

---

## Actes de la deuxième conférence internationale sur la Francophonie économique

### *L'ENTREPRENEURIAT ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES ET DES FEMMES EN AFRIQUE FRANCOPHONE*

Université Mohammed V de Rabat, 2-4 mars 2020

---

## ANALYSE EMPIRIQUE DES DETERMINANTS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ENTREPRENEURS SOCIAUX AU MAROC

**Adil M GUERAMAN**

*Doctorant, Université Mohammed V, Rabat Faculté de Droit, Sciences Sociales et Economiques  
Chercheur Affilié, ECONOMIA HEM Research Center, Maroc  
[Adilog2013@gmail.com](mailto:Adilog2013@gmail.com)*

**Manal EL ABBOUBI**

*Professeur HDR, Chercheur associé,  
Université Mohammed V, Rabat Faculté de Droit, Sciences Sociales et Economiques  
ECONOMIA HEM Research Center, Rabat, Maroc  
[Manal.elabboubi@gmail.com](mailto:Manal.elabboubi@gmail.com)*

**RESUME :** Le présent projet de recherche se positionne très en amont du processus d'émergence organisationnelle. Plus exactement, il propose d'expliquer l'intention de créer une entreprise sociale chez les entrepreneurs sociaux. Les analyses que nous mènerions viseront principalement à cerner l'influence relative des facteurs explicatifs de la formation de l'intention d'entrepreneuriat social. La méthode retenue repose sur le développement d'un modèle d'intention puis sur son test, par la régression linéaire multiple. Cette thèse utilise deux modèles théoriques qui constituent la base de recherche fondée sur l'intention. La théorie du comportement planifié, initialement développée dans le domaine de la psychologie sociale. La théorie de l'événement entrepreneurial qui a été développé pour comprendre le comportement entrepreneurial. Ces cadres théoriques sont appliqués à la recherche en entrepreneuriat et à de nombreux autres domaines d'études. Il s'agit des cadres les plus établis et les plus aboutis pour l'analyse des intentions comportementales. Le test s'appuiera sur le traitement statistique des questionnaires administrés par voie électronique (courriel et internet) auprès des entrepreneurs sociaux de la région Rabat-Casablanca. Avant de conclure, nous interprétons les principaux objectifs.

**Mots clés :** Entrepreneuriat social, intentions entrepreneuriales, entrepreneurs sociaux, antécédents.

Les idées et opinions exprimées dans les textes sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'OFE ou celles de ses partenaires. Aussi, les erreurs et lacunes subsistantes de même que les omissions relèvent de la seule responsabilité des auteurs.

## Introduction

L'entrepreneuriat social suscite un intérêt grandissant partout dans le monde (Zahra et al.2008). Dans les pays développés et en développement, les entrepreneurs sociaux apportent constamment un changement social profond en s'attaquant à certains des problèmes sociaux les plus urgents tels que la pauvreté, l'inclusion sociale, l'inadéquation des services publics et

les problèmes environnementaux (Zeyen et. al., 2012). Cette capacité pourrait s'expliquer, entre autres, par l'attractivité de l'entrepreneuriat social auprès d'une nouvelle génération de jeunes entrepreneurs qui cherchent à apporter des améliorations et du progrès social à leurs communautés, notamment par un retour, à la fois social et économique, pour différentes parties prenantes de l'écosystème. Et cela continue à se développer: alors que Seelos et Mair (2009) ont rapporté qu'en 2006, une recherche sur Google du mot «entrepreneuriat social» avait généré plus d'un million de visites, cinq ans plus tard, en 2011, elle a généré plus de 2,5 millions<sup>1</sup> et aujourd'hui elle dépasse la barre de 11 millions<sup>2</sup>.

Malgré l'attention incessante portée à l'entrepreneuriat social, il est largement admis que l'examen théorique de ce phénomène en est à ses balbutiements - et les chercheurs soulignent le faible nombre de publications et d'études empiriques accessibles sur le sujet (Certo & Miller, 2008; Mair & Marti, 2006; Peattie et Morley, 2008; Robinson, Mair et Hockerts, 2009). Plus précisément, nous connaissons actuellement très peu d'antécédents d'intention d'entreprise sociale (Corner et Ho, 2010; Mair, 2006; Mair et Noboa, 2006; Krueger et al., 2011) et les enquêtes empiriques sur les intentions de l'entreprise sociale au niveau individuel manquent jusqu'à présent (Forster et Grichnik 2013). Short et al. (2009) ont détaillé dans leur article les lacunes de la littérature existante qui doivent être traitées par les chercheurs dans le domaine de l'entrepreneuriat social. Les auteurs ont découvert que la plupart des études de recherche sont soit de nature descriptive (38%) ou de nature explicative (55%). Les études de recherche ayant tenté de déterminer les facteurs de motivation des entrepreneurs sociaux ne sont que de 7%. Il est donc nécessaire de contribuer à des études empiriques et théoriques exploratoires de cette phase centrale du processus entrepreneurial. Une telle voie d'enquête nous permettrait d'aller au-delà d'une logique comparative entre l'entrepreneuriat traditionnel et l'entrepreneuriat social pour se concentrer sur l'étude des intentions et des motivations des entrepreneurs sociaux, pour fournir une compréhension plus fine de leurs antécédents.

De nos jours, le soutien des entrepreneurs sociaux doit être l'une des priorités des programmes gouvernementaux existants et futurs afin d'aider ce type d'entrepreneurs, tout en portant une attention particulière à la spécificité qui leur est propre. Il est temps pour que les décideurs institutionnels pensent sérieusement à stimuler et dynamiser l'entrepreneuriat social, d'où une question pressante qui se pose: comment peut-on développer l'entrepreneuriat social au Maroc ? Krueger (2003) explique que l'entrepreneuriat ne peut se développer que si la qualité et la quantité des entrepreneurs augmentent. Et cela ne pourra augmenter que si la pensée entrepreneuriale s'accroît à son tour.

Par conséquent, pour répondre à cette question, cette étude se concentre sur la compréhension de la manière dont la création d'entreprise sociale s'est produite. De nombreux chercheurs, tels que Krueger et Carsrud (1993), Reynolds (2005), sont d'accord pour dire que le processus entrepreneurial ne commence pas avec la création d'entreprise, mais bien avant, lorsqu'un individu a la volonté ou l'intention de s'engager dans une démarche visant à créer une organisation. Les activités comportementales des entrepreneurs sociaux ne peuvent être comprises sans connaître les antécédents spécifiques de la formation de leur intention (Ajzen, 1991). Les intentions comportementales, qui sont définies comme le degré d'engagement envers le comportement futur (Krueger, 1993), se sont révélées être les meilleurs prédicteurs du comportement individuel.

---

<sup>1</sup> Recherche effectuée sur [www.google.com](http://www.google.com) pour «entrepreneuriat social», le 3 juin 2011.

<sup>2</sup> Recherche effectuée sur [www.google.com](http://www.google.com) pour «entrepreneuriat social», le 13 septembre 2019.

Cette thèse répond à ce besoin de travail scientifique approfondi dans ce domaine. Plus précisément, elle étudie la formation d'intentions entrepreneuriales sociales. Elle se concentre ici sur la question posée par Boddice: « *D'où vient le désir de « changer » ou de « faire le bien »? De plus, pourquoi exécuter ce désir en tant qu'entrepreneur?* » (2009, p. 146). Dans le même sillage, de nombreux chercheurs ont appelé à des travaux sur les entrepreneurs sociaux et leurs raisons d'action (Austin, 2006; Austin, Stevenson et Wei-Skillern, 2006; Certo et Miller, 2008; Peattie et Morley, 2008). Néanmoins, la plupart des recherches empiriques ayant porté plus spécifiquement sur l'intention entrepreneuriale s'intéressent plutôt à l'étude de populations non encore lancées en affaires, c'est-à-dire les étudiants (Tounés, 2006 ; Audet, 2004 ; Boissin et Emin, 2006 ; Kolvereid, 1996 ; Tkachev et Kolvereid, 1999).

En outre, il existe des limites pour les étudiants, comme par exemple leur perception de la capacité entrepreneuriale, car ils n'ont pas l'expérience nécessaire pour juger s'ils pourraient être des entrepreneurs prospères ou non (McGee et al., 2009). Il semble que les échantillons d'étudiants soient couramment utilisés simplement parce que la plupart des chercheurs y ont facilement accès. Bien que les étudiants inscrits à des cours d'entrepreneuriat présentent généralement certaines caractéristiques du comportement entrepreneurial naissant, les échantillons d'étudiants présentent de sérieuses limites (McGee et al., 2009). Encore, l'intention entrepreneuriale peut être un bon indicateur, mais qui n'a de sens que dans leur concrétisation dans le temps, et par conséquent nécessitant un suivi des évolutions des projets. Si les recherches menées dans différents pays sur les entrepreneurs naissants ont contribué à une meilleure compréhension du phénomène (Reynolds, 2005), la jeunesse du champ de l'entrepreneuriat social nécessite encore une multiplication des recherches pouvant nous éclairer en grande partie les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les entrepreneurs sociaux. Car, la perception de l'entrepreneuriat social peut être la clé pour en augmenter le niveau. Par conséquent, il semble approprié de rechercher ce qui permet ou empêche l'entrepreneuriat social et ce qui motive les individus à devenir des entrepreneurs sociaux.

En ce sens, la question de Venkataraman "[...] Qu'est-ce qui déclenche la recherche et l'exploitation des opportunités chez certains, mais pas chez d'autres?" (Venkataraman, 1997, p.123) est toujours d'actualité, en particulier dans le nouveau domaine de l'entrepreneuriat social. En se concentrant sur le processus précédant la création d'une entreprise, Krueger (2003) l'a expliqué pour l'entrepreneuriat en général: « *Si nous souhaitons étudier de nouvelles entreprises, nous devons comprendre les processus qui mènent à leur lancement* » (p. 115). Comprendre les facteurs influençant les intentions entrepreneuriales est donc au cœur de l'étude du processus de création de la valeur (Lee et al., 2011) en entrepreneuriat social. Voilà pourquoi, nous adoptons une approche basée sur le concept de la formation d'intention, puisque le comportement entrepreneurial est largement prédit par l'intention entrepreneuriale (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000). La question centrale de recherche de cette thèse est donc :

Comment se forment les intentions de devenir un entrepreneur social ?

Cette thèse identifiera les éléments centraux incitant les personnes à devenir des entrepreneurs sociaux.

## **Intérêts de la recherche**

L'entrepreneuriat social constitue depuis ces vingt dernières années un sujet d'actualité (Boutillier, 2010). Son importance réside dans son impact sur le développement économique

et social (Peredo et McLean, 2006), il ajoute de la valeur à la société, offre des solutions aux problèmes sociaux et cherche à accroître la richesse personnelle (Peredo et McLean, 2006). L'entrepreneuriat social génère non seulement de la valeur sociale, mais crée également de l'emploi et de la richesse. Le processus de l'entrepreneuriat social provient d'une mission personnelle : le désir de déclencher un changement ou une transformation sociale (Yunus 2007). En poursuivant des objectifs matériels, les entrepreneurs sociaux ont pour mission d'apporter une contribution profonde à la société. D'où l'importance et la nécessité d'étudier ce processus qui ne commence pas avec la création d'entreprise, mais bien avant, lorsqu'un individu fait le choix de s'engager dans une démarche visant à créer une organisation (Reynolds, 2005). Cette étape renvoie à la phase « d'émergence organisationnelle » (katz et Gartner, 1988) ou « d'entrepreneuriat naissant » (Reynolds et al., 1994).

L'étude de la formation des intentions d'entrepreneuriat social est importante pour plusieurs raisons. Premièrement, l'entrepreneuriat social est un moteur d'innovation et de changement dans la société (Moss, Lumpkin et Short 2008), ce qui accélère le développement de l'humanité. Deuxièmement, étant donné que l'entrepreneuriat social est devenu un courant important dans la pratique et la recherche (Mair, Robinson et Hockerts, 2006), nous nous devons comprendre ses antécédents. Troisièmement, l'entrepreneuriat social est un processus central par lequel les nouvelles connaissances sont converties en produits et services qui favorisent le double avantage social et économique (Boschee et McClurg 2003; Kirzner 1997; Schumpeter 1934; Shane et Venkataraman 2000).

Le Maroc connaît depuis déjà quelques années des mutations sociales profondes (transition démographique, changements culturels, ...) ayant favorisé l'émergence de nouveaux besoins tels que la prise en charge des personnes âgées, des personnes handicapées, des enfants abandonnés, etc., un domaine prisé par l'économie sociale et solidaire fondée sur les valeurs d'entraide et de solidarité et d'innovation sociale<sup>3</sup>. Cette économie a bénéficié lors de cette dernière décennie de financements des milliers de projets sociaux dans le cadre de plusieurs initiatives étatiques d'envergure, mais les réalisations sont loin de tous les objectifs initiaux<sup>4</sup>. S'ajoutant à cela un chômage urbain endémique, particulièrement chez les jeunes diplômés, qui fragilise profondément l'économie marocaine et menace sérieusement la stabilité et la paix sociale du pays. Dans le cadre du développement économique local, il est souhaitable de générer de nouvelles formes de développement économique afin de favoriser les objectifs de développement locaux (Boucher, Favreau, Guindon et Hurtubise, 2000; Thompson, Alvy et Lees, 2000). Dans ce contexte, une forme particulière d'entrepreneuriat présente une avenue intéressante (Henton, Melville et Walesh, 1993) pouvant servir à la création de nouveaux postes d'emploi et à la promotion des activités décentes et génératrices de revenus.

Au Maroc, l'intérêt pour l'entrepreneuriat social se manifeste progressivement mais lentement. Sans nul doute, il s'agit d'un concept prometteur dans l'atteinte des objectifs sociaux et de développement économique local (Brinckerhoff, 2000).

## **Cadre théorique**

La formation de l'intention est un sous-domaine bien établi de la psychologie qui a été transféré et appliqué avec succès au domaine de l'entrepreneuriat (Douglas et Shepherd, 2002). Les intentions à l'égard d'un comportement intentionnel sont absolument essentielles

---

<sup>3</sup> Stratégie Nationale pour le développement de l'Economie Sociale et Solidaire 2010-2020.

<sup>4</sup> Rapports de l'Observatoire National du Développement Humain.

pour comprendre les antécédents, les corrélations et les conséquences de ce comportement (Ajzen, 1987; Ajzen et Fishbein, 1980). En particulier, les intentions entrepreneuriales sont cruciales pour comprendre le processus global de l'entrepreneuriat parce que les intentions définissent les caractéristiques initiales clés des nouvelles organisations (Bird, 1988; Katz et Gartner, 1988; Krueger & Carsrud, 1993). Bird (1988) a été l'un des premiers auteurs à souligner l'importance des intentions dans l'étude des phénomènes entrepreneuriaux, affirmant qu'ils sont essentiels pour distinguer l'activité entrepreneuriale de la gestion stratégique. Dès lors, Comprendre quelles interventions peuvent réellement influencer sur la probabilité qu'un comportement d'entrepreneur social se produise, constitue une tâche cruciale pour les chercheurs en entrepreneuriat social (Hockerts, 2015). Pour cela, il est capital d'identifier quelles variables prédisent un tel comportement.

Les modèles basés sur l'intention, orientés vers la théorie et les approches par processus, représentent une analyse directe du comportement de l'entrepreneuriat. Ils fournissent des indications sur la manière dont les décisions sont prises pour la création d'une nouvelle entreprise avant d'examiner les opportunités pratiques offertes à l'individu (Low & MacMillan, 1988).

De ce fait, La plupart des auteurs conviennent que pour déclencher l'intention ou la décision d'agir, des facteurs situationnels ou des événements précipitant interagissent avec des variables individuelles (Learned, 1992). Les principaux facteurs individuels discutés en tant qu'antécédents d'intentions entrepreneuriales sont la personnalité, les antécédents, les dispositions et la proactivité, qui représentent des traits ou des caractéristiques plutôt stables (Bird, 1988; Krueger, 1993).

Si les cadres théoriques utilisés pour étudier la création d'entreprise restent variés, les modèles d'intention présentent en effet l'avantage de prendre en compte l'hétérogénéité des situations rencontrées et l'aspect processuel du phénomène (Bird et Jelinek, 1988 ; Dvidsson, 2005), offrent ainsi des perspectives de recherche prometteuses (Kruguer, 2007). En conséquence, nous avons choisi d'adosser cette recherche à deux modèles largement acceptés chacun dans leur domaine respectif à savoir la psychologie sociale et l'entrepreneuriat : le modèle d'ajzen (1987 ; 1991), la théorie du comportement planifié, qui, simple et robuste, permet de mieux appréhender le processus entrepreneurial (Kruguer, 1993) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et sokol (1982), formulé neuf ans avant la TCP (Ajzen, 1991), qui souligne l'importance de la préférence de l'entrepreneuriat plutôt que d'une autre activité ou profession (Emin, 2004).

## Méthodologie de la recherche

Notre volonté est de concevoir et de tester un modèle fondé sur l'intention entrepreneuriale, ce modèle décrit et explique, dans une optique multidimensionnelle, cette phase-amont du processus entrepreneurial. La plupart des modèles utilisés pour l'étude de l'intention entrepreneuriale, reposent sur un système d'hypothèses, d'où notre démarche qui est donc hypothético-déductive à caractère rétrospectif pour opérationnaliser les hypothèses tirées de la littérature, du terrain et notamment des résultats fournis par une étude qualitative exploratoire, et cela sous forme des entrevues et des consultations des experts en entrepreneuriat social qui nous permettra d'ailleurs de mieux comprendre comment cette intention est conçue. Ce type d'approche nous oblige à conceptualiser les variables explicatives retenues dans le modèle. Pour chaque variable introduite, nous formalisons notre réflexion en présentant un corps d'hypothèses traduisant le rôle de ces variables dans la présente recherche.

Pour cibler l'étude des intentions qui se transforment réellement en actions, nous nous intéressons singulièrement aux entrepreneurs sociaux déjà en activité. L'échantillon retenu serait composé d'entrepreneurs sociaux actifs et engagés dans divers domaines d'entrepreneuriat social, des personnes qui de fait de leur implication dans des entreprises et des projets sociaux, pourraient être présumées avoir des intentions pertinentes pour l'entrepreneuriat social. En effet, les questionnaires seront administrés par voie électronique (courriel et internet) entre janvier et février 2020 auprès des entrepreneurs sociaux de la région Rabat-Casablanca. Les items à utiliser seront développés à partir de la littérature sur l'intention entrepreneuriale.

Après la vérification de la pertinence des données collectées (test de fiabilité et de validité) basée sur le coefficient d'alpha de Cronbach, nous passerions aux tests de validation qui confirment ou infirment les hypothèses de recherche développées. La régression linéaire multiple est choisie comme méthode statistique pour analyser les données en raison du double avantage, l'un méthodique et l'autre axé sur le contenu. Sur le plan méthodique, la régression linéaire permet d'utiliser des données métriques, tant pour la variable explicative qu'à expliquer (Backhaus et al., 2003). Dans le cas de nos données, cela reviendrait à l'utilisation des échelles de Likert. Au niveau du contenu, la régression linéaire est une méthode statistique utilisée pour confirmer des relations de causalité hypothétiques, plutôt que de les découvrir (Backhaus et al., 2003). Lorsqu'on a plus d'une variable explicative, on parle de régression linéaire multiple (Backhaus et al., 2003).

La régression linéaire multiple a pour fonction de décrire et d'expliquer les relations entre les variables explicatives et dépendantes, où une relation de cause à effet est supposée (Backhaus et al., 2003). L'application de la régression linéaire multiple est la méthode la plus répandue pour tester les hypothèses de la théorie du comportement planifié ACP dans la recherche sur l'entrepreneuriat (pour quelques exemples, voir Autio et al., 2001; Goethner et al., 2009; Kolvereid&Isaksen, 2006; Ruhle et al., 2010; Singh et DeNoble, 2003). C'est donc l'outil idéal pour analyser les hypothèses développées sur la formation d'intention d'entrepreneuriat social.

## **Résultats envisagés**

A partir de cette recherche, notre objectif serait d'essayer de mettre l'accent sur les facteurs spécifiques qui conduiront à une montée de l'entrepreneuriat social. D'un côté, nos résultats devraient être appliqués pour favoriser l'activité d'entrepreneuriat social au Maroc et de l'autre côté, ils pourraient servir de tremplin pour une meilleure compréhension de la façon dont le gouvernement marocain peut élaborer des programmes adéquats au développement de l'esprit à la fois social et entrepreneurial.

## **Conclusion**

Nous situons l'ambition de notre recherche à un double niveau, théorique et pratique. Sur le plan théorique, cette thèse est une étude approfondie de la formation d'intention d'entrepreneuriat social. À ce jour, l'intention d'entrepreneuriat social n'a pas été étudiée en détail. Bien que Mair et Noboa (2006) aient développé un premier modèle de formation de l'intention d'entrepreneuriat social, ce modèle n'a pas été validé empiriquement. Ce qui nous pousse à explorer les facteurs qui pourraient se révéler utiles pour promouvoir les activités

d'entrepreneuriat social au Maroc, d'élaborer un modèle de l'intention entrepreneuriale, et de contribuer par son test à l'organisation, à l'accumulation et au développement des connaissances pour mieux éclairer le cheminement du processus menant à la création d'entreprise sociale. Ce qui pourrait orienter les recherches futures dans le domaine de l'entrepreneuriat social.

Sur le plan pratique, notre recherche vise, à travers la compréhension des antécédents des intentions d'entrepreneuriat social, à outiller les décideurs, les professeurs, les consultants pour travailler avec les individus qui cherchent à choisir l'entrepreneuriat social comme carrière professionnelle, et d'autre part, consiste à aider les enseignants à promouvoir des activités entrepreneuriales au niveau universitaire afin de développer des compétences qui répondent aux besoins sociaux de la société et non pas seulement aux besoins du marché. Ensuite, ce cadre donne une vue d'ensemble des facteurs susceptibles de contribuer au succès de l'entrepreneur social potentiel. Par conséquent, les politiques publiques, les programmes d'enseignement et de formation, les incubateurs visant à encourager et à accompagner les individus à devenir des entrepreneurs sociaux seront plus orientés et plus efficaces. Car, en l'absence d'une meilleure compréhension empirique des antécédents d'intentions entrepreneuriales, tous les efforts risquent de manquer les résultats souhaités.

## Bibliographie:

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology* 20: 1-63.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (2), 179-211.
- Audet, J. (2004). L'impact de deux projets de session sur les perceptions et intentions entrepreneuriales d'étudiants en administration. *Journal des petites entreprises et de l'entrepreneuriat (JSBE)*, 10 (1-2), 3-16.
- Austin, J. (2006). Three avenues for social entrepreneurship research. In J. Mair, J. A. Robinson & K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp. 22-33). New York: Palgrave Macmillan.
- Austin, J., H. Stevenson, and J. Wei-Skillern. 2006. "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?" *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (1): 1-22.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise & Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2003). *Multivariate analysis methods - an application-oriented introduction*. Berlin: Springer.
- Bird, B. J. (1988), "Implementing Entrepreneurial Ideas: The case for intention," *Academy of Management Review* 13(3): 442-461.
- Bird, B. et M. Jelinek (1988), « The operation of entrepreneurial intentions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, no 2, p. 21-29.
- Boddice, R. (2009). Forgotten antecedents: entrepreneurship, ideology and history. In R. Ziegler (Ed.), *An Introduction to Social Entrepreneurship - Voices, Preconditions, Contexts* (pp. 133-152). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Boissin, J.P. et Emin, S. (2006). Les étudiants et l'entrepreneuriat : l'effet des formations. *Conférence Internationale de management stratégique, Annecy/Genève*. 13-16 Juin.

- Boschee, J., and J. McClurg. (2003). "Toward a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions." [www.se-alliance.org/better\\_understanding.pdf](http://www.se-alliance.org/better_understanding.pdf).
- Boucher, L, Favreau, L., Guindon, G. et Hurtubise, L. (2000), Développement local, organisation communautaire et économie sociale. Une recension des écrits. (1990-2000), Université du Québec à Hull, Chaire de recherche en développement communautaire (CRDC) - document de travail, automne, 53p.
- Boutillier, S., (2010), Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social? *Marché et Organisations*. 107-125.
- Brinckerhoff, P. (2000), *Social Entrepreneurship: The Art of Mission-Based Venture Development*, New York, John Wiley & Sons.
- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, 51(4), 267-271.
- Corner, D. P., and M. Ho. 2010. "How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 34 (4): 635\_659.
- Davidsson, P. (2005), « Method issues in the study of venture start-up processes », dans A. Fayolle, J. Ulijn et P. Kyrö (dir.), *Entrepreneurship Research in Europe : Outcomes and Perspectives*, Cheltenham, Edward Elgar, p. 35-54.
- Douglas, E. J., and D. Shepherd. 2002. "Self-Employment As a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization." *Entrepreneurial Theory and Practice* 26 (3): 81-90.
- Emin, S. (2004). Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d'intention. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3 (1), 1-20.
- Forster, F., & Grichnik, D. 2013. Why Social Entrepreneurs Act - The Intention Formation of Corporate Volunteers. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2): 153-181.
- Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2009). Approaching theagora - Determinants of scientists' intentions to pursue academic entrepreneurship [Jena Economic Research Papers - 2009 - 079]. Jena: Friedrich Schiller University and the Max Planck Institute of Economics
- Henton, D., Melville, J. et Welsh, K. (1997), *Grassroots Leaders for a New Economy: How Civic Entrepreneurs Are Building Prosperous Communities*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
- Hockerts, K. 2015. "The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): A Validation Study." *Social Enterprise Journal* 11 (3): 260-280.
- Johnson, B.: (2005), 'Overcoming "Doom and Gloom": Empowering Students in Courses on Social Problems, Injustice and Inequality', *Teaching Sociology* 33(1), 44-58.
- Katz, J. A. and W. B. Gartner (1988), "Properties of Emerging Organizations," *Academy of Management Review* 13(3): 429-441.
- Kirzner, I. (1997). "Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach." *Journal of Economic Literature* 35 (1), 60-85.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and practice*, 20(3), 47-56.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Krueger, N. (1993). Impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N.F. (2007), « What lies beneath? The experiential nature of entrepreneurial thinking », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, no 1, p. 123-138.
- Krueger, N. F., and A. Carsrud. (1993). "Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior." *Entrepreneurship and Regional Development* 5, 315-30.
- Krueger, N. F., Jr., M. D. Reilly, and A. L. Carsrud. (2000). "Competing Models of Entrepreneurial Intentions." *Journal of Business Venturing* 15 (5/6), 411-432.



- Krueger, N., D. J. Hansen, T. Michl, and D. H. B. Welsh. 2011. "Thinking 'Sustainably': The Role of Intentions, Cognitions, and Emotions in Understanding New Domains of Entrepreneurship." In *Social and Sustainable Entrepreneurship*, edited by G. T. Lumpkin and J. Katz, 275-309. Bingley: Emerald.
- Learned, K. E. (1992), "What Happened Before the Organization? A Model of Organization Formation," *Entrepreneurship Theory and Practice*(Fall).
- Lee, L., P. K. Wong, M. D. Foo, and A. Leung. (2011). "Entrepreneurial Intentions: The Influence of Organizational and Individual Factors." *Journal of Business Venturing* 26: 124-136.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- Mair, J. 2006. "Introduction to Part II – Exploring the Intentions and Opportunities Behind Social Entrepreneurship." In *Social Entrepreneurship*, edited by J. Mair, J. Robinson, and K. Hockerts, 89-94. New York: Palgrave MacMillan.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Mair, J., & Noboa, E. 2006. Social Entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social Entrepreneurship*: 121-136. New York: Palgrave MacMillan.
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social entrepreneurship*(p. 3). (Eds.) New York: Palgrave Macmillan.
- McGee, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L. and Sequeira, J.M. (2009), "Entrepreneurial SelfEfficacy: Refining the Measure", *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 33, no. 4, pp. 965-988.
- Peredo, A.M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41, 56-65.
- Peattie, K., & Morley, A. (2008). Eight paradoxes of the social enterprise research agenda. *Social Enterprise Journal*, 4(2), 91-107.
- Reynolds, P.D. (2005), « Understanding business creation: serendipity and scope in two decades of business creation studies », *Small Business Economics*, vol. 24, no 4, p. 359-364.
- Reynolds, P.D., D. Storey et P. Westhead (1994), « Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates », *Regional Studies*, vol. 28, no 4, p. 443-456.
- Robinson, J. A., Mair, J., & Hockerts, K. (2009). Introduction. In J. A. Robinson, J. Mair & K. Hockerts (Eds.), *International perspectives on social entrepreneurship* (pp.1-6). Houndsmill: Palgrave Macmillan.
- Ruhle, S., Mühlbauer, D., Grünhagen, M., & Rothenstein, J. (2010). The heirs of Schumpeter: an insight view of students' entrepreneurial intentions at the Schumpeter School of Business and Economics [Schumpeter Discussion Papers - 2010-004]. Wuppertal: University of Wuppertal, Schumpeter School of Business and Economics.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Seelos, C., & Mair, J. (2009). Hope for sustainable development: how social entrepreneurs make it happen. In R. Ziegler (Ed.), *An introduction to social entrepreneurship - Voices, preconditions, contexts* (pp. 228-246). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Shane, S., and S. Venkataraman. 2000. "The Promise of Entrepreneurship As a Field of Research." *Academy of Management Review* 25 (1), 217-26.
- Shapiro, A. et Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton et K. Vesper (Éd.) *The encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 72-90.
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161-194.

- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Views on self-employment and personality: an exploratory study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3), 265-281.
- Tchakev, A. et Kolvereid, L. (1999), « Motivation structure and entrepreneurial intentions ». *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.
- Thompson, J., Alvy, G. et Lees, A. (2000), "Social entrepreneurship - a new look at the people and the potential", *Management Decision*, vol. 38, no 5, p.328-338.
- Tounés A. (2006). « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *la revue des sciences de gestion*, No. 219, pp. 57-65.
- Venkataraman, S. 1997. "The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research." In *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, edited by J. Katz, Vol. 3, 119–138. Greenwich, CT: JAI Press.
- Yunus, M. (2007). *Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism* (1st ed.). United States: PublicAffairs.
- Zahra, S. A., H. N. Rawhouser, N. Bhawe, D. O. Neubaum, and J. C. Hayton. (2008). "Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities." *Strategic Entrepreneurship Journal* 2 (2): 117–131.
- Zeyen, Anica, Markus Beckmann, Susan Mueller, J. Gregory Dees, Dmitry Khanin, Norris Krueger, and Patrick J. Murphy, et al. (2012). "Social Entrepreneurship and Broader Theories: Shedding New Light on the 'Bigger Picture.'" *Journal of Social Entrepreneurship* no. August 2015, 1–20.