (2000), « Competing Models of Entrepreneurial Intentions », *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, p. 411-432.
- Kuhn T.S. (1983), *La structure des révolutions scientifiques*, Flammarion, Paris.
- Kurrild-Klitgaard P. (2001), « On rationality, ideal types and economics: Alfred Schütz and the Austrian school », *Review of Austrian Economics*, Vol. 14, n° 263, p. 119-143.

- Lee H., Smith K. G. et Grimm, C. M. (2000), « Timing, order and durability of new product advantages with imitation », *Strategic Management Journal*, Vol. 21, n° 1, p. 23-30.
- Lieberman M. B. et D. B. Montgomery (1998), « First-Mover (Dis)Advantages : Retrospective and Link with the Resource-Based View », *Strategic Management Journal*, Vol. 19, p. 1111-1125.
- Makadok R. (2001), « Toward A Synthesis of The Resource-Based and Dynamic-Capability Views of Rent Creation », *Strategic Management Journal*, Vol. 22, p. 387-401.
- March J. G. (1991), « Exploration and Exploitation in Organizational Learning », *Organization Science*, Vol., 2, n° 2, p. 71-87.
- McGraw E. et Robichaud Y. (1995), « Le concept de contrôle de destin et son influence sur le comportement entrepreneurial », *Revue Internationale PME*, Vol. 8, n°2, p. 89-97.
- Messeghem K et Varrault N, « Stratégies d'adoption d'une démarche qualité en PME », *Revue Internationale PME*, Vol. 11, n°1, 1998.
- Mises L. von (1985), *L'action humaine*, Paris, PUF, Traduction française de : *Human Action*, Third Revised Edition, Chicago, Regnery Company, 1966.
- Nanus B. (1992), *Visionary leadership*, Jossey-Bass, 1992.
- Nelson R. R. et Winter, S. G. (1982), *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Cambridge, Mass, Belknap Press of Harvard University Press.
- Nonaka I. et Takeuchi H. (1997), *La connaissance créatrice - La dynamique de l'entreprise apprenante*, Bruxelles, DeBoeck Université.
- Palich L.E. et Bagby D.R. (1995), « Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom », *Journal of Business Venturing*, Vol. 10, p.425-438.
- Penrose E. T. (1959), *The Theory of the growth of the firm*, Oxford, Basil Blackwell.
- Ronstad R. (1988), « The Corridor Principle », *Journal of Business Venturing*, Vol. 3, n° 1, p. 31-40.
- Rotter J. B. (1966), « Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement : A Case History of a Variable », *Psychological Monographs*, Vol. 80, n° 1, p. 260-275.
- Rumelt R. P. (1987), « Theory, Strategy and Entrepreneurship », in Teece, D. (Ed.) *Competitive challenge*, Cambridge, MA, Ballinger, p. 137-158.
- 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.
- Shamsie J., C. Phelps et J. Kuperman (2004), « Better than Never : A Study of Late Entrants in Household Electrical Equipment », *Strategic Management Journal*, Vol. 25, p. 69-84.

- Shane S. et Venkataraman S. (2000) « The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research », *Academy of Management Review* Vol. 25, n° 1, p. 217-226.
- Shapero, A. et L. Sokol, (1982), « Social Dimensions of Entrepreneurship », in Kent, Sexton, D. et Vesper K. (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, p. 72-90.
- Stevenson H. H. (1983), « A Perspective on Entrepreneurship », *Harvard Business School*, Working Paper, #9-384-131.
- Stevenson H. H. (2000), « Why Entrepreneurship has won! », *Coleman White paper*, USASBE, February, p. 1-8.
- Stevenson H. H. et D. E. Gumpert (1985), « The Heart of Entrepreneurship », *Harvard Business Review*, Vol. 62, n°2, p. 85-94.
- Stevenson H. H. et Jarillo (1986), « Preserving Entrepreneurship as Companies Grow », *Journal of Business Strategy*, Vol. 6, p. 10-23.
- Stevenson H. H. et Jarillo J. C. (1990) « A Paradigm of Entrepreneurship : Entrepreneurial Management », *Strategic Management Journal*, Vol. 11, p. 17-27.
- Uzzi B. et Gillespie J. J. (2002), « Knowledge Spillover in Corporate financing networks: embeddedness and the firm's debt performance », *Strategic Management Journal*, Vol. 23, n° 7, p. 587-613.
- Venkataraman S. (1997), « The distinctive domain of entrepreneurship research », In J.A. Katz, Ed., *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, Vol 3. JAI Press, p. 119–138.
- Verstraete T. (1999), *Entrepreneuriat. Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Paris, L'Harmattan.
- Verstraete T. (2003), *Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat*, Editions de l'ADREG, (<http://www.editions-adreg.net>).
- Verstraete T. et Fayolle A. (2004), « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherché en entrepreneuriat », *7èmes Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, Montpellier.
- Weick K. (1979), *The Social Psychology of Organizing*, New York, McGraw-Hill.
- Yli-Renko H., Autio E. et Sapienza H. J. (2001), « Social capital, knowledge acquisition and knowledge exploitation in young technology-based firms », *Strategic Management Journal*, Vol. 22, n° 6-7, p. 587-613.