



LES INFLUENCES PERÇUES DU COLLECTIF SUR L'ENGAGEMENT  
ENTREPRENEURIAL DES ETUDIANTS. UNE APPROCHE PROCESSUELLE,  
DYNAMIQUE ET COLLECTIVE DU CHAMP DE L'ENTREPRENEURIAT.

---

Quentin LAMBERT  
*sous la direction de*  
Jean-Philippe BOOTZ

Master 2 Management et Administration des Entreprises,  
mention Entrepreneuriat

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## REMERCIEMENTS

Si l'entrepreneuriat s'avère être un acte socialement construit, qu'en est-il de ce présent travail ?

Cette démarche n'aurait pu être conduite sans la disponibilité, le soutien et les conseils de mon directeur de mémoire. Je tiens à adresser ma plus sincère gratitude à Jean-Philippe Bootz pour la confiance qu'il m'accorde, confiance qui constitue à mes yeux le principal moteur de ce travail.

Mes remerciements vont également à Didier Grandclaude qui a su, au travers d'une implication et d'un engagement pour lesquels je lui témoigne toute ma reconnaissance, m'aiguiller dans la complexité du champ de l'entrepreneuriat.

Je souhaite adresser à Didier Wehrli mes chaleureux remerciements. Ces cinq années durant, il n'a eu de cesse de créer le terrain favorable au déploiement de mes projets.

Ce travail repose sur le soutien de l'École de Management de Strasbourg qui, depuis ma première année de Bachelor Affaires Internationales, me forme, me conseille, et m'accompagne dans mes aspirations.

Merci à Marion, à Cathy, à Katrin, à Andrea et à Grégory de m'avoir ouvert leurs portes, écouté et guidé. La collaboration avec les principales structures strasbourgeoises œuvrant pour l'accompagnement d'étudiants entrepreneurs a permis de conduire ce travail.

Je remercie enfin l'ensemble des étudiants entrepreneurs avec qui j'ai eu la chance de m'entretenir, dans le cadre de cette recherche ou ailleurs. Ils sont, à mes yeux, la matérialisation de cette formidable capacité qu'a la jeunesse à imaginer, à créer et à développer les réponses aux enjeux d'aujourd'hui et de demain.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE .....</b>	<b>5</b>
<b>CHAPITRE 1 : REVUE DE LITTÉRATURE.....</b>	<b>20</b>
<b>1. L'entrepreneuriat comme processus .....</b>	<b>22</b>
1.1. <i>L'intention entrepreneuriale, un prédicteur du comportement ? .....</i>	<i>23</i>
1.2. <i>Entreprendre, un acte motivationnel, volitionnel et collectif?.....</i>	<i>27</i>
<b>2. Entreprendre, ou l'art du faire ensemble .....</b>	<b>29</b>
2.1. <i>L'équipe entrepreneuriale : d'une perception individuelle à collective de l'efficacité ?.....</i>	<i>30</i>
2.2. <i>Les espaces collaboratifs, des catalyseurs de l'engagement entrepreneurial ?.....</i>	<i>33</i>
<b>Conclusion du chapitre 1 .....</b>	<b>40</b>
<b>CHAPITRE 2 : CHOIX MÉTHODOLOGIQUES, ÉPISTÉMOLOGIQUES ET PRÉSENTATION DU TERRAIN .....</b>	<b>43</b>
<b>1. Choix épistémologiques et méthodologiques.....</b>	<b>45</b>
1.1. <i>Les choix épistémologiques.....</i>	<i>45</i>
1.2. <i>Les choix méthodologiques .....</i>	<i>48</i>
<b>2. Présentation du terrain de recherche .....</b>	<b>49</b>
2.1. <i>Périmètre de l'étude, dimensions et unité d'analyse .....</i>	<i>49</i>
2.2. <i>Présentation du triptyque de matériaux de recherche.....</i>	<i>54</i>
<b>Conclusion du chapitre 2 .....</b>	<b>68</b>
<b>CHAPITRE 3 : RESULTATS DE LA RECHERCHE.....</b>	<b>69</b>
<b>1. Les éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants .....</b>	<b>71</b>
1.1. <i>La construction de l'intention entrepreneuriale des étudiants .....</i>	<i>71</i>
1.2. <i>De l'intention d'entreprendre à l'engagement .....</i>	<i>79</i>
1.3. <i>Synthèse des éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants .....</i>	<i>91</i>
<b>2. Les éléments constitutifs des représentations de l'entrepreneuriat collectif des étudiants .....</b>	<b>93</b>
2.1. <i>Les équipes entrepreneuriales .....</i>	<i>93</i>

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

2.2. <i>Les communautés d'entrepreneurs au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial.....</i>	97
2.3. <i>Synthèse des éléments constitutifs des dynamiques collectives des étudiants .....</i>	113
<b>Conclusion du chapitre 3 .....</b>	<b>115</b>
<b>CHAPITRE 4 : DISCUSSION ET CONCLUSION GÉNÉRALE .....</b>	<b>117</b>
<b>1. Discussion .....</b>	<b>119</b>
1.1. <i>Les dimensions d'analyse des éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale .....</i>	119
1.2. <i>Les dimensions d'analyse des éléments constitutifs de l'entrepreneuriat collectif .....</i>	123
<b>2. Conclusion générale .....</b>	<b>128</b>
2.1. <i>Synthèse générale.....</i>	128
2.2. <i>Contributions, limites et perspectives .....</i>	132
<b>Références bibliographiques .....</b>	<b>136</b>
<b>Annexes .....</b>	<b>157</b>

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

---

### L'entrepreneuriat, un terme aux enjeux multiples

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Cette recherche naît au 16 rue de Leicester, dans les locaux de La Ruche à Projets, l'incubateur de l'École de Management de Strasbourg. Avoir contribué à la restructuration de la maquette pédagogique du centre entrepreneurial, ainsi qu'à l'accompagnement de près de 200 étudiants entrepreneurs depuis 2019 a fait émerger en nous deux constats.

Le premier témoigne de l'engouement de la part des étudiants pour l'entrepreneuriat. Très concrètement, La Ruche à Projets augmente de 50% sa capacité d'accompagnement en avril 2021 en comparaison à avril 2020, du fait d'un nombre toujours croissant d'étudiants s'essayant à l'entrepreneuriat.

Le second souligne la difficile conversion d'une idée en projet, et d'un projet en actions tangibles. Si le nombre d'étudiants poussant les portes de l'incubateur et participant aux premiers ateliers est croissant, force est de constater qu'un volume significatif de projets est stoppé en pleine période d'accompagnement.

De ces constats émerge la volonté de l'École de Management de Strasbourg de proposer, en soutien à La Ruche à Projets, un parcours diplômant d'accompagnement entrepreneurial au travers du Diplôme Universitaire Jeune Entrepreneur<sup>1</sup>. Cette nouvelle formation vise à se positionner en catalyseur du parcours entrepreneurial des étudiants, en intervenant sur les phases de conversion de l'intention entrepreneuriale à l'engagement effectif de l'entrepreneur dans le développement de son projet.

Nous avons, sur cette année universitaire 2020-2021, participé à l'élaboration de la feuille de route du Diplôme Universitaire Jeune Entrepreneur afin d'accueillir dès septembre 2021 les premiers étudiants. Un travail de concertation avec les entrepreneurs a ainsi été engagé afin d'appréhender les mécanismes retenus dans le cadre du développement de leur projet, tout en cherchant à relever des leviers permettant de faciliter leur parcours entrepreneurial.

Le présent travail émerge des concertations entreprises avec les étudiants, dont les éléments constitutifs alimentent des enjeux sociaux et académiques plus larges.

---

<sup>1</sup> Les éléments constitutifs du diplôme universitaire Jeune Entrepreneur sont proposés en annexe n°1

## *"La France devient un pays d'entrepreneurs"*

---

Tel est le titre de la tribune de Béatrice Madeline pour le Monde<sup>2</sup> le 15 janvier 2020. Avec une hausse de près de 18% du nombre de création d'entreprises en comparaison à 2018, l'année 2019 bat tous les records de la décennie. Encouragé par la vague américaine des *makers* et autres *slashers*, l'entrepreneuriat intéresse, interroge et fait débat. Au regard des 15 millions d'entrepreneurs potentiels sur le sol français en 2020<sup>3</sup>, les pouvoirs publics orientent leur politique en faveur de la création d'entreprises. Au-delà d'une simple perspective professionnelle, ce choix de carrière est présenté comme un levier de lutte contre le chômage et de compétitivité des territoires.

Le plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises (PACTE) matérialise cette volonté de l'État français d'accompagner les créateurs, quelle que soit l'étape de développement concernée. Les principales problématiques soulevées par la loi PACTE sont de l'ordre des complexités administratives et légales qui façonnent l'image de la création d'entreprises en France. Lever ces barrières c'est, selon Bruno Le Maire, garantir à la France sa position de leader en matière d'innovation<sup>4</sup>.

Simplifier les démarches afin d'augmenter le volume de créations pour, à terme, favoriser la croissance, tels semblent être les maîtres mots des décideurs publics à l'égard de l'entrepreneuriat.

Mais concrètement, pourquoi ces influences étatiques ?

---

<sup>2</sup> [https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/01/15/la-france-devient-un-pays-d-entrepreneurs\\_6025952\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/01/15/la-france-devient-un-pays-d-entrepreneurs_6025952_3234.html)

<sup>3</sup> Sondage Opinion Way pour le salon des entrepreneurs : <https://www.salondesentrepreneurs.com/content/a6d5b330-9564-4abe-bed6-d4e993199a51/Baromètre-Opinion-Way-2020.pdf>

<sup>4</sup> <https://www.economie.gouv.fr/loi-pacte-croissance-transformation-entreprises>

S'il est vrai que les français répondent à l'intention d'entreprendre la plus significative depuis le début du XXI<sup>e</sup> siècle<sup>5</sup>, force est de constater que cette dernière ne se traduit pas nécessairement en une création effective d'entreprise. Bien que l'attractivité perçue de l'hexagone soit en forte croissance depuis 2013, et que la culture française encourage la création d'entreprises, comment expliquer que seuls 20% des 13 millions de candidats à l'entrepreneuriat en 2018<sup>6</sup> engagent les premières démarches pour convertir leur idée en projet ?

Intervenir sur l'esprit d'entreprendre constitue l'une des pistes explorées par le gouvernement français. Cet esprit se cultive, certes tout au long d'une vie, mais aussi et surtout dans nos universités. Capitaliser sur les étudiants, telle est la voie empruntée afin de maximiser le taux de création d'entreprises. C'est ainsi que se développe le plan Esprit d'entreprendre qui se matérialise par le déploiement de 31 pôles étudiants pour le transfert de l'innovation et de l'entrepreneuriat (PÉPITE) depuis 2013. Très concrètement, c'est plus de 120 000 étudiants qui ont suivi en 2019 un programme de sensibilisation à l'entrepreneuriat<sup>7</sup>. Couplées aux traditionnelles missions de formation et de recherche, celles de l'innovation et de l'entrepreneuriat s'indexent peu à peu aux universités françaises, si bien que la terminologie « *université entrepreneuriale* » émerge<sup>8</sup>.

Cette transition amorcée par les pouvoirs publics est rapidement mobilisée par la sphère académique.

---

<sup>5</sup> <https://www.gemconsortium.org/data>

<sup>6</sup> [https://bpifrance-creation.fr/system/files/Analyse\\_IEF\\_2018C.pdf](https://bpifrance-creation.fr/system/files/Analyse_IEF_2018C.pdf)

<sup>7</sup> <https://www.lopinion.fr/edition/economie/frederique-vidal-l-entrepreneuriat-etudiant-n-est-pas-mode-lame-fond-221995>

<sup>8</sup> <https://lelab.bpifrance.fr/qui-sommes-nous/nos-partenariats/presentation-du-partenariat-avec-la-chaire-newpic-psb/favoriser-la-creation-d-entreprise-pour-l-innovation-technologique-et-la-deeptech-le-role-des-universites>



## *"Comblant le fossé entre l'intention et l'action entrepreneuriale"*

---

Tel est le titre de l'article proposé par Fayolle & Laffineur en 2017 dans la revue *Entreprendre & Innover*, rendant compte de cette délicate question de la transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement.

Alors que cette même question constitue l'un des principaux axes de recherche en entrepreneuriat (Fayolle & Liñán, 2014), de nombreuses grilles d'analyses sont mobilisées afin d'appréhender l'entrepreneur (Grandclaude & Nobre, 2013). D'une approche économique retenue dans les années 1930 (Schumpeter, 1928), l'entrepreneur a par la suite été étudié sous un prisme ontologique matérialisé par l'approche par les traits (Stevenson & Jarillo, 1990), et plus récemment au travers d'une démarche praxéologique en s'intéressant à ses comportements (Bruyat, 1993). Ces trois principaux courants cadrant le champ de l'entrepreneuriat rendent compte des processus complexes étudiés (Fayolle & Messeghem, 2011).

Si l'écart entre l'intention entrepreneuriale et le passage à l'acte est significatif, il l'est encore plus dans la sphère estudiantine (Fayolle & Laffineur, 2017). Cette considération invite les chercheurs à s'interroger sur les éléments constitutifs de l'agir entrepreneurial (Schmitt & Julien, 2020), champ de recherche principalement articulé autour d'un processus dans lequel l'intention est au cœur. Processus motivationnel et volitionnel (Adam & Fayolle, 2015), l'intention témoigne des représentations de l'individu qui guident ses actions en fonction de ce qu'il pense être la réalité (Bandura, 1988 ; Bruyat, 1993). L'intention revêt ainsi un caractère construit, témoin des besoins, des valeurs, des habitudes et des croyances de l'individu (Krueger & Carsrud, 1993) qui se traduisent par des degrés de désirabilité et de faisabilité quant à l'acte entrepreneurial (Shapiro & Sokol, 1982).

Le concept d'intention est mobilisé afin de traduire l'engagement des individus dans le processus entrepreneurial en fonction de leurs représentations (Shapiro & Sokol 1982 ; Bird 1988 ; Ajzen 1991 ; Krueger & Carsrud 1993). L'intention constitue-t-elle pour autant un prédicteur significatif du comportement ?

Si l'intention est définie comme une variable permettant d'orienter les actions d'un individu (Gollwitzer, 1993), son rôle de prédicteur du comportement ne peut systématiquement être vérifié (Ajzen, 1987). Un engagement réel de la part de l'entrepreneur dans la poursuite de son intention est nécessaire afin de la concrétiser (Gabay-Mariani, 2020). Les éléments constitutifs de l'engagement sont nombreux, et répondent à des croyances individuelles socialement construites. C'est ce même caractère social qui pousse les chercheurs à défaire le mythe de l'entrepreneur solitaire au profit d'une perspective davantage collective de l'entrepreneuriat (Emin & Guibert, 2017). Un engouement croissant est relevé pour l'étude des mécanismes collectifs influençant les trajectoires des projets portés (Germain, 2017).

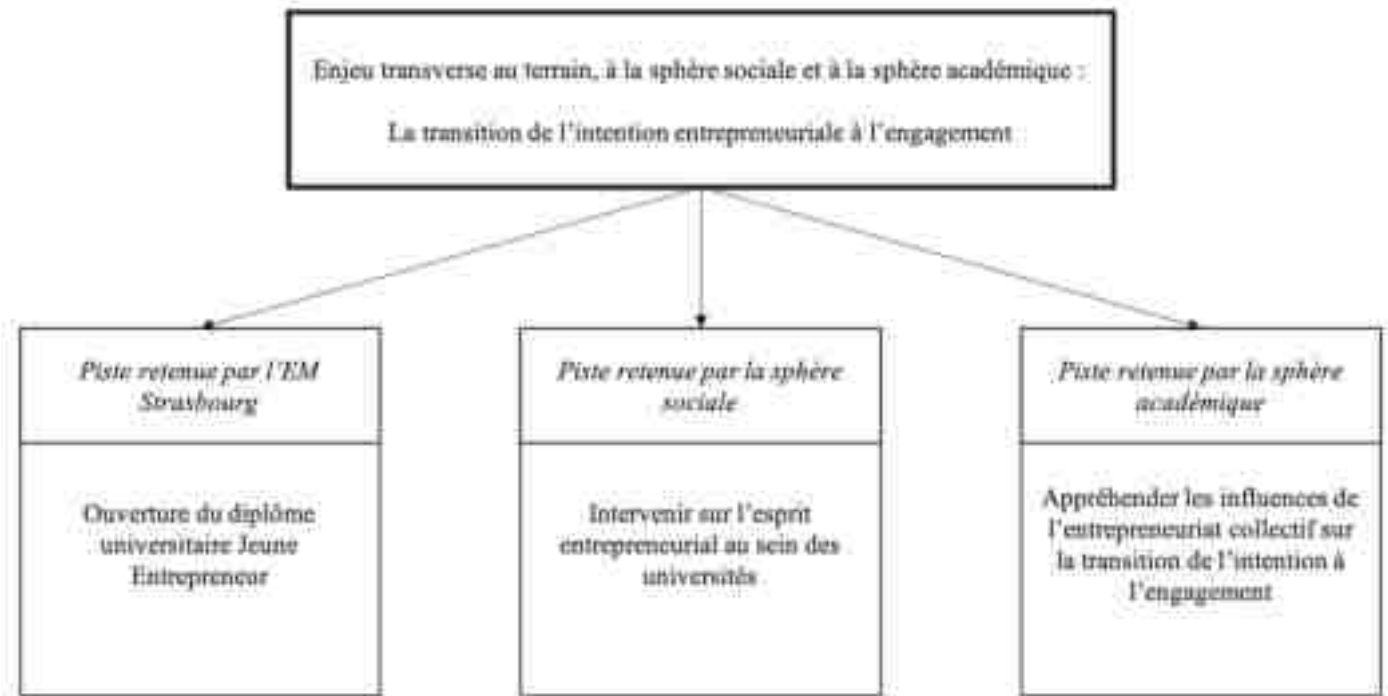
Cette perspective s'inscrit dans le champ de l'entrepreneuriat collectif (Moreau, 2005) qui, au travers de son caractère polysémique (Ben Hafaiedh, 2006), place l'acte entrepreneurial comme le résultat d'influences collectives et sociales (Boncler, Hlady-Rispal, & Verstraete, 2006). Transposé au champ de l'entrepreneuriat étudiant, l'entrepreneuriat collectif est cadré par deux axes de recherche (Emin & Guibert, 2017).

Le premier concerne les équipes entrepreneuriales sous le prisme de leur constitution, trajectoire et performance (Ben Hafaiedh-Dridi & Paturel, 2019). Au travers de la capitalisation des connaissances et des compétences des membres la constituant (Naffakhi, 2011 ; Foliard & Le Pontois, 2017), l'équipe est définie comme une ressource alimentant le processus entrepreneurial (Gueguen, 2013).

Le second s'intéresse aux collectifs d'acteurs engagés dans l'émergence de nouvelles organisations (Moreau, 2006b). Les espaces collaboratifs témoignent de ces synergies entre entrepreneurs, proposant une mutualisation de l'espace, des ressources, des services, des connaissances et des compétences (Ben Salah, 2013 ; Fabbri, et al. , 2016).

Les dimensions saillantes de l'entrepreneuriat collectif proposent des éléments de réponse afin de traduire la performance de certaines organisations existantes (Trividic, 2018). Pour autant, qu'en est-il de leurs influences sur l'engagement de l'entrepreneur dans le processus entrepreneurial ?

En synthèse, la problématique de la transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement identifiée dans le cadre de l'accompagnement des étudiants entrepreneurs de l'École de Management de Strasbourg s'inscrit dans des enjeux sociaux et académiques plus larges, comme en témoigne la Figure 1 :



*Figure 1 - La transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement, un enjeu transverse au terrain, à la sphère sociale et à la sphère académique*

Au regard des pistes explorées par les trois acteurs décrits dans la Figure 1, nous souhaitons proposer des éléments de réponses à la question de la transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement en positionnant le présent travail dans l'objectif suivant :

Appréhender les influences perçues de l'entrepreneuriat collectif sur le processus entrepreneurial des étudiants pour, à terme, actionner des leviers leur permettant de faciliter leur transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement.

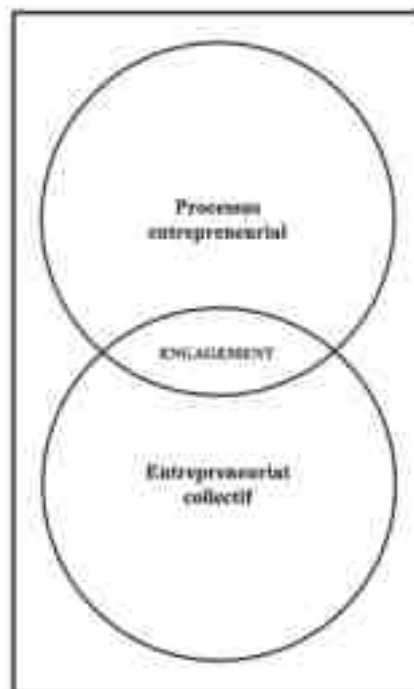
Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Intervenir sur le processus entrepreneurial des étudiants en mobilisant des leviers collectifs correspond à un enjeu de grande ampleur, auquel le présent travail ne saurait répondre seul. Les éléments de réponse proposés dans le présent travail ont comme objectif de se positionner comme point de départ à de futures recherches.

Afin de tendre vers cet objectif, nous posons et visons à répondre à la problématique suivante :

Quelles sont les influences perçues par les étudiants de l'entrepreneuriat collectif sur leur transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement ?

Cette problématique générale ancre notre travail dans l'étude de deux champs de recherche, où le dénominateur commun correspond à la notion d'engagement : le processus entrepreneurial, et l'entrepreneuriat collectif. La Figure 2 reprend cette approche :



*Figure 2 - L'engagement comme dénominateur commun du processus entrepreneurial et de l'entrepreneuriat collectif*

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Afin d'en appréhender les éléments constitutifs, deux dimensions de questions de recherche alimentent la problématique générale.

La première concerne les éléments constitutifs de l'approche processuelle en entrepreneuriat. Quels sont les fondements de l'intention entrepreneuriale ? Quels sont les facteurs intervenant dans le couple intention/engagement ?

La seconde s'intéresse aux piliers de l'entrepreneuriat collectif influençant les premières phases du processus entrepreneurial. Quelles sont les dimensions de l'entrepreneuriat collectif intervenant dans l'engagement entrepreneurial des étudiants ? Quels sont les leviers permettant d'accroître leurs influences sur l'engagement entrepreneurial des étudiants ?

Après avoir présenté le contexte dans lesquels l'objectif de cette recherche ainsi que sa problématique émanent, la section suivante propose de clarifier son positionnement empirique.

## Le positionnement empirique de la recherche

L'objectif affiché de cette recherche nécessite de prendre en considération trois dimensions afin de la positionner empiriquement.

La première dimension est relative à l'entrepreneuriat étudiant. Ce positionnement induit d'approcher des entrepreneurs déclarant une intention entrepreneuriale et portant un projet en parallèle de leurs études. Au regard du facteur temps nécessaire à la transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement (Tounés, 2006), il convient d'étendre le périmètre aux jeunes diplômés<sup>9</sup>, ayant développé leur projet dans le cadre de leurs études et s'étant pleinement engagés à l'issue de ces dernières.

---

<sup>9</sup> Entrepreneurs diplômés depuis moins de deux ans

La seconde dimension concerne la transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement. Cette dimension place cette recherche au sein de la phase d'émergence organisationnelle (Gartner, 1985), en s'intéressant à l'entrepreneur naissant. Il est ici question d'appréhender l'évolution des croyances des étudiants dans les premières phases du processus entrepreneurial. Il apparaît ainsi nécessaire d'étudier les intentions entrepreneuriales au travers de leurs éléments constitutifs tout en intégrant dans l'empirie de ce travail une analyse des premières phases d'engagement de l'entrepreneur.

La troisième dimension représente l'entrepreneuriat collectif. La littérature entrepreneuriale définit ce champ de recherche au travers des équipes entrepreneuriales (Ben Hafaiedh-Dridi & Paturel, 2019) ainsi que des espaces collaboratifs (Naffakhi, 2011 ; Foliard & Le Pontois, 2017). Les équipes entrepreneuriales sont étudiées dans le cadre de ce travail au travers de leur constitution et trajectoire. La notion d'espaces collaboratifs<sup>10</sup> est quant à elle approchée au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial, matérialisant un lieu d'ancrage social où les dynamiques collectives s'apprécient (Pierre & Burret, 2014 ; Fonrouge, 2019). Ces deux notions sont mobilisées dans l'objectif d'analyser leurs bénéfices perçus par les étudiants dans la transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement.

Les trois dimensions cadrant l'objectif de cette recherche permettent d'apporter un éclairage à son positionnement empirique.

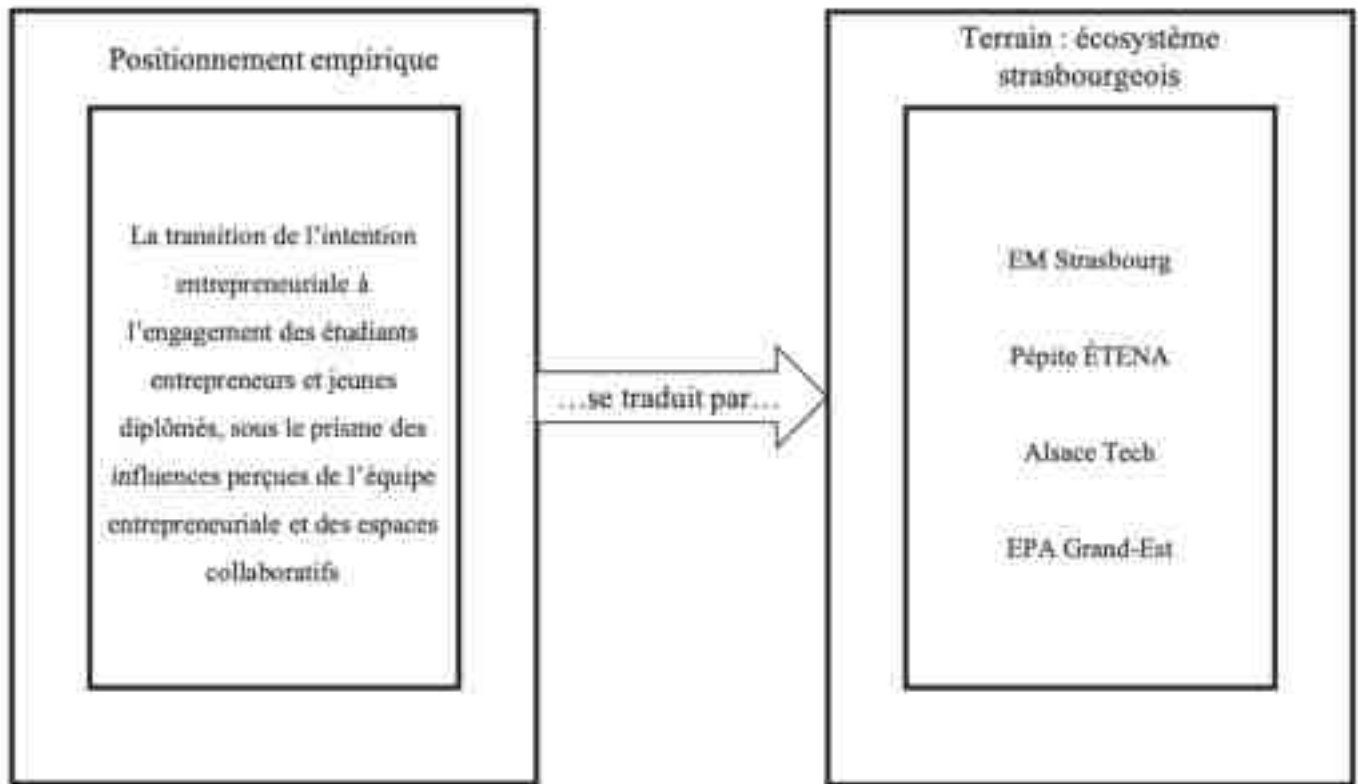
Les étudiants entrepreneurs et jeunes diplômés constituent ainsi le terrain sur lequel les mécanismes de transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement sont appréhendés, sous le prisme des influences perçues de l'équipe entrepreneuriale et des espaces collaboratifs.

Ce positionnement empirique nous invite à mobiliser un terrain de recherche articulé autour de cinq structures d'accompagnement entrepreneurial positionnées au sein de l'écosystème strasbourgeois. La problématique de la transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement à laquelle l'incubateur de l'École de Management de Strasbourg fait face se révèle en effet être transverse aux principaux acteurs œuvrant pour l'entrepreneuriat étudiant au sein de cet

---

<sup>10</sup> Dans le cadre de ce travail, les espaces collaboratifs sont étudiés sous le prisme des codes de la communauté de pratique, notamment au travers des apports de Wenger (1998)

écosystème. Ces acteurs, pour lesquels les principales caractéristiques sont davantage exposées dans le chapitre 2, matérialisent le terrain en fonction du positionnement empirique de cette recherche, comme en témoigne la Figure 3<sup>11</sup> :



*Figure 3 - Matérialisation du terrain en fonction du positionnement empirique de la recherche*

Après avoir présenté l'objectif de la recherche ainsi que son positionnement empirique, la section suivante propose de la situer dans le champ de l'entrepreneuriat.

---

<sup>11</sup> Deux structures sont approchées au sein de l'EM Strasbourg

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Le positionnement de la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat

Le champ de l'entrepreneuriat est principalement abordé au travers de deux approches, celles qualifiées de causales et celles qualifiées de pragmatiques (Grandclaude, 2015).

Dans une approche dite causale, l'acte entrepreneurial répond à une planification de la part de l'entrepreneur sur la base d'une balance coûts/bénéfices (Kraaijenbrink, 2012). Ici, l'individu est doté de rationalité, puisqu'il privilégiera la solidité de son plan d'affaires comme réponse à l'incertitude propre au lancement du projet. L'entrepreneur cherchera ainsi à définir et allouer les ressources les plus efficaces afin d'atteindre un but donné (Silberzahn, 2013).

La rationalité renvoie donc à une logique de structuration de l'intention orientée vers des objectifs déterminés. L'intention d'entreprendre doit ainsi être tournée vers l'action, induisant une planification de la part de l'individu des ressources à allouer pour y parvenir (Gollwitzer, 1993 ; Bird, 1988 ; 1989). Les notions de cognitions et représentations constituent également une dimension centrale dans les modèles cadrant l'approche causale de l'entrepreneuriat. L'individu agit en fonction de ce qu'il pense être la réalité ; ses représentations émanent de son passif, du contexte et de l'environnement dans lequel il vit (Bandura, 1988 ; Bruyat, 1993). Les modèles intentionnels sont ainsi de fait indexés à l'approche causale du champ de l'entrepreneuriat.

La dimension rationnelle de l'entrepreneuriat est réfutée par le courant pragmatique. Ce dernier place une logique contingente au cœur du comportement humain. L'acte entrepreneurial se traduit ainsi par des influences de nombreuses variables, comme les aspirations, les connaissances ou encore les réseaux mobilisés (Sarasvathy & Venkataraman, 2011). Par ailleurs, le haut niveau d'incertitude inhérent au processus entrepreneurial (Perry, Chandler, & Markova, 2012) rend inefficace les stratégies de planification allant au-delà du court terme (Arend, Sarooghi, & Burkemper, 2015).

Cette vision réfute ainsi les liens causaux entre l'allocation des ressources et un objectif donné, affirmant l'impossibilité de prévoir les fluctuations d'un environnement axé sur les contingences (Perry, et al. 2012 ; Arend, et al., 2015).

L'entrepreneur se positionne ainsi au point de départ de l'acte entrepreneurial, qui de par ses connaissances et son réseau, s'engage dans le processus sans qu'une recherche de ressources



complémentaires ne soit engagée (Sarasvathy, 2001 ; Silberzahn, 2013). L'incertitude est par ailleurs minimisée au travers de deux dimensions. Premièrement, un raisonnement en perte acceptable propose à l'entrepreneur de définir en amont de l'acte entrepreneurial ce qu'il est prêt à perdre, plutôt que de se focaliser sur les potentiels rendements de son projet (Sarasvathy, 2003). Deuxièmement, les contingences sont davantage perçues comme des opportunités, invitant l'entrepreneur à tirer parti de ces dernières afin d'améliorer le projet. L'entrepreneur se positionne ainsi comme le chef d'orchestre de son environnement en mobilisant et en développant un réseau de parties prenantes. C'est ce même environnement qui permet d'apporter de nouvelles idées et compétences afin d'actualiser l'orientation du projet (Sarasvathy & Venkataraman, 2011). La logique de création à partir des ressources détenues est ainsi centrale en prônant le fait de « *se débrouiller en appliquant des combinaisons de ressources disponibles à de nouveaux problèmes et opportunités*<sup>12</sup> » (Baker & Nelson, 2003, p.6).

En synthèse, l'antagonisme conceptuel opposant l'approche causale et pragmatique de l'entrepreneuriat se traduit par une perception différente des liens entre la ressource et le but. D'une part, la poursuite d'un but entraîne l'allocation possible d'une multitude de ressources (approche causale) ; d'autre part, la ressource est perçue comme étant le point de départ à l'élaboration de buts multiples (approche pragmatique), comme en témoigne la Figure 4 :

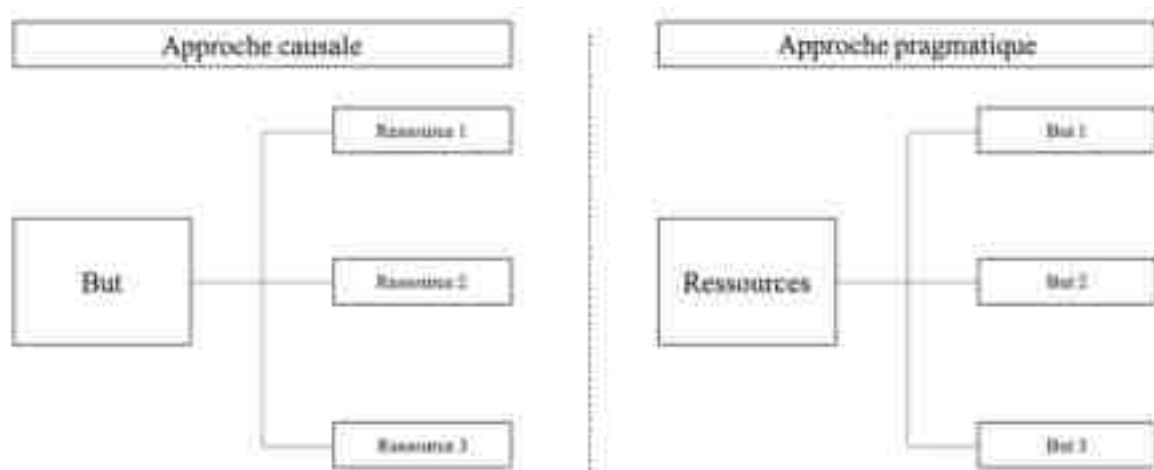
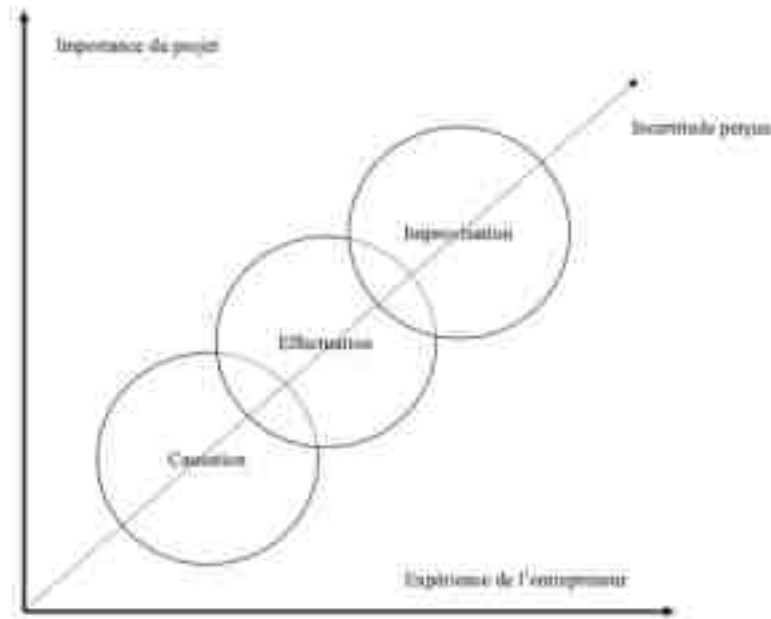


Figure 4 - Différences conceptuelles entre l'approche causale et effectuale, adapté de Silberzahn, (2013)

<sup>12</sup> Notre traduction de l'anglais au français : « *making do by applying combinations of the resources at hand to new problems and opportunities* » (Baker & Nelson, 2005, p.6)

Au-delà des perceptions de l'entrepreneur quant au dialogique ressources/but l'invitant à s'engager dans une approche causale ou pragmatique, le facteur temps conditionne ce positionnement (Schmitt & Julien, 2020) comme en témoigne la Figure 5 :



*Figure 5 – Évolution des pratiques retenues par les entrepreneurs, selon l'importance du projet, l'expérience acquise et l'incertitude perçue, adapté de Schmitt & Julien (2020)*

Selon Schmitt & Julien (2020), l'approche causale de l'entrepreneuriat est préférée par des entrepreneurs peu expérimentés, lorsque des démarches pragmatiques coïncident avec un degré d'expérience plus élevé.

Au regard de la considération selon laquelle l'expérience d'un étudiant se veut être moindre en comparaison à celle d'un autre profil d'entrepreneur (Delanoë-Gueguen, 2015b), cette recherche se positionne dans les approches causales. Ce choix se matérialise notamment par la mobilisation d'une perspective processuelle et intentionnelle de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, les enseignements des modèles inhérents à l'approche pragmatique, et notamment l'effectuation, sont ponctuellement mobilisés.

Après avoir motivé le positionnement de cette recherche dans le courant causal du champ de l'entrepreneuriat, la section suivante expose les quatre chapitres de ce présent travail.

## L'architecture du mémoire

Le présent travail s'articule autour de quatre chapitres.

Le premier propose une revue de littérature du processus entrepreneurial et de l'entrepreneuriat collectif. La notion d'intention est en premier lieu questionnée en s'intéressant à son caractère motivationnel et volitionnel. Cette première analyse met en avant l'ancrage social de l'entrepreneuriat en s'intéressant aux éléments constitutifs de l'intention d'entreprendre. Au travers de cette considération, le champ de l'entrepreneuriat collectif fait l'objet d'une seconde analyse. Cette dernière appréhende la notion d'équipe entrepreneuriale dans un premier temps, puis d'espace collaboratif d'entrepreneurs au travers des communautés de pratique dans un second temps.

Le second chapitre traite des choix épistémologiques et méthodologiques retenus dans ce travail en présentant le terrain de recherche. Un positionnement dans le paradigme interprétativiste est motivé par le souhait d'être au plus proche des représentations des étudiants sans participer à l'élaboration de ces dernières. Au travers d'une méthodologie qualitative par abduction, le terrain de recherche est présenté. Trente entretiens semi-directifs proposés aux étudiants entrepreneurs ainsi que des observations directes et participantes réalisées au sein des cinq structures d'accompagnement entrepreneurial définissent la stratégie de collecte de matériaux dans une approche longitudinale.

Le troisième chapitre présente les résultats de cette recherche. Au travers des représentations du processus entrepreneurial des étudiants, les construits de l'intention d'entreprendre et les dimensions de croyances influençant sa transition vers l'engagement sont analysés. L'étude des perceptions de l'entrepreneuriat collectif rend compte des influences de l'équipe et du collectif d'entrepreneurs sur l'intention entrepreneuriale et l'engagement des étudiants.

Le quatrième chapitre conclut ce travail. En positionnant les résultats de cette recherche au sein des contributions antérieures, des apports managériaux et académiques sont proposés. Les principales limites de l'étude y sont référencées, afin d'ouvrir vers de nouvelles perspectives de recherche.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## CHAPITRE 1 : REVUE DE LITTÉRATURE

---

### De l'entrepreneur solitaire à l'ancrage social de l'entrepreneuriat

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Introduction du chapitre

Ce premier chapitre présente les principaux fondements conceptuels mobilisés dans le cadre de cette recherche au travers de deux objectifs.

Le premier objectif est d'appréhender le champ de l'entrepreneuriat au travers de son caractère processuel. Si les chercheurs s'accordent sur la position centrale de l'intention dans l'adoption d'un comportement, son rôle de prédicteur fait débat.

Quels sont les construits de l'intention ? Quelles sont ses influences ? Ces deux premières questions guident notre réflexion dans l'étude des principaux modèles d'intention entrepreneuriale afin d'en souligner leur caractère motivationnel et volitionnel (§1.1).

La motivation et la volonté des individus suffisent-elles toutefois à prédire leur comportement ? Quels sont les facteurs intervenant dans le couple intention/engagement ? Ces deux questions constituent la trame de la seconde section (§1.2) en s'engageant dans une perspective socialement construite de l'acte entrepreneurial.

Le second objectif répond à la mobilisation d'un prisme collectif pour l'étude du processus entrepreneurial. Alors que les chercheurs soulignent que l'acte entrepreneurial n'est plus l'unique reflet d'une démarche individuelle, les notions d'équipe entrepreneuriale et de collectif d'entrepreneurs occupent une place centrale dans les préoccupations du champ de l'entrepreneuriat.

Quels sont les éléments constitutifs de l'équipe entrepreneuriale ? Quel est son rôle dans le processus entrepreneurial ? Ces deux questions amènent à appréhender le caractère prépondérant de la complémentarité des membres, tout en soulignant le rôle du sentiment collectif d'efficacité dans la transition entre l'intention et l'engagement (§2.1).

Quelles sont les influences des interactions entre les entrepreneurs ? Quels sont les éléments constitutifs permettant ces interactions ? Ces deux questions sont mobilisées en deuxième section (§2.2) dans le cadre d'une lecture croisée entre les espaces collaboratifs et la notion de communauté de pratique, lieux d'ancrage social où les entrepreneurs facilitent leur engagement au travers d'un processus d'apprentissage spécifique.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## 1. L'entrepreneuriat comme processus

L'approche processuelle de l'entrepreneuriat revêt un caractère complexe (Fayolle & Messeghem, 2011), induisant une évolution des comportements de l'individu au travers d'un processus en trois étapes. Premièrement, le déclenchement, témoignant d'une zone de cohérence entre les aspirations de l'entrepreneur, ses perceptions quant à son environnement, ses capacités, ses compétences et ses ressources internes (Bruyat, 1993). Deuxièmement, l'engagement de l'entrepreneur, effectif dès lors qu'il consacre son temps, son argent, son énergie et ses affects à son projet. Enfin, la survie, l'échec ou le développement de l'entreprise, traduisant un point d'équilibre économique marquant la viabilité de la structure (Fayolle, 2012).

L'approche processuelle de l'entrepreneuriat se distingue des approches fonctionnelles et individuelles en deux principaux points (Grandclaude & Nobre, 2013). Premièrement, l'entrepreneuriat est perçu dans cette approche au travers d'un caractère dynamique, évolutif et temporel (Comet, 2011). Deuxièmement, l'intégration de dimensions psychologiques et cognitives dans l'étude de l'entrepreneuriat souligne que les variables principalement mobilisées pour étudier la performance (traits de personnalité, comportements, compétences) sont elles mêmes le reflet d'influences plus larges : l'expérience de l'entrepreneur, sa formation ou encore son environnement familial (Maâlaoui & Germon, 2017).

Appréhender le champ de l'entrepreneuriat nécessite une lecture double. Premièrement, il apparaît nécessaire de s'interroger sur les éléments constitutifs du déclenchement du processus entrepreneurial.

A ce titre, une première section (§1.1) mobilise les cognitions et représentations des individus pour appréhender la construction d'une intention d'entreprendre. La théorie des comportements planifiés (Ajzen, 1991 ; Fishbein & Ajzen, 2010) est mobilisée afin de rendre compte de la position centrale qu'occupe l'intention au sein du processus entrepreneurial.

Deuxièmement, alors que la question de la transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement constitue l'un des principaux challenges du champ de l'entrepreneuriat (Fayolle & Liñán, 2014), une attention particulière est apportée au caractère motivationnel et volitif de l'intention. Les notions d'intention implémentée (Gollwitzer, 1993) et d'auto-efficacité perçue

(Bandura, 1977) sont mobilisées comme grille de lecture de la transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement, afin d'en souligner son ancrage social (§1.2).

### 1.1. L'intention entrepreneuriale, un prédicteur du comportement ?

L'approche processuelle de l'entrepreneuriat définit l'intention comme une variable orientée vers un but (Gollwitzer, 1993), et conditionnée par les cognitions et représentations de l'entrepreneur. Ces dernières cadrent les croyances des individus quant à une action spécifique en déterminant des degrés de désirabilité et de faisabilité (Shapero & Sokol, 1982).

Ces croyances sont au cœur des approches rationnelles de l'entrepreneuriat. Elles guident les individus dans leurs actions en fonction de ce qu'ils pensent être la réalité (Bandura, 1988 ; Bruyat, 1993). L'intention revêt ainsi un caractère construit, témoin des besoins, valeurs, habitudes et croyances de l'individu (Krueger & Carsrud, 1993).

La littérature entrepreneuriale consacre un nombre significatif de travaux sur l'intention entrepreneuriale, au regard des apports de Shapero & Sokol (1982), Bird (1988), d'Ajzen (1991), de Fishbein & Ajzen (2010) ou encore de Krueger & Carsrud (1993). Les modèles proposés par les auteurs permettent de tirer des enseignements sur les construits de l'intention entrepreneuriale au travers des éléments constitutifs des croyances des individus (Tableau 1) :

Modèles	Éléments de définition
L'événement entrepreneurial de Shapero & Sokol (1982)	Le modèle de Shapero & Sokol (1982) définit l'acte entrepreneurial comme résultant d'une intention convertie en engagement par le concours d'un <i>déplacement</i> , un événement positif ou négatif intervenant dans la vie de l'entrepreneur (licenciement, fin d'étude, mariage, ...). Ces événements font naître chez l'individu un degré de désirabilité et de faisabilité quant à l'acte entrepreneurial.
Modèle intentionnel de Bird (1988)	Le modèle de Bird (1988) permet de rendre compte des construits de l'intention entrepreneuriale. Ces derniers sont articulés autour d'influences externes (sociaux, politiques, économiques) et personnels (histoire personnelle, personnalité, capacité). Ces influences sont traitées par le biais d'un processus cognitif et rationnel, permettant de développer une intention d'entreprendre.
Théorie des comportements planifiés d'Ajzen (1991), de Fishbein & Ajzen (2010)	Le modèle d'Ajzen (1991) puis de Fishbein & Ajzen (2010) propose d'étudier l'acte entrepreneurial comme résultant de trois dimensions de croyances : comportementales, normatives et de contrôle. Ces dernières sont définies par des antécédents individuels, sociaux et informationnels, conditionnant le degré d'intention entrepreneuriale de l'individu.
Modèle intentionnel de de Krueger & Carsrud (1993)	Le modèle de Krueger & Carsrud (1993) se positionne au carrefour des apports de Shapero & Sokol (1982) et d'Ajzen (1991). Selon les auteurs, l'acte entrepreneurial se doit avant tout d'être perçu comme désirable et faisable. Ces notions de désirabilité et de faisabilité sont alimentées par des facteurs exogènes à l'individu, qui façonnent une intention d'entreprendre. La conversion de l'intention à l'engagement repose, comme pour Shapero & Sokol (1982), sur un déplacement.

*Tableau 1 - Proposition d'éléments de définition des principaux modèles intentionnels*

Le Tableau 1 permet de rendre compte de la pluralité des modèles intentionnels. La théorie des comportements planifiés d'Ajzen (1991) et de Fishbein & Ajzen (2010) est particulièrement mobilisée dans le champ de l'entrepreneuriat (Emin, 2004) et plus particulièrement dans le champ de l'entrepreneuriat étudiant (Tounés, 2006 ; Boissin, et al. , 2009 ; Fayolle & Laffineur, 2017). Par ailleurs, de nombreuses études en psychologie sociale ou encore en sciences de gestion portant sur l'intention mobilisent la théorie des comportements planifiés (TCP dans la suite de cette recherche) d'Ajzen (1991) et de Fishbein & Ajzen (2010), mettant en évidence la pertinence de ce modèle pour expliquer la plupart des comportements sociaux (Boissin, Chollet, & Emin, 2007).

Au regard de ces considérations, les apports d'Ajzen (1991) et de Fishbein & Ajzen (2010) sont mobilisés dans le cadre de cette recherche, nécessitant de présenter plus en détail le modèle.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



La TCP développée par Ajzen en 1991 se place dans la continuité de la théorie de l'action raisonnée proposée en 1975 par Fishbein & Ajzen.

La TCP propose d'étudier l'adoption d'un comportement comme le résultat d'un construit intentionnel, dont trois dimensions de croyances émanent d'antécédents individuels, sociaux et informationnels.

La première dimension, **les croyances comportementales**, définit **l'attitude de l'individu envers un comportement**. Cette attitude, témoin d'une évaluation personnelle, est le reflet d'une attribution causale entre comportement et résultats.

Une seconde dimension, **les croyances normatives**, définit **la norme sociale**. Cette croyance se construit au travers d'un jugement positif ou négatif qu'adresse la société à l'égard de l'adoption d'un comportement.

La troisième dimension, **les croyances de contrôle**, définit **le contrôle comportemental perçu** de l'individu au travers de deux variables.

Premièrement, ses croyances quant à sa capacité à surmonter les facteurs internes pouvant enrayer l'adoption d'un comportement, comme par exemple un manque de compétences. Ces perceptions sont matérialisées par le **degré perçu d'auto-efficacité** (AEP dans la suite de cette recherche), défini comme la croyance qu'ont les individus quant à leur capacité à réaliser une action spécifique (Bandura, 1977).

Deuxièmement, le contrôle comportemental perçu fait référence à la **contrôlabilité perçue de l'environnement**. Cette dernière fait référence à la croyance qu'a l'individu en sa capacité à agir intentionnellement sur le cours de sa vie et de son environnement au travers d'une posture agentive (Bandura, 1977). Cette posture induit le fait que l'individu se positionne tant comme l'acteur que l'objet des influences environnementales (Carré, 2004).

L'attitude envers le comportement ainsi que la norme sociale constituent des influences directes sur l'intention de l'individu, traduisant sa volonté d'adopter un comportement. La croyance comportementale perçue témoigne également de cette influence directe sur l'intention au travers du degré perçu d'AEP. Le contrôle comportemental perçu, au travers de la contrôlabilité perçue de l'environnement, fait également référence à des influences indirectes, impactant la

transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement. En effet, une intention peut être déclarée, sans que l'ensemble des composantes nécessaires à la poursuite de l'objectif indexé à l'intention ne soit sous le contrôle total de l'individu (Grandclaude, 2015).

Afin d'illustrer l'influence de la contrôlabilité perçue de l'environnement, prenons un exemple. Un étudiant peut déclarer une intention d'entreprendre, s'en sentir capable, tout en persevant le fait qu'un financement bancaire soit nécessaire à la concrétisation de son intention. Ces circonstances n'impactent pas l'intention de l'étudiant, mais définissent le comportement comme reposant sur le concours de facteurs externes et non-contrôlables, ici le financement. Selon Fishbein & Ajzen (2010) la contrôlabilité perçue de l'environnement agit simplement sur l'espace temps nécessaire à la conversion d'une intention en comportement. Dans le cadre de cet exemple, l'accès au financement peut être perçu comme une ressource ne pouvant être mobilisée sur le court-terme, nécessitant de la part de l'étudiant d'allonger l'espace temps entre son intention et son engagement.

La Figure 6 matérialise la TCP adaptée de Fishbein & Ajzen (2010) :

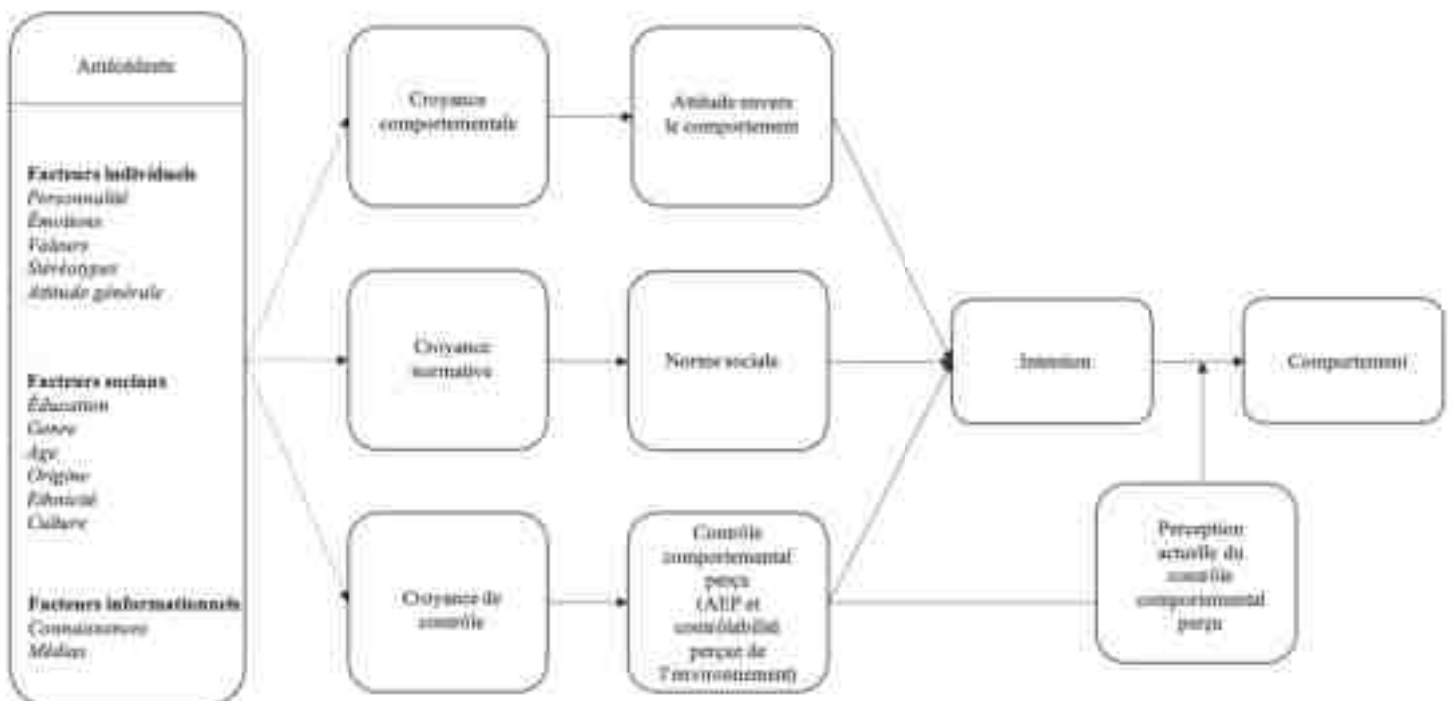


Figure 6 – La Théorie des Comportements Planifiés, adaptée de Fishbein & Ajzen (2010)

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

La TCP permet de rendre compte de la prédominance des croyances de l'individu dans l'adoption d'un comportement.

Ainsi, le modèle d'Ajzen, (1991) et de Fishbein & Ajzen (2010) traduit un système de perceptions quant aux facteurs régissant les succès et échecs d'une action. De ce système de perception, l'individu fixe des objectifs en y associant des croyances de résultat liées à l'adoption du comportement (Ajzen & Fishbein, 1975).

Pour autant, bien qu'une intention soit déclarée, cette dernière n'est pas obligatoirement convertie. La TCP « *met l'accent sur les aspects contrôlés du traitement de l'information et de la prise de décision humaine*<sup>13</sup> » (Ajzen, 2011, p.1116). Le lien entre l'intention et le comportement ne peut ainsi être systématiquement relevé : l'intention n'explique que 30% de la variance du comportement (Ajzen, 1987).

Ce constat invite les chercheurs à s'interroger sur les mécanismes intervenant dans le processus de transition d'une intention vers un engagement (Danjou, 2004). La section suivante (§1.2) traite des deux principales pistes de réflexion mobilisées par le champ de l'entrepreneuriat.

## 1.2. Entreprendre, un acte motivationnel, volitionnel et collectif ?

L'étude du lien entre l'intention et l'engagement constitue l'un des principaux challenges du champ de l'entrepreneuriat (Fayolle & Liñán, 2014), pour lequel deux pistes de réflexion sont proposées.

La première piste propose d'étudier l'intention comme un état de pensée (Bird, 1988) répondant à un processus en deux temps (Gollwitzer, 1993). Face à l'hypothèse de l'adoption d'un comportement, l'individu se place en premier lieu dans un état de velléité où une simple intention d'adopter ce comportement est déclarée. Cette étape est définie par Gollwitzer (1993) comme une intention de but. Selon l'auteur, l'adoption effective d'un comportement repose sur

---

<sup>13</sup> Notre traduction de l'anglais au français : « *the TPB emphasises the controlled aspects of human information processing and decision making* » (Ajzen I. , 2011, p.1116).

la motivation de l'individu à engager des actions pour y parvenir. Lorsque ce degré de motivation est significatif, l'individu convertit son intention de but en se positionnant dans une phase de planification. Il s'agit ici d'une étape pré-actionnelle et volitive, permettant d'entrevoir un panel d'actions mobilisables afin de tendre vers un but. Cette étape est définie comme une intention implémentée, orientant l'individu vers l'action (Gollwitzer, 1993).

Le caractère motivationnel et volitif de l'intention constitue en ce sens le premier déterminant permettant d'adopter un comportement spécifique (Ajzen, Csasch, & Flood, 2009). Toutefois, un réel engagement de l'individu est nécessaire (Ajzen, 1996).

La littérature entrepreneuriale définit ainsi au travers de la notion d'engagement une seconde piste de réflexion afin d'appréhender le lien entre intention et adoption d'un comportement (Adam & Fayolle, 2015).

La notion d'engagement est définie comme un cap guidant l'ensemble des décisions futures d'un individu, s'appréciant davantage au travers des comportements réalisés que des intentions déclarées (Allen & Meyer, 1990 ; Meyer & Allen, 1991). L'engagement est par ailleurs étroitement lié à l'intention implémentée. En effet, alors que le concept proposé par Gollwitzer (1993) permet à l'individu de définir des actions afin de tendre vers un but, le degré d'engagement s'apprécie au travers du volume d'actions planifiées effectivement réalisées (Bruyat, 2001).

Ainsi, l'étude de la nature de l'intention et du degré d'engagement de l'individu constitue une grille de lecture du lien entre l'intention entrepreneuriale et le passage à l'acte. Les deux composantes de cette grille de lecture témoignent des perceptions et cognitions des individus, où l'AEP assure le rôle de régulateur du comportement.

Le sentiment personnel d'efficacité influence les processus motivationnels, décisionnels, cognitifs et affectifs (Bandura, 1993, 1998a). Un degré significatif d'AEP traduit en premier lieu le changement d'état mental d'une intention de but à une intention implémentée (Gollwitzer, 1993). Parallèlement, ce degré permet à l'individu de s'engager dans les actions planifiées puisqu'il estime détenir les compétences nécessaires pour y parvenir (Bandura, 1977).

Les notions d'intention, d'engagement ou encore d'AEP revêtent par ailleurs un caractère socialement construit. Au-delà du cadre individuel longuement plébiscité par la recherche en entrepreneuriat (Gartner, Bird, & Starr, 1992), la création d'entreprise ne constitue pas seulement un acte isolé, mais témoigne d'influences collectives et d'interactions entre un ensemble d'acteurs (Emin & Guibert, 2017).

L'entrepreneuriat collectif tend à s'imposer comme un champ de recherche (Boncler, Hlady-Rispal, & Verstraete, 2006) au regard des influences de ses composantes sur l'engagement entrepreneurial : partage de compétences, partage de l'effort et des responsabilités, confrontation des perceptions, ou encore décloisonnement des processus cognitifs (Naffakhi, 2011 ; Foliard & Le Pontois, 2017 ; Ferry, 2018 ; Fonrouge, 2019).

Au regard des bénéfices soulignés sur l'engagement entrepreneurial (Gueguen, 2013 ; Pierre & Burret, 2014), la section suivante (§2) propose un cadrage conceptuel de la notion d'entrepreneuriat collectif en la positionnant dans l'objet de cette recherche.

## 2. Entreprendre, ou l'art du faire ensemble

La recherche en entrepreneuriat s'est majoritairement attachée à appréhender le processus entrepreneurial au travers de l'entrepreneur lui-même, individu isolé créant une entreprise (Gundolf & Jaouen, 2009). Certains auteurs soulignent que cette approche limite la capacité d'analyse du processus entrepreneurial (Emin & Guibert, 2017), prônant une perspective davantage collective.

Cette perspective s'inscrit dans le champ de l'entrepreneuriat collectif (Moreau, 2005 ; 2006a), cadré par trois principaux axes de recherche (Emin & Guibert, 2017). Le premier concerne les équipes entrepreneuriales au travers de leur constitution, trajectoire et performance (Ben Hafaiedh-Dridi & Paturel, 2019). Le second s'intéresse aux collectifs d'acteurs engagés dans l'émergence de nouvelles organisations (Moreau, 2006b). Le troisième accorde une attention particulière aux dynamiques inter-organisationnelles des acteurs évoluant au sein d'un territoire, s'adressant aux organisations d'ores et déjà établies (Ben Hafaiedh, 2006).

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Conformément à l'objet de cette recherche se positionnant sur l'étude de la transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement des étudiants, deux notions sont abordées dans le cadre des sections suivantes.

Premièrement, la notion d'équipe entrepreneuriale, entendue ici comme un collectif d'entrepreneurs s'associant autour d'un même but, partageant une intention commune, et s'engageant conjointement dans leurs actions (Levy-Tadjine & Paturel, 2008). Cette notion est développée en première section (§2.1) en s'intéressant plus particulièrement à la constitution et au développement de ces équipes.

Deuxièmement, la notion de collectif d'acteurs, étudiée ici au travers des espaces collaboratifs sous le prisme des communautés de pratique (§2.2). Ces derniers représentent l'agrégat d'acteurs dont les interactions favorisent l'émergence de nouvelles entreprises, définissant l'un des pans de la notion d'entrepreneuriat collectif (Nordstrom & Jennings, 2015).

## 2.1. L'équipe entrepreneuriale : d'une perception individuelle à collective de l'efficacité ?

L'équipe entrepreneuriale est présentée comme une ressource favorisant l'engagement des individus dans le processus entrepreneurial (Gueguen, 2013). Cette ressource se matérialise au travers de la capitalisation des connaissances et des compétences des membres la constituant (Naffakhi, 2011 ; Foliard & Le Pontois, 2017). Cette approche soutient que l'entrepreneuriat en équipe permet l'accès à un stock de connaissances qu'un entrepreneur seul ne pourrait détenir, grâce à la complémentarité des membres (Reich, 1987).

Afin de tendre vers ces bénéfices, un caractère dynamique et processuel est prêté à l'équipe entrepreneuriale, au regard des fluctuations de ses membres et des apprentissages collectifs (Condor & Chabaud, 2012).

Les premières phases d'engagement de l'équipe sont régies par l'incertitude, amenant ses membres à prendre des décisions dans un environnement inconnu et ambigu, où le comportement est davantage improvisé (Ben Hafaiedh-Dridi & Paturel, 2019).

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

L'équipe se positionne dans une phase d'apprentissage dans laquelle les observations, discussions et réunions formelles comme informelles sont mobilisées (Naffakhi, et al., 2008 ; Naffakhi & Bayad, 2008). Ensemble, les membres développent leur répertoire partagé sur la base d'observation et d'écoute active (Naffakhi, et al., 2008) en capitalisant sur la pluridisciplinarité des compétences individuelles (Naffakhi, 2011 ; Foliard & Le Pontois, 2017). L'équipe est ici perçue comme le terrain permettant la fertilisation des compétences individuelles au sens du collectif, allant au-delà d'une simple somme de ces dernières (Reich, 1987).

Cette fertilisation des compétences s'apprécie au travers d'une mutualisation du capital humain et social des membres de l'équipe (Delanoë-Gueguen, 2015b). Le capital humain est entendu comme un stock d'apprentissage développé par les entrepreneurs au travers de leur formation, de l'expérience professionnelle, ou de toute autre activité formatrice. Le capital social concerne quant à lui le réseau de connaissances des membres de l'équipe permettant d'accéder à des ressources et compétences non détenues en interne (Davidsson & Honig, 2003).

Dans cette approche de complémentarité, l'équipe est rythmée par des entrées et départs de ses membres au travers de liens forts et de liens faibles<sup>14</sup> (Condor & Chabaud, 2012). Cette période de latence matérialisant la conversion de l'intention vers l'engagement est définie par une recherche de la part des membres de l'équipe de nouvelles compétences individuelles. Ces projections sont liées à une phase d'implémentation (Kamm & Nurick, 1993), lorsque l'entrepreneur ou le groupe d'entrepreneur cherche à rassembler les ressources nécessaires pour exploiter l'opportunité d'affaires. Ces projections se rapprochent de l'intention implémentée (Gollwitzer, 1993), tout en initiant une ouverture collective à son développement. Ici, les entrepreneurs naissants s'interrogent sur les ressources nécessaires au développement du projet (Naffakhi, 2011). Certains membres de l'équipe se voient par ailleurs attribuer des « *compétences critiques* » (Vergnaud, 2011, p.281), des compétences rendant l'individu indispensable dans la réussite du groupe (Nagels, 2006).

La notion de complémentarité des membres, définie comme un facteur clé de succès (Cooney, 2005), occupe une place centrale dans l'étude de l'équipe entrepreneuriale, et plus

---

<sup>14</sup> Les liens forts relèvent d'une approche relationnelle, lorsque les liens faibles sont davantage liés à une logique stratégique recherchant des compétences complémentaires (Granovetter, 1973)

particulièrement dans le cadre des recherches s'adressant aux étudiants (Verzat & Liu, 2019 ; Foliard & Le Pontois, 2021 ; Verzat & O'Shea, 2021). Selon les auteurs, la complémentarité n'est effective qu'au travers d'une réelle implication de chacun des membres, elle-même conditionnée par la motivation des entrepreneurs à collaborer.

Une complémentarité perçue permet de tendre vers un sentiment collectif d'efficacité. Ce dernier repose sur les croyances des membres quant à la capacité de l'équipe à exécuter des actions spécifiques (Bandura, 1998b, 2000). Le sentiment collectif d'efficacité influence, au même titre que l'AEP, les comportements de l'équipe entrepreneuriale. Bandura (2000) souligne que l'auto-efficacité collective va au-delà d'une simple somme des AEP de chaque individu : si les membres d'une équipe répondent à un degré faible d'AEP, le sentiment d'efficacité collectif peut quant à lui être significatif, permettant aux entrepreneurs de s'engager dans la poursuite de l'objectif commun (Bandura, 1998).

Le sentiment collectif d'efficacité est par ailleurs entretenu par la confiance et la cohésion des entrepreneurs (Badets, 2019), pouvant améliorer le fonctionnement général de l'équipe par le développement de mécanismes collectifs (Wang & Lin, 2007) au travers d'une implication accrue des membres (Durham, Knight, & Locke, 1997).

Ces mécanismes se rapprochent de la notion de compétences collectives. Ces dernières s'apprécient au travers de comportements (Le Boterf, 2008) articulés autour des principales caractéristiques suivantes :

- Avoir un objectif commun et être solidaire du résultat final (Picq, 2008)
- Mobiliser des éléments objectifs (la finalité concrète du projet, la répartition des tâches, ...) et subjectifs (la vision du projet, des valeurs partagées, ...) afin de faire converger l'agir collectif dans le sens du projet (Retour, 2005)
- Avoir un langage commun permettant au groupe de construire sa propre identité et de se différencier des autres (Theurelle-Stein, 2019 ; Retour, 2005)
- Connaître, pour chacun des membres de l'équipe, ses propres schémas cognitifs et accepter d'en sortir pour orienter sa posture dans le sens du collectif (Dupuich, 2011)

Les bénéfices de l'équipe entrepreneuriale s'apprécient en deux points (Ben Hafaiedh-Dridi & Paturel, 2019). Premièrement, au niveau organisationnel, une entreprise développée par une



équipe entrepreneuriale voit ses chances de succès croître en comparaison à celle d'un entrepreneur individuel (Moreau, 2006). Ce constat s'appuie sur l'hétérogénéité et la complémentarité des membres de l'équipe, permettant une amélioration des pratiques (Naffakhi, et al., 2008 ; Naffakhi, 2011 ; Foliard & Le Pontois, 2017). Deuxièmement, au niveau individuel, l'équipe au travers de sa dynamique collective facilite l'engagement entrepreneurial de ses membres (Gueguen, 2013). Ce constat s'apprécie au travers du développement de compétences (Ben Hafaiedh-Dridi & Paturel, 2019) et de la construction d'un sentiment collectif d'efficacité (Shepherd & Krueger, 2002).

Au travers de cette double finalité, l'équipe entrepreneuriale constitue une piste de réflexion quant à la question de la transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement. Bien que l'effectivité de l'équipe s'apprécie principalement au travers de la complémentarité des membres, le contexte dans lequel évolue l'équipe influence son fonctionnement ainsi que ses actions entreprises (Muller-Boling, 1993).

La section suivante (§2.2) mobilise cette notion de contexte au travers des espaces collaboratifs matérialisant le collectif d'acteurs engagés dans la création de nouvelles organisations (Nordstrom & Jennings, 2015).

## 2.2. Les espaces collaboratifs, des catalyseurs de l'engagement entrepreneurial ?

L'engouement croissant des chercheurs pour l'entrepreneuriat collectif (Fabbri, Glaser, Gaujard, & Toutain, 2016) se traduit par de nombreuses notions cadrant les processus de partage et d'interactions entre entrepreneurs. Quatre principales notions peuvent être relevées (Tableau 2) :

Notion	Définition
Tiers lieu	Les tiers lieux s'approprient par opposition au premier lieu (la sphère privée, le domicile) et au second lieu (la sphère professionnelle, le bureau). Le tiers lieu, générateur de communauté, est défini comme un lieu inclusif, accessible à tous et rythmé par les échanges (Oldenburg, 1989 ; Michel, 2018).
Espace de coworking	L'espace de coworking est défini comme un lieu ouvert, principalement payant, où ses adhérents travaillent sur des projets distincts en entretenant une dynamique de partage (Blein, 2016 ; Fabbri, 2016b).
FabLabs	Les FabLabs correspondent à des lieux physiques et ouverts permettant la fabrication et l'expérimentation au travers d'une mise à disposition de matériel (Lhoste & Barbier, 2016 ; Fonrouge, 2018 ; Dechamp & Pélissier, 2019).
Espace collaboratif	L'espace collaboratif correspond à une notion transverse aux tiers lieux, aux espaces de coworking et aux FabLabs (Ben Salah, 2013 ; Fabbri, et al. , 2016a). Ces espaces s'articulent autour des interactions entre entrepreneurs (Pierre & Burret, 2014) où la dimension communautaire régit son fonctionnement (Bohas, Faure, & De Vaujany, 2017). Les espaces collaboratifs sont par ailleurs mobilisés afin de rendre compte de la mutation de l'accompagnement entrepreneurial au profit d'une dynamique davantage collective (Messeghem, Sammut, Temri, & St-Jean, 2020)

*Tableau 2 - Les principales notions cadrant les processus de partage et d'interaction dans le champ de l'entrepreneuriat collectif*

Au regard des éléments de définition proposés dans le Tableau 2, la notion d'espace collaboratif est mobilisée dans le cadre de ce travail. Sa dimension collective et son application directe à la sphère entrepreneuriale motivent ce choix.

Les espaces collaboratifs (EC dans la suite de cette recherche) s'engagent dans le champ de l'entrepreneuriat collectif en deux points. Premièrement, ils matérialisent les bénéfices de la mise en réseau de l'entrepreneur au travers des interactions engagées avec ses pairs (Pierre & Burret, 2014). Deuxièmement, ils témoignent du contexte favorable à la dynamique collective en empruntant les codes de la communauté de pratique (Fabbri & Charue-Duboc, 2013).

Les EC sont définis comme des catalyseurs du processus entrepreneurial, proposant une mutualisation de l'espace, des ressources, des services, des connaissances et des compétences (Ben Salah, 2013 ; Fabbri, et al. , 2016a).

Au travers de l'association d'entrepreneurs au sein d'un même lieu, des interactions sont engagées afin d'améliorer collectivement les pratiques entrepreneuriales (Ferry, 2018). Ainsi, bien que l'entrepreneur soit le principal acteur du développement de son projet (Barès & Muller,

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

2007), l'ancrage collectif de l'entrepreneuriat influence les trajectoires du porteur de projet et celles des acteurs évoluant au sein des EC (Cohen, 2006).

Afin de tendre vers ces bénéfiques, les EC sont avant tout garants de la mise à disposition d'un contexte favorable à l'entrepreneuriat collectif (Ferry, 2018).

Ce contexte fait écho à une approche socio-constructiviste de l'apprentissage (Fabbri & Charue-Duboc, 2013) où les entrepreneurs sont engagés dans des communautés de pratique (Lave & Wenger, 1991). Bien que sa définition ne soit pas homogène (Chanal, 2000), la finalité d'une communauté de pratique (CoPs dans la suite de cette recherche) peut résider dans le développement de connaissances (Tremblay, 2005) et de compétences individuelles dans une pratique spécifique (Créplet, et al., 2001) ou encore dans l'amélioration d'une activité grâce à une réflexion sur les pratiques de cette dernière (Bootz, 2013).

Les CoPs définissent l'apprentissage comme un construit social (Lave & Wenger, 1991). La création de connaissances résulte des actions entreprises par les individus (la pratique) dans un contexte spécifique socialement construit (Bootz, 2009). Le caractère situé de l'apprentissage, tant au niveau de la connaissance en elle-même que du contexte dans laquelle elle est assimilée, nécessite un champ d'application, défini par Wenger (1998) comme l'entreprise commune. Cette dernière permet la mise en place des interactions entre les membres d'un groupe en initiant leurs apprentissages respectifs (Lave & Wenger, 1991). Les interactions sont par ailleurs régies par la participation périphérique légitime, caractérisant le processus par lequel de nouveaux entrants intègrent les CoPs, conférant à cette notion un caractère hiérarchique, où l'apprentissage se fait au travers des échanges entre les novices et les experts<sup>15</sup> (Cox, 2005). Les pratiques<sup>16</sup> existantes sont assimilées par les novices au contact des experts, considérés comme des membres répondant à des connaissances particulières, leur permettant d'intervenir sur la résolution de problèmes complexes, contextuels voire multi-contextuels (Bootz, Lièvre, & Schenk, 2019).

---

<sup>15</sup> Brown & Duguid (1991) définissent quant à eux la participation au sein des CoPs comme étant davantage horizontale (Berry, 2008)

<sup>16</sup> La pratique est entendue dans le cadre de cette recherche comme la manière de réaliser une action permettant d'accomplir une tâche spécifique dans un contexte particulier (Wenger, 1998 ; Chanal, 2000)

Les interactions engagées au sein des CoPs s'articulent autour des significations personnelles, entendues ici comme le système de croyance des individus rattaché aux pratiques entreprises, qui sont négociées par la communauté. Wenger (1998) définit ce processus comme la négociation de sens, permettant le développement de nouvelles compétences au travers de la modification des représentations, des pratiques, des normes, et des croyances des membres de la communauté (Chanal, 2000 ; Cox, 2005). Ce processus induit le renouvellement des modèles mentaux par la rupture, parfois conflictuelle, avec les savoirs existants (Pedler, et al. , 1989 ; Leroy, 1998). Les connaissances nouvellement développées par la CoPs sont par ailleurs cristallisées<sup>17</sup> au travers de la création d'artefacts, jusqu'à une nouvelle boucle d'apprentissage (Chanal, 2000). Les CoPs sont par nature auto-organisées, et perdurent sous la volonté des membres qui la rejoignent dans l'objectif de développer leurs compétences (Azan, Bootz, & Rolland, 2017).

Selon Wenger (1998), l'effectivité d'une CoPs s'apprécie au travers de trois piliers :

- **L'engagement mutuel**

L'engagement mutuel au sein des CoPs selon Wenger (1998) permet une première corroboration entre les notions de pratique et de communauté. En effet, afin qu'une CoPs soit considérée comme telle, il est nécessaire que ses membres justifient d'un engagement afin de faire perdurer cette dernière. De même, l'engagement mutuel est basé sur la complémentarité des compétences et l'efficience dans la mutualisation de ces dernières (Chanal, 2000).

- **L'entreprise commune**

L'entreprise commune correspond au « *résultat d'un processus collectif permanent de négociation qui reflète la complexité de la dynamique de l'engagement mutuel* » (Chanal, 2000, p.8). L'entreprise commune constitue donc la matérialisation du terrain permettant la mise en place des négociations de sens qui caractérisent l'engagement mutuel. L'un des piliers de l'entreprise commune réside dans le partage d'information (Wenger, 1998), qui se doit d'être conçu pour faciliter la capacité d'apprentissage au niveau individuel et collectif (Pedler, Boydell, & Burgoyne, 1989).

---

<sup>17</sup> Ce processus met en abîme la participation, amenant de nouvelles perspectives dans le développement de savoir, et la réification, processus de cristallisation des connaissances à un instant précis (Chanal, 2000)

• **Le répertoire partagé**

Le répertoire partagé propose une matérialisation des ressources inhérentes à la CoPs, permettant le déploiement des négociations de sens. Ces ressources, créées ou adoptées par la CoPs, assurent la fonction de moteur. Elles sont matérialisées par Wenger (1998) comme étant des histoires, des styles, des artefacts, des outils, des actions, des discours historiques, des événements, ou encore des concepts. Ces dernières permettent de rendre audible une situation spécifique et complexe par l'ensemble des membres de la communauté (Senge, 1991).

Afin d'apprécier l'effectivité de ces trois piliers<sup>18</sup>, quatorze caractéristiques sont relevées (Tableau 3) :

Caractéristiques des communautés de pratique selon Wenger (1998)		
Engagement mutuel	Entreprise commune	Répertoire partagé
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des relations mutuelles soutenues, qu'elles soient harmonieuses ou conflictuelles</li> <li>• Des façons communes de s'engager à faire des choses ensemble</li> <li>• Une absence de préambules introductifs</li> <li>• Des connaissances fines des compétences, connaissances et fonctionnement des membres</li> <li>• Présence de « jargon » et capacité à en produire de nouveaux</li> <li>• Un discours partagé reflétant des croyances propres à la communauté</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Circulation rapide de l'information et propagation de l'innovation</li> <li>• Obtention rapide d'une compréhension commune d'un problème à des fins de discussion</li> <li>• Vision partagée de qui est qui</li> <li>• Identités définies dans l'interaction</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les outils, représentations et autres objets spécifiques</li> <li>• Les coutumes locales, les histoires partagées, les blagues intérieures, les rires connus</li> <li>• Certains styles reconnus comme affichant l'appartenance</li> <li>• La capacité à évaluer la pertinence des actions et des produits</li> </ul>

*Tableau 3 – Les quatorze caractéristiques permettant d'apprécier l'effectivité de la communauté de pratique, d'après Wenger (1998), Chanal (2000) et Cox (2005)*

Au travers des principales caractéristiques prêtées à la notion de CoPs, une proximité conceptuelle est relevée avec celle d'EC, notamment au travers de leur dimension

<sup>18</sup> Comme l'indique le Tableau 3, les notions d'entreprise commune et de répertoire partagé entretiennent une proximité conceptuelle (Cox, 2005)

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

communautaire et collaborative (Bohas, Faure, & De Vaujany, 2017). Le développement ci-après propose de matérialiser cette proximité entre les deux notions.

- **Un engagement mutuel, ou une réciprocité dans les échanges**

Dans le cadre des EC, la construction de connaissances nouvelles se développe également au travers de l'implication et de la coopération des membres (Allard, et al. , 2013). Ces deux conditions permettent un apprentissage mutuel et réciproque entre les membres participants aux interactions (Ben Salah, 2013).

- **Une entreprise commune, ou un contexte favorable**

L'entreprise commune (Wenger, 1998) est matérialisée dans les EC par la considération selon laquelle la mise à disposition d'un contexte permettant aux entrepreneurs de s'engager dans des interactions est nécessaire (Genoud & Moeckli, 2010). Dans le cadre des EC, ce contexte s'articule autour d'une confiance partagée (Jaouen, Loup, & Sammut, 2005), d'une logique de co-construction, de don-contre don (Jaouen, Loup, & Sammut, 2006) et de droit à l'erreur (Fonrouge, 2019).

- **Un répertoire partagé, ou un accès aux savoirs tacites**

Au sein des EC, le répertoire partagé s'apprécie au travers de la pluralité et de la complémentarité du capital social et humain (Lin, 1995 ; Mueller, 2006). Ces derniers constituent le point de départ du partage de pratiques, de valeurs, de ressources ou encore de connaissances (Jaouen, et al. , 2006). Les savoirs tacites, définis comme des vecteurs d'innovation, sont ainsi délivrés par la communauté au travers des interactions de ses membres (Marinos, 2018).

En synthèse, les EC traduisent une construction collective de réponses permettant d'évoluer dans un environnement entrepreneurial fluctuant (Fabbri & Charue-Duboc, 2013). Les entrepreneurs membres de ces espaces sont invités à co-construire leurs offres avec leurs pairs, où le droit à l'erreur est garant des échanges (Fonrouge, 2019). Les interactions ainsi que l'expérience vicariante constituent un déclencheur de l'engagement des entrepreneurs au sein

du processus, en s'adressant notamment à des projets en phase précoce de développement (Pierre & Burret, 2014).

Les EC témoignent de l'ancrage collectif du champ de l'entrepreneuriat, en représentant l'apprentissage comme un construit social au travers des codes de la CoPs. Des proximités conceptuelles sont en effet relevées (Bayad & Uk, 2012) au regard des trois piliers proposés par Wenger (1998) permettant d'apprécier l'effectivité des interactions. Ce sont ces mêmes interactions qui favorisent l'engagement des entrepreneurs (Pierre & Burret, 2014) au travers d'une amélioration de leurs pratiques.

## Conclusion du chapitre 1

Ce premier chapitre a proposé un état de l'art de l'approche processuelle et collective de l'entrepreneuriat.

Une première section a mis en avant le rôle prépondérant de la notion d'intention au sein du processus entrepreneurial. Témoin des cognitions et représentations de l'entrepreneur, l'intention a été principalement étudiée dans ce chapitre au travers de la TCP. Les apports d'Ajzen (1991) et de Fishbein et Ajzen (2010) permettent de rendre compte du caractère motivationnel et volitionnel de l'intention au travers des trois dimensions de croyances relevées par les auteurs.

Pour autant, le lien entre l'intention et l'adoption d'un comportement ne peut être systématiquement relevé (Ajzen, 1987). Ainsi, notre revue de littérature s'est orientée sur les facteurs intervenant dans le couple intention/engagement. Le concept d'AEP a été mobilisé comme traducteur de cette transition. Le sentiment d'efficacité personnelle permet à l'individu le changement d'état mental nécessaire à la conversion d'une intention de but à une intention implémentée (Gollwitzer, 1993). Un degré significatif d'AEP est par ailleurs nécessaire dans l'engagement de l'individu, puisqu'il agit comme régulateur du comportement (Bandura, 1993).

Les notions d'intention, d'engagement et d'AEP, cadrant l'analyse processuelle de l'entrepreneuriat, répondent par ailleurs à un caractère socialement construit. Loin du mythe de l'entrepreneur héroïque et solitaire (Boncler, Hlady-Rispal, & Verstraete, 2006), le processus entrepreneurial est perçu comme un construit d'influences multiples et collectives (Emin & Guibert, 2017).

Une seconde section s'est ainsi orientée sur l'étude du champ de l'entrepreneuriat collectif en appréhendant les équipes entrepreneuriales et les espaces collaboratifs. Le dénominateur commun à ces deux notions est matérialisé par la capitalisation des connaissances individuelles au sens du collectif.

Au sein de l'équipe, l'hétérogénéité et la complémentarité des membres sont présentées comme des facteurs clés de succès, permettant de tendre vers un sentiment collectif d'efficacité. C'est

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



ce même sentiment qui confère aux équipes entrepreneuriales de réelles chances de succès (Moreau, 2006) par un engagement facilité de ses membres au sein du processus entrepreneurial (Shepherd & Krueger, 2002). Toutefois, ces bénéfices reposent sur l'évolution de l'équipe au sein d'un contexte favorable (Muller-Boling, 1993), ici traduit par l'étude des EC.

Présentés comme des catalyseurs de l'engagement entrepreneurial, les EC sont garants de l'effectivité des interactions engagées par les entrepreneurs. Échanges sur les pratiques et capitalisation des connaissances individuelles, tels sont les piliers de ces espaces. Au travers d'une lecture croisée des éléments constitutifs des EC et de la CoPs, trois piliers permettant la mise en place des synergies entre entrepreneurs sont relevés : l'engagement mutuel ou la réciprocité dans les échanges, l'entreprise commune ou le contexte favorable, et le répertoire partagé ou l'accès aux savoirs tacites.

Cette lecture processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat permet de matérialiser le cadre conceptuel de cette étude.

Ces choix conceptuels témoignent d'une lecture croisée des enjeux empiriques présentés en introduction générale, ainsi que des enseignements inhérents à notre revue de littérature. Ces choix répondent à quatre principaux fondements théoriques.

Premièrement, et conformément à une approche processuelle de l'entrepreneuriat, la TCP est mobilisée dans un double objectif. D'une part, celui de constituer une grille de lecture des antécédents à l'intention entrepreneuriale. D'autre part, celui d'identifier les principales croyances des étudiants quant à l'acte entrepreneurial.

Deuxièmement, le concept d'AEP est mobilisé afin de rendre compte de la prédominance du sentiment d'efficacité personnelle dans l'adoption d'un comportement, notamment en qualité de traducteur du caractère motivationnel et volitionnel de l'intention, dans une perspective socialement construite de l'acte entrepreneurial. L'extension de l'AEP à la sphère collective est également mobilisée dans le cadre de l'étude des équipes entrepreneuriales.

Troisièmement, la notion de compétence collective est mobilisée dans le cadre de l'étude des équipes entrepreneuriales. L'objectif est d'apprécier les mécanismes individuels et collectifs régissant le fonctionnement des équipes d'étudiants.

Quatrièmement, la notion de CoPs, et particulièrement au travers de l'approche homogène<sup>19</sup> de Wenger (1998), est transposée dans l'étude des EC. Les trois piliers proposés par l'auteur permettent d'appréhender l'effectivité des communautés d'entrepreneurs au regard des interactions engagées par ces derniers. Ces piliers permettent une lecture double : premièrement, appréhender la potentielle évolution des pratiques des entrepreneurs participant aux interactions, et deuxièmement, apprécier l'efficacité du contexte mis en place par les EC en vue de favoriser les interactions.

Les quatre fondements théoriques cités alimentent le cadre conceptuel de cette recherche. Toutefois, un nécessaire degré d'autonomie est préservé, au regard de la singularité de la sphère estudiantine de l'entrepreneuriat. Les considérations suivantes se greffent ainsi au cadre conceptuel proposé :

- Le projet entrepreneurial est développé en parallèle des études, ne permettant pas un engagement total dans le processus entrepreneurial au sens de Fayolle (2012)<sup>20</sup>
- Le statut d'étudiant est, pour certains auteurs, facilitateur de l'engagement entrepreneurial (Degeorge & Fayolle, 2011)
- Le capital humain et le capital social des étudiants peuvent être restreints en comparaison à d'autres profils d'entrepreneurs (Delanoë-Gueguen, 2015a)

Sous un prisme plus large, le cadre conceptuel de cette étude puise les enseignements délivrés dans le cadre de ce premier chapitre.

---

<sup>19</sup> Selon Chanal, Wenger propose en 1998 une approche homogène de la CoPS

<sup>20</sup> Selon l'auteur, l'engagement entrepreneurial est effectif dès lors que l'entrepreneur consacre la plupart de son temps, de son argent, de son énergie et de ses affects à son projet

## **CHAPITRE 2 : CHOIX MÉTHODOLOGIQUES, ÉPISTÉMOLOGIQUES ET PRÉSENTATION DU TERRAIN**

---

Un ancrage dans le paradigme interprétativiste pour l'appréhension  
des perceptions des étudiants entrepreneurs

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Introduction du chapitre

Le présent chapitre repose sur deux parties. L'une d'ordre réflexive, et l'autre d'ordre pragmatique.

La première partie (§1) d'ordre réflexive exprime les choix épistémologiques (§1.1) et méthodologiques (§1.2) au travers de deux questions : comment la connaissance se constitue-t-elle et comment en apprécier sa validité ? Comment être au plus proche des représentations des étudiants ?

La seconde partie (§2) d'ordre pragmatique repose sur deux piliers.

Le premier (§2.1) expose le périmètre de l'étude, ses niveaux et son unité d'analyse. Deux questions guident cette première section : quels sont les éléments constitutifs de notre terrain de recherche ? Quelles sont les dimensions de croyances que nous cherchons à appréhender ?

Le second (§2.2) illustre les matériaux empiriques alimentant cette recherche ainsi que les stratégies de collectes associées. Cette section répond à deux questions : quels sont les matériaux mobilisés ? Comment s'assurer d'une vision holistique des faits observés ?

## 1. Choix épistémologiques et méthodologiques

Cette première partie vise à apporter un éclairage sur les choix épistémologiques (§1.1) et méthodologiques (§1.2) de cette recherche.

Une première section motive le choix d'un ancrage dans le paradigme interprétativiste en mobilisant une démarche d'exploration abductive. La seconde exprime le choix d'une approche qualitative au regard des résultats à visée compréhensive ayant comme objectif de constituer un point de départ à d'autres études.

### 1.1. Les choix épistémologiques

La réflexion épistémologique permet de questionner les théories de la connaissance (Avenier & Gavard-Perret, 2012) en s'appuyant sur trois principales questions (Piaget, 1967) : qu'est-ce que la connaissance, comment s'est-elle constituée et comment apprécier sa valeur ou validité ?

Dans ce sens, l'exposition des réflexions épistémologiques revient à exprimer la conception du monde et les objectifs qui sous-entendent la recherche (Perret & Séville, 2003 ; Avenier & Gavard-Perret, 2012).

De nombreuses études proposent différentes classifications de postures épistémologiques. Nous retenons les trois paradigmes suivants (Tableau 4) en s'appuyant sur les questions proposées par Piaget (1967) :

	<b>Positivisme</b>	<b>Constructivisme</b>	<b>Interprétativisme</b>
<b>Qu'est-ce que la connaissance ?</b>	La connaissance exclut les représentations, la notion de réalité existe en soi.	La connaissance est contextualisée.	La connaissance est contextualisée.
<b>Comment la connaissance est-elle créée ?</b>	Seul ce qui est observable peut alimenter des sources nouvelles de connaissances.	Le chercheur s'interroge sur la manière dont les individus construisent leurs représentations, tout en contribuant au développement de ces dernières.	La neutralité du chercheur est relative, liant la connaissance à ses représentations ; le chercheur interprète. La réalité est sociale, indissociable de l'action humaine et de l'environnement dans laquelle elle s'inscrit.
<b>Comment apprécier la valeur de la connaissance ?</b>	La connaissance est vérifiable et réfutable.	La connaissance est enseignable.	La connaissance est idiographique.

*Tableau 4 - Proposition d'éléments de compréhension des postures épistémologiques, d'après Prévost & Roy (2015) ; Avenier & Gavard-Perret (2012) ; Le Moigne (1995) ; Gauthier (1998) ; Girod-Seville & Perret (1999)*

Au travers des éléments de compréhension proposés par le Tableau 4, notre intention n'est pas d'entrer en détail dans les fondements de ces paradigmes épistémologiques, mais d'aiguiller notre réflexion dans l'appréhension de ce qu'est la connaissance.

Le présent travail propose d'étudier les perceptions des étudiants quant à l'influence de l'entrepreneuriat collectif sur leur engagement entrepreneurial. Cette recherche étudie ainsi des représentations, sans qu'une intervention directe dans la construction de ces dernières ne soit opérée.

Ce positionnement inclut notre réflexion au sein du paradigme interprétativiste, en admettant que la réalité est indissociable du contexte, nécessitant d'intégrer le processus de construction des mécanismes étudiés, sans participer à l'élaboration de ces derniers (Gauthier, 1998 ; Prévost & Roy, 2015).

Au-delà d'un éclaircissement épistémologique, toute recherche repose sur une méthode de raisonnement. Trois principaux courants sont relevés (Dumez, 2012 ; 2013) :

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- **La déduction**

La déduction mobilise des hypothèses à vérifier ; si ces dernières sont validées, leurs conclusions sont acceptées. Cette méthode de raisonnement est davantage mobilisée au sein du paradigme positiviste.

- **L'induction**

La méthodologie inductive propose de générer les connaissances à partir du terrain, de construire une théorie d'après l'observation des faits.

- **L'abduction**

L'abduction est mobilisée afin de proposer de nouvelles connaissances sans qu'elles ne soient généralisées en mobilisant des apports théoriques ; l'abduction permet d'observer des phénomènes se devant d'être testés et discutés.

Notre recherche s'articule autour du souhait de trouver un juste équilibre entre les apports théoriques et les matériaux empiriques collectés. Le cadre conceptuel tel que défini nourrit notre réflexion et aiguille l'appréciation des empiries (Dumez, 2012). Pour autant, un nécessaire degré d'autonomie se doit d'être préservé au regard de la singularité de la sphère estudiantine de l'entrepreneuriat (§Conclusion du chapitre 1). Ces considérations induisent l'adoption d'une démarche d'exploration abductive.

Après avoir positionné notre réflexion au sein du paradigme interprétativiste exploitant un raisonnement abductif, une réflexion sur la méthodologie à adopter est nécessaire.

## 1.2. Les choix méthodologiques

Les choix méthodologiques émanent du positionnement épistémologique de la recherche (Dehbi & Angade, 2019). Deux approches cadrent généralement la méthodologie en sciences de gestion : l'approche quantitative, et l'approche qualitative (Dumez, 2013).

Bien que la recherche en entrepreneuriat mobilise majoritairement une approche quantitative, notamment pour étudier le processus entrepreneurial (Santoni, 2016), le choix d'une méthodologie qualitative est induit par l'objet de cette recherche. L'approche qualitative est en effet mobilisée afin d'appréhender les schémas de pensée des individus, en apportant une attention particulière à leurs représentations. La recherche quantitative est quant à elle davantage mobilisée pour vérifier et tester par le biais de données quantifiables afin de proposer un maximum d'objectivité dans les résultats (Dumez, 2012).

Ce choix méthodologique nécessite une vision holistique afin d'étudier les phénomènes comme un tout, permettant une description détaillée des situations et des événements (Gagnon, 2012 ; Gavard-Perret, et al., 2012). Le chercheur adoptant une approche qualitative se doit d'être au plus proche des acteurs construisant les phénomènes étudiés, sans interférer dans leur processus de matérialisation de la réalité (Gauthier, 1998 ; Prévost & Roy, 2015). Une attention particulière est en ce sens apportée dans la stratégie de collecte des matériaux, stratégie développée en section §2.2.

En synthèse, cette recherche a comme ambition de mettre en avant des mécanismes propres aux phénomènes étudiés, sans que des lois universelles n'en émanent. Les résultats à visée compréhensive ont comme objectif de constituer un point de départ à d'autres études dans un processus d'apprentissage continu (Prévost & Roy, 2015).

Après avoir décrit les choix épistémologiques et méthodologiques, la section suivante (§2) propose de présenter le terrain de recherche façonnant l'empirie de ce travail.



## 2. Présentation du terrain de recherche

Conformément à une approche processuelle et dynamique du champ de l'entrepreneuriat, une attention particulière est accordée aux concepts de temps et d'évolution dans l'appréhension de la construction des perceptions des entrepreneurs. Cet angle d'étude est permis par l'adoption d'une analyse longitudinale des matériaux empiriques (Forgues & Vandangeon-Derumez, 2003).

Cette approche fait sens avec l'adoption d'une démarche qualitative, où la compréhension des engrenages et enchaînements rythme le déroulé du cadre empirique (Dumez, 2012). Ce dernier répond par ailleurs à un périmètre spécifique (Dumez, 2013), pour lequel des niveaux et une unité d'analyse sont définis (§2.1), permettant de matérialiser la stratégie de collecte de matériaux (§2.2).

### 2.1. Périmètre de l'étude, dimensions et unité d'analyse

La notion de périmètre des matériaux empiriques englobe de nombreuses variables propres à l'objet de recherche. La détermination de ce périmètre est fonction des souhaits du chercheur, tout comme des opportunités saisissables (Dumez, 2013). Ces éléments induisent la nécessité de présenter plus en détail notre terrain et ses enjeux.

Depuis 2016, des interventions sont assurées au sein de cinq structures œuvrant pour l'accompagnement entrepreneurial étudiant.

La première structure (nommée PROG-ACC-N°1) est La Ruche à Projets, l'incubateur de l'École de Management de Strasbourg. Cette structure propose aux étudiants un accompagnement de six mois, allant de la phase d'intention aux premières phases d'engagement. En moyenne, quatre-vingts entrepreneurs sont accompagnés par période. Cette structure axe son accompagnement sur une pédagogie expérientielle où dix-sept compétences sont à développer par l'entrepreneur.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Nous intervenons au sein de La Ruche à Projets sur deux dimensions principales. Premièrement, en participant à l'élaboration de la maquette pédagogique définissant le parcours d'accompagnement suivi par les étudiants. Deuxièmement, en assurant le rôle de coach dans le cadre d'ateliers collectifs et en accompagnant individuellement plusieurs équipes projet sur l'année universitaire.

La seconde structure (nommée PROG-ACC-N°2) est le pôle de l'entrepreneuriat étudiant du territoire alsacien, Pépite ETENA. Cette structure propose aux étudiants une offre pédagogique axée sur du *blended learning*<sup>21</sup>. Les étudiants se forment au travers de podcasts, où leurs apprentissages sont transcrits au sein de fiche thématiques. La communauté des étudiants entrepreneurs constitue une ressource sur laquelle les membres partagent leurs pratiques. Enfin, des ateliers thématiques sont proposés par la structure.

Après avoir été nous-même accompagnés par la structure entre 2016 et 2018, nous sommes intervenus en 2019 dans le cadre d'ateliers sur les études de marché.

La troisième structure, Alsace Tech, (nommée PROG-ACC-N°3) propose un programme de sensibilisation à l'entrepreneuriat aux étudiants de quatorze écoles du territoire mulhousien et strasbourgeois. Les étudiants développent au sein d'une équipe pluridisciplinaire un projet entrepreneurial sur une année universitaire. Cette dernière est rythmée par la mise en place d'ateliers thématiques réguliers et d'un suivi assuré par un coach pour chacun des projets. A l'issue du programme, les étudiants participent en interne à un concours.

Nous intervenons dans le cadre de cette structure depuis 2018 en tant que coach, en accompagnant une équipe sur l'année universitaire. Nous assurons également des ateliers collectifs portant principalement sur l'étude de marché.

La quatrième structure (nommée PROG-ACC-N°4) est un programme intégré au sein de la formation des étudiants de deuxième année du Bachelor *International Manager* de l'École de Management de Strasbourg. Les dix-sept étudiants évoluant au sein de ce programme développent durant une année universitaire un projet entrepreneurial en équipe. Le premier semestre est mobilisé pour les enseignements des fondamentaux en entrepreneuriat, afin d'accompagner les étudiants dans le prototypage de leur offre au second semestre.

---

<sup>21</sup> Il est ici question de l'un des programmes d'accompagnement de la structure

Nous intervenons dans l'ensemble du processus de ce programme : création de la maquette pédagogique, administration des cours, évaluation des étudiants.

La cinquième structure (nommée PROG-ACC-N°5) représente une association, Entreprendre Pour Apprendre Grand-Est. Cette structure axe ses interventions sur la sensibilisation à l'entrepreneuriat en intervenant en collège, lycée, et en formation supérieure. A l'issue de ce programme d'accompagnement, un concours régional, national et européen est proposé aux étudiants.

Nous intervenons auprès de trente étudiants de première année d'une licence de l'Université de Strasbourg, pour un total de quatre projets entrepreneuriaux. Les interventions concernent des dimensions transverses aux projets entrepreneuriaux, et se font sous la forme d'ateliers collectifs.

Le périmètre de la recherche englobe ainsi l'étude de la construction de l'intention entrepreneuriale aux premières phases d'engagement de l'étudiant entrepreneur. Notons que ce périmètre est également géographique, les structures citées évoluant au sein du même écosystème strasbourgeois.

Ainsi, le périmètre empirique tel que présenté confère la possibilité de collecter des matériaux riches au sens de leur diversité et de leur quantité : entretiens avec les entrepreneurs, participation aux réunions pédagogiques, participation aux ateliers de formation, visibilité sur les échanges entre les étudiants via les outils mis à disposition par les structures, ...

L'ensemble de ces données disponibles aiguille notre réflexion jusqu'à l'adoption d'un triptyque de matériaux :

- Entretiens semi-directifs (§2.2.1)
- Observations directes (§2.2.2.1)
- Observations participantes (§2.2.2.2)

Le Tableau 5 reprend les principales caractéristiques inhérentes à ces trois typologies de matériaux :

	<b>Entretiens</b>	<b>Observations directes</b>	<b>Observations participantes</b>
<b>Volume</b>	30	≈ 50 heures	≈ 50 heures
<b>Format</b>	Entretiens semi-directifs à l'attention de deux profils d'entrepreneurs <sup>22</sup> .	Ateliers thématiques, événements entrepreneuriaux.	Cours, coaching, réunions pédagogiques.
<b>Composantes</b>	PROG-ACC-N°1 PROG-ACC-N°2 PROG-ACC-N°4  Les entretiens avec les étudiants évoluant au sein de ces 3 structures sont couplés à des échanges effectués avec des entrepreneurs ou jeunes diplômés développant un projet ou une entreprise depuis un an minimum.	PROG-ACC-N°1 PROG-ACC-N°2 PROG-ACC-N°3 PROG-ACC-N°4	PROG-ACC-N°1 PROG-ACC-N°3 PROG-ACC-N°4 PROG-ACC-N°5
<b>Technique de collecte</b>	Mise en place des entretiens via le logiciel Zoom, enregistrement audio et vidéo.  Transcription intégrale des échanges dans le cahier de recherche.	Observations en présentiel ou distanciel <sup>23</sup> . Prise de note et transcription dans le cahier de recherche.	

*Tableau 5 – Caractéristiques principales des matériaux empiriques collectés*

Après avoir défini le périmètre de cette recherche et proposé les prémices de la stratégie de collecte de matériaux, des précisions sur les dimensions d'analyse sont nécessaires. Deux dimensions nous semblent pertinentes afin d'appréhender les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants :

<sup>22</sup> Les deux profils sont détaillés dans la section §2.2.1. « Entretiens ».

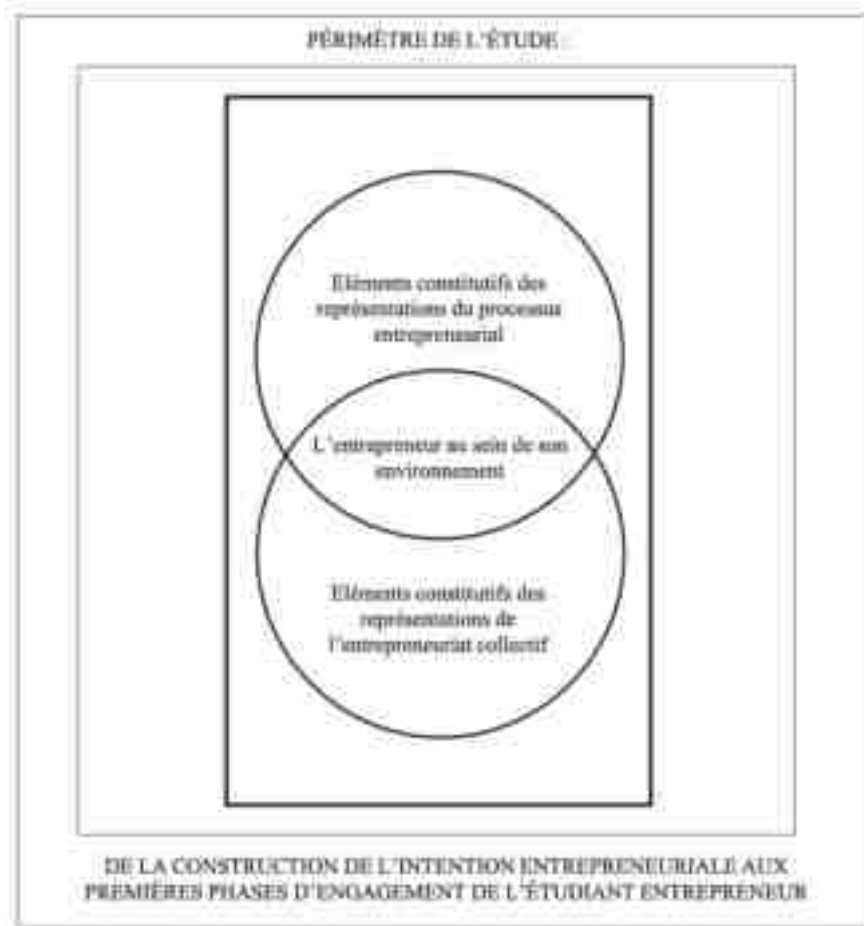
<sup>23</sup> La conjoncture liée au COVID-19 ne permet pas la mise en place des événements en présentiel

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- **Les éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants** : ce niveau fait référence aux représentations de l'intention et de l'engagement entrepreneurial des entrepreneurs.
- **Les éléments constitutifs des représentations de l'entrepreneuriat collectif des étudiants** : ce niveau englobe les représentations des entrepreneurs quant aux équipes entrepreneuriales et aux espaces collaboratifs.

Ces deux dimensions d'analyse constituent une trame concernant les matériaux à collecter. Leur dénominateur commun correspond à l'unité d'analyse (Dumez, 2013). A la croisée des cadres conceptuels et empiriques de cette recherche, l'unité d'analyse appropriée à l'étude des deux dimensions proposées se révèle être d'ordre individuelle. L'étude des perceptions induit de mobiliser l'entrepreneur comme unité d'analyse, en soulignant les influences collectives dans la construction de ces dernières.

La Figure 7 propose une synthèse des choix en termes de périmètre de l'étude, de dimensions et d'unité d'analyse :



*Figure 7 - Définition du périmètre de l'étude, des dimensions et de l'unité d'analyse*

Après avoir exprimé les choix cadrant l'empirie de cette recherche, la section suivante (§2.2) s'intéresse au triptyque retenu concernant la collecte des matériaux empiriques.

## 2.2. Présentation du triptyque de matériaux de recherche

La présente section a comme objectif d'exprimer en détail les stratégies adoptées pour l'ensemble des matériaux collectés : les entretiens (§2.2.1), les observations directes (§2.2.2.1) et les observations participantes (§2.2.2.2).

Ce triptyque de matériaux est composé de deux dimensions : une dimension centrale et une dimension périphérique.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

La dimension centrale concerne les entretiens réalisés, la dimension périphérique englobe quant à elle les observations directes et participantes venant en soutien aux dires des entrepreneurs naissants.

### 2.2.1. Les entretiens semi-directifs

Les entretiens, hautement plébiscités par les recherches ancrées dans le paradigme interprétativiste (Lincoln, 1995), permettent de recueillir au travers du dialogue des faits et des représentations (Ketele & Roegiers, 1991). Ces éléments concordent avec le positionnement épistémologique de cette recherche ainsi qu'avec les deux dimensions d'analyse retenues.

Le terme *entretien* répond par ailleurs à de nombreuses définitions qui englobent des pratiques différentes (Boutin, 2019). Nous retiendrons les trois typologies suivantes d'entretien présentées par le Tableau 6 :

	Entretien directif	Entretien semi-directif	Entretien non directif
Éléments de définition	Un entretien qui suit l'ordre des questions préparées à l'avance par le chercheur. Le degré de liberté dans les échanges est presque inexistant, l'intention est de vérifier des points précis.	Des thèmes et certaines questions associées sont préparées par le chercheur. L'entretien n'a pas d'ordre prédéfini, l'intention est de collecter des matériaux permettant un juste équilibre entre l'exploration et la vérification des thèmes abordés.	Le chercheur ne prépare pas de question, seuls un thème et quelques sous-thèmes constituent la trame de l'entretien. L'intention est de collecter des matériaux permettant d'explorer les thèmes abordés afin de déterminer des bases d'hypothèses.

*Tableau 6 - Éléments de définition des principales typologies d'entretien, d'après Dargentas, et al., 2007 ; Baribeau & Royer, 2012 ; Boutin, 2019*

Les éléments de définition proposés par le Tableau 6 nous invite à mobiliser des entretiens semi-directifs. En effet, conformément à l'approche abductive retenue, le présent travail bénéficie des enseignements d'un cadre conceptuel, tout en préservant un degré d'autonomie au regard de la singularité du champ de l'entrepreneuriat étudiant. Ainsi, un juste équilibre entre l'exploration et la vérification des thèmes concorde avec le positionnement de cette recherche.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Les entretiens semi-directifs sont articulés autour de deux séries.

La première série s'adresse à des étudiants aux abords du processus entrepreneurial. Une intention d'entreprendre est déclarée, sans que cette dernière ne soit convertie en engagement total au sens de Fayolle (2012). Les étudiants de cette première série portent un projet depuis quelques mois. L'objectif est d'appréhender les influences alimentant leur intention d'entreprendre, et de s'intéresser aux premières phases d'engagement. Conformément à cette approche longitudinale, les étudiants de la première série réalisent jusqu'à trois entretiens. Les thèmes abordés (exprimés dans le Tableau 7) sont transverses aux trois entretiens. Toutefois, certaines questions du deuxième et troisième entretien sont adaptées en fonction des réponses de l'entrepreneur à l'entretien précédent (« *focus projet* » dans la Figure 8).

La Figure 8 propose un extrait de la grille du second entretien proposé à l'entrepreneur PNQ-PP4 :

Domaine	Section	Questions
Évolution de posture	Sur la personne	Comment avez-vous vécu ces derniers mois de développement de votre projet ?
		Quelles ont été les principales actions développées ?
		Quels ont été les succès ?
		Quels ont été les freins ?
		Au regard de ces derniers mois de développement, quels sentiments vous procure votre projet ?
		Avez-vous toujours l'impression de pouvoir aller au bout du projet ?
	Sur le projet	Qu'est-ce qui a changé depuis notre dernière rencontre ?
		Est-ce que les attentes que vous aviez il y a de cela quelques mois sont effectives aujourd'hui ?
		Focus projet 1 : À notre dernier entretien, la question du financement semblait poser problème. Est-ce que vous avez plus de visibilité ?
		Focus projet 2 : comment avez-vous vécu les premiers moments de piloté projet ?
		Focus projet 3 : Vous mentionnez la possibilité de contacter EPITECH pour trouver un étudiant web, qu'en est-il ?
		Quels sont vos nouveaux objectifs ?
		Quelles seront vos prochaines actions sur les 4 prochains mois ? (max 2021)

Figure 8 - Extrait de la grille du second entretien proposé à un entrepreneur de la première série

La seconde série est proposée à des étudiants ou des jeunes diplômés<sup>24</sup> engagés dans le processus entrepreneurial au sens de Fayolle (2012). Ces étudiants portent un projet ou une entreprise depuis au moins un an pour lequel des actions tangibles ont été développées : commercialisation de l'offre, création de partenariats pérennes, campagne de crowdfunding réalisée avec succès, ... L'objectif est de saisir les perceptions de ces entrepreneurs davantage

<sup>24</sup> Diplômés depuis moins de deux ans



expérimentés afin d'assurer une étude en profondeur des mécanismes régissant l'objet de cette recherche. Conformément à la considération selon laquelle ces étudiants ont d'ores et déjà converti leur intention entrepreneuriale en engagement, un seul entretien par entrepreneur est réalisé.

La grille d'entretien proposée à la seconde série d'entrepreneurs est la même que celle mobilisée pour le premier entretien de la première série d'entrepreneur. La Figure 9 en propose un extrait :

Domaine	Section	Questions
Volet équipe entrepreneuriale et communauté de pratique	Volet communauté de pratique	Quelles sont les principales personnes avec lesquelles vous échangez au sujet de votre projet ?
		Pourquoi échangez-vous avec ces personnes ?
		Vous êtes accompagné par XXXX dans le développement de votre projet. Avez-vous le sentiment qu'un groupe se crée à XXXX ?
		Pourquoi cette impression ?
		Quelles sont les caractéristiques de ce groupe ?
		Quels sont les bénéfices de ce groupe ?
		Quelles sont les limites de ce groupe ?
		Avez-vous le sentiment d'appartenir à un autre groupe que celui de XXXX ?
	Si oui, soulevez toute une série de questions	
	Volet équipe, compétences collectives (projet collectif)	Comment avez-vous constitué votre équipe ?
		Quand l'équipe s'est-elle constituée (au début du projet...)?
		Pourquoi avez-vous jugé nécessaire de constituer une équipe ?
		Comment le travail est-il partagé au sein de l'équipe ?
		Quels sont les bénéfices que vous apporte l'équipe ?
		Quelles sont les limites de l'équipe ?
		Quelles sont les compétences propres aux membres de votre équipe ?
	Pensez-vous que l'équipe soit au complet pour continuer à développer le projet ?	
	Volet équipe, projet individuel	Pourquoi développez-vous votre projet seul ?
		Pensez-vous avoir besoin de matériel ?
		Si non - Pourquoi ?
		Si oui - Comment envisagez-vous de le résoudre ?
Si oui - Quelles seraient vos attentes par rapport à vos collègues ?		

Figure 9 - Extrait de la grille d'entretien proposée à un entrepreneur de la seconde série

Ces deux séries d'entretiens répondent ainsi à des stratégies spécifiques, comme en témoigne le Tableau 7 :

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

	<b>Série 1</b> <i>Phase d'intention entrepreneuriale</i>	<b>Série 2</b> <i>Phase d'engagement entrepreneurial</i>
<b>Codage</b>	PNQ (projet non-qualifié)	PQ (projet qualifié)
<b>Type d'entretiens</b>	Semi-directifs	
<b>Nombre d'étudiants contactés</b>	165	27
<b>Nombre d'étudiants participant aux entretiens</b>	12	8
<b>Nombre d'entretiens proposés par étudiant</b>	3 (les entretiens sont espacés d'environ 3 mois)	1
<b>Nombre total d'entretiens réalisés</b>	22 <sup>25</sup>	8
<b>Durée moyenne des entretiens</b>	45 minutes	60 minutes
<b>Principaux thèmes transverses abordés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Parcours de vie</li> <li>◆ Éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale</li> <li>◆ Projection dans le processus entrepreneurial et attentes liées</li> <li>◆ Succès et échecs du projet/de l'entreprise</li> <li>◆ Influences du collectif sur le développement du projet/entreprise</li> </ul>	

*Tableau 7 - Éléments de synthèse des entretiens réalisés*

Au total, trente entretiens sont réalisés (vingt-deux pour la série 1 et huit pour la série 2). Un entretien par série est proposé en annexe 2 et 3.

Les tableaux suivants reprennent en détail les caractéristiques des entretiens réalisés pour chacune des deux séries (Tableau 8 ; Tableau 9 ; Tableau 10).

<sup>25</sup> Certains étudiants n'ont pas réalisé, sous leur volonté, l'ensemble des 3 entretiens proposés

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

PROJETS NON-QUALIFIÉS (1/2)									
L'étudiant, le projet				Les entretiens					
				1 <sup>er</sup> entretien (ENT1)		2 <sup>ème</sup> entretien (ENT2)		3 <sup>ème</sup> entretien (ENT3)	
Code	Niveau	Domaine	Type de projet	Date et heure	Durée	Date et heure	Durée	Date et heure	Durée
PNQ-PP1	Bac+3	École de commerce	Collectif	22 septembre 2020 11h	37 minutes	15 décembre 2020 17h30	47 minutes	04 mars 2021 13h	50 minutes
PNQ-PP2	Bac+4	École de commerce	Individuel	23 septembre 2020 10h30	36 minutes	14 décembre 2020 14h	52 minutes	22 février 2021 14h	49 minutes
PNQ-PP3	Bac+5	École de commerce	Collectif	24 septembre 2020 10h30	35 minutes	17 décembre 2020 10h	48 minutes	03 mars 2021 14h	46 minutes
PNQ-PP4	Bac+5	École de commerce	Collectif	02 octobre 2020 10h	32 minutes	14 décembre 2020 10h	56 minutes	23 février 2021 10h	51 minutes
PNQ-PP5	Bac+2	École de commerce	Collectif	02 novembre 2020 17h30	53 minutes	21 janvier 2021 9h30	47 minutes	12 mars 2021 17h	1h02
PNQ-PP6	Bac+2	École de commerce	Collectif	04 novembre 2020 10h	59 minutes	22 janvier 2021 14h	47 minutes		

Tableau 8 - Principales informations concernant les entretiens de la première série (1/2)

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

PROJETS NON-QUALIFIÉS (2/2)									
L'étudiant, le projet				Les entretiens					
				1 <sup>er</sup> entretien (ENT1)		2 <sup>ème</sup> entretien (ENT2)		3 <sup>ème</sup> entretien (ENT3)	
Code	Niveau	Domaine	Type de projet	Date et heure	Durée	Date et heure	Durée	Date et heure	Durée
PNQ-PP7	Bac+2	École de commerce	Collectif	05 novembre 2020 14h	45 minutes	22 janvier 2021 9h30	43 minutes		
PNQ-PP8	Bac+2	École de commerce	Collectif	12 novembre 2020 16h	54 minutes				
PNQ-PP9	Bac+2	École de commerce	Collectif	19 novembre 2020 15h30	51 minutes				
PNQ-PP10	Bac+3	École de commerce	Collectif	1 <sup>er</sup> octobre 2020 13h	51 minutes	17 décembre 2020 16h	1h32		
PNQ-PP11	Bac+2	École de communication	Individuel	28 septembre 2020 13h	36 minutes	15 décembre 2020 10h	51 minutes	25 février 2021 10h	47 minutes
PNQ-PP12	Bac+5	École de commerce	Individuel	24 septembre 2020 15h	41 minutes	28 décembre 2010 10h	39 minutes		

Tableau 9 - Principales informations concernant les entretiens de la première série (2/2)

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

PROJETS QUALIFIÉS					
L'étudiant, le projet				L'entretien	
Code	Niveau	Domaine	Type de projet	Date et heure	Durée
PQ-PP1	Bac +5	École de commerce	Collectif	13 novembre 2020 16h30	1h22
PQ-PP2	Diplômé Bac +5	École d'ingénieur	Collectif	25 novembre 2020 10h	1h15
PQ-PP3	Diplômé Bac +5	École de commerce	Individuel	27 novembre 2020 14h	59 minutes
PQ-PP4	Bac+5	École d'ingénieur chimie	Collectif	30 novembre 2020 9h	1h06
PQ-PP5	Bac+5	École de commerce	Collectif	03 décembre 2020 10h30	1h21
PQ-PP6	Bac+3	École de commerce	Collectif	03 décembre 2020 15h	1h10
PQ-PP7	Diplômé Bac+5	École de commerce	Collectif	10 décembre 2020 16h	58 minutes
PQ-PP8	Diplômé Bac+5	École de commerce	Collectif	08 janvier 2020 17h	1h02

*Tableau 10 - Principales informations concernant les entretiens de la seconde série*

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

L'ensemble de ces entretiens est intégralement transcrit dans un cahier de recherche, pour un total d'environ 600 pages. Les matériaux issus des entretiens sont traités en deux temps en utilisant le logiciel Excel.

La première phase répond à un travail sur les ressemblances et différences en mobilisant les notions du cadre conceptuel. La Figure 10 reprend cette approche :

<p>La désirabilité de l'acte entrepreneurial (1/2)</p>	<p>La désirabilité entrepreneuriale fait référence aux aspirations et envies personnelles ; la mission de la structure à développer est en phase avec l'entrepreneur dès la construction de l'intention</p>	<p>"A la base c'était juste une idée, je pensais pas du tout me lancer, même l'entrepreneuriat j'en avais jamais rêvé, ça m'était jamais venu à l'esprit. C'est de fil en aiguille, en voyant que des retours positifs et de voir que c'était accessible, que c'était pas impossible de le réaliser, que j'en suis venu à tout enchaîner et de me lancer" PNQ-ENT1-PP2</p> <p>"l'origine du projet je l'ai eu parce que j'ai eu un décès dans ma famille (...) et on avait besoin de vider la maison pour la mettre en vente" / "je pense que c'est vraiment mon expérience associative en fait qui m'a qui m'a poussé à faire ça. L'engouement qu'il y avait autour de ce projet, la réussite de ce projet là qui m'a poussé un petit peu à entreprendre" / "j'ai lancé ce projet là aussi pour répondre à une demande parce que avec à cause du COVID il y a eu beaucoup de brocante et de vide maisons qui ont été annulées et c'est vraiment une réponse à toutes ces annulations" PNQ-ENT1-PP12</p> <p>"ce projet est en train d'émaner de notre passion de la photo de la vidéo et de la com" PNQ-ENT1-PP1</p> <p>"je me suis dit il faut que ça s'arrête en fait. Donc j'aimerais vraiment créer autour de ça quelque chose de beau, une sorte de communauté" PNQ-ENT1-PP11</p> <p>"c'est une question qui nous vient tous les jours c'est « qu'elle sera notre alimentation futur ». On parle beaucoup d'insectes mais il faut qu'on parle aussi plus des plantes parce que ça nourrit aussi. Et donc c'est ça qu'on voudrait faire changer et changer un peu la vision du monde, la vision du futur" PNQ-ENT1-PP5</p>
--	---	--

*Figure 10 - Extrait du traitement des entretiens : première phase, travail sur les ressemblances et différences, projets non-qualifiés, entretien n°1*

De cette première phase, des liens entre les différentes notions du cadre conceptuel sont établis au travers des dires des entrepreneurs (Figure 11) :

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Domaines	Observation	Hypothèses	Verbatims	Commentaires
Dynamisme entrepreneurial	La nature du projet est prépondérante dans la construction de l'identité	PNQ-ENT1-PP1	"Je pense, est en train d'analyser de notre position de la photo de la vidéo et de la com' PNQ-ENT1-PP1	Exhaustif
		PNQ-ENT1-PP2	"A la base c'était juste une idée, je pensais pas du tout me lancer, même l'accompagnement j'en avais jamais idée, ça m'était jamais venu à l'esprit. C'est de RI en algèbre, en voyant que des créateurs potentiels et de voir que c'était accessible, que c'était pas impossible de le réaliser, que j'en avais voulu à tout cœur et de me lancer" PNQ-ENT1-PP2	
		PNQ-ENT1-PP11	"Je me souviens il faut que ça marche en fait. Donc l'annonce venant d'être créée avant de ça quelque chose de bien, une suite de communication" PNQ-ENT1-PP11	
		PNQ-ENT1-PP12	"Voilà du projet je l'ai eu parce que j'ai eu des débuts dans ma famille (...) et on avait besoin de voir la manière dont le métier se passe" / "J'ai lancé ce projet là pour répondre à une demande parce qu'à cause du COVID il y a eu beaucoup de besoins et de vide maisons qui ont été annulés et c'est vraiment une réponse à toutes ces annulations" PNQ-ENT1-PP12	
Les perceptions dans le processus entrepreneurial	La perception est positive	PNQ-ENT1-PP1	"Personne n'est-ce que je ne pensais pas faire d'autres entrepreneurs que...". Enfin c'est qui entrepreneur c'est pas que des gens qui sont ultra riches, juste des gens dans tout ce qui fait ça, y'a forcément des gens lambda et qui se sentent un peu dépassés pour certains et au final ne se sentent pas... PNQ-ENT1-PP1	Non exhaustif
		PNQ-ENT1-PP2	"Je sais que je suis capable de ça, que j'ai jamais eu de problèmes à me lancer dans des projets" / "Je n'ai pas peur de donner parce que c'est des investissements financiers en plus, mais ça n'a pas fait peur, et jusqu'à maintenant ça me fait pas peur, j'arrive à tout le genre jusqu'à là, donc oui je m'en suis senti capable" PNQ-ENT1-PP2	
		PNQ-ENT1-PP11	"J'aurais jamais eu la construction cette application, j'ai répondu à ça mais j'ai pas peur je me suis pas trop inquiété, j'ai fait que ça prend 3, 10 min etc, donc tous les cas j'avais répondu en précisant je n'aurais pas fait que voilà l'application elle sera" PNQ-ENT1-PP11	
		PNQ-ENT1-PP12	"Vraiment les difficultés : il y en a une qui vient arriver mais je suis prêt à les affronter, ça ne me fait pas peur quoi absolument pas" PNQ-ENT1-PP12	
Rapport à l'environnement	L'environnement est perçu comme opportuniste, rentabilisable	PNQ-ENT1-PP1	Pas de réponse	Non exhaustif (PP1 concerné)
		PNQ-ENT1-PP2	"Je me souviens par beaucoup de personnes (...) et dans des secteurs mêmes, beaucoup d'opportunités" PNQ-ENT1-PP2	
		PNQ-ENT1-PP11	"Je vais chercher les financements tout ce que ça a commencé de projets, également grâce à...". Suite de la structure" A, je sais qu'il y a un grand oral, on a l'opportunité de présenter notre projet. Le tout des investisseurs, donc le compte également beaucoup il donne" PNQ-ENT1-PP11	
		PNQ-ENT1-PP12	"Même si le contexte n'est pas forcément très bon pour entrepreneur, en général il y a quand même des endroits où c'est possible, il y a quand même des endroits où on peut entrepreneur et on peut apporter une solution" PNQ-ENT1-PP12	

Figure 11 - Extrait du traitement des entretiens : deuxième phase, détermination des liens entre les notions du cadre conceptuel, projets non-qualifiés, entretien n°1

Les verbatims relevés au sein des entretiens sont présentés dans le Chapitre 3 en fonction de la grille de lecture proposée par la Figure 12 :

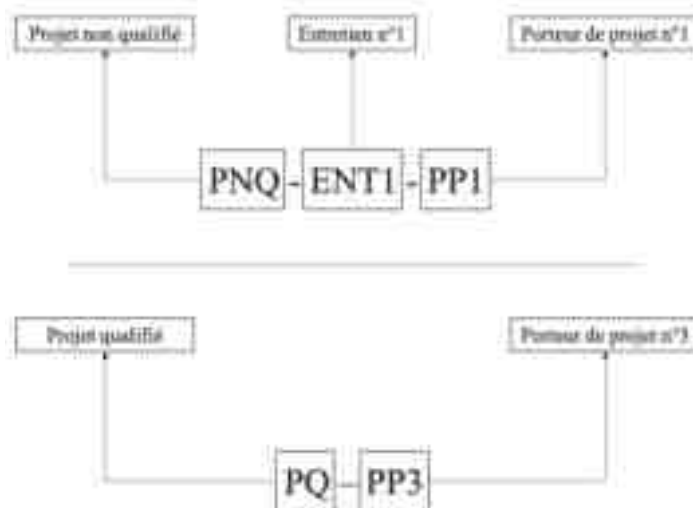


Figure 12 - Grille de lecture des verbatims des entretiens présentés dans le Chapitre 3

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

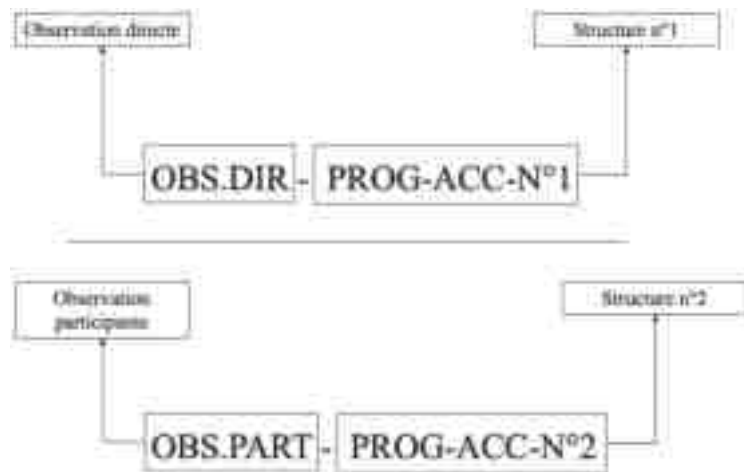
Après avoir présenté les principales caractéristiques inhérentes aux trente entretiens réalisés dans le cadre de cette recherche, la sous-section suivante (§2.2.2) propose un éclairage sur les techniques mobilisées pour le déploiement des observations directes et participantes.

### 2.2.2. Les observations directes et participantes

L'observation concerne une posture dans laquelle le chercheur est présent sur son terrain afin d'étudier des comportements et des événements se produisant dans un contexte spécifique (N'da, 2015). L'observation constitue par ailleurs un dispositif plébiscité dans le cadre des recherches qualitatives (Dumez, 2012).

Dans le cadre de ce travail, des observations directes (§2.2.2.1) et participantes (§2.2.2.2) sont mobilisées auprès des cinq structures d'accompagnement entrepreneurial présentées en amont (§2.1). Notre activité d'observateur est rendue publique dans l'objectif d'avoir accès à une plus grande diversité d'informations (Lapassade, 2001).

Les éléments issus des observations directes et participantes sont présentés dans le Chapitre 3 en fonction de la grille de lecture suivante (Figure 13) :



**Figure 13** - Grille de lecture des éléments issus des observations directes et participantes présentés dans le Chapitre 3

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



### 2.2.2.1. L'observation directe

L'observation directe se fait *in situ*, permettant de rendre compte des processus cognitifs, qu'ils soient individuels ou collectifs (Journé, 2005) sans intervenir dans les mécanismes étudiés (Bizeul, 2007).

La technique d'observation directe est mobilisée dans le cadre de trois des cinq structures d'accompagnement citées en amont (Tableau 11) :

Structures	Champs d'observations directes
<b>PROG-ACC-N°1<sup>26</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 5 événements de novembre 2020 à mars 2021</li> <li>○ 16 ateliers du 27 novembre 2020 au 28 janvier 2021<sup>27</sup></li> <li>○ Les échanges via l'outil <i>Discord</i> mis à disposition par la structure de novembre 2020 à mars 2021</li> </ul>
<b>PROG-ACC-N°2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les échanges via l'outil <i>Atolia</i> mis à disposition par la structure d'octobre 2020 à janvier 2021</li> </ul>
<b>PROG-ACC-N°3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 11 ateliers du 8 octobre 2020 au 1<sup>er</sup> avril 2021</li> <li>○ Les échanges via l'outil <i>Discord</i> mis à disposition par la structure d'octobre 2020 à avril 2021</li> </ul>

*Tableau 11 - Champs d'observations directes réalisées au sein des structures d'accompagnement entrepreneurial*

Notons que seules les conversations effectuées dans les canaux publics des différents outils mis à disposition par les structures sont mobilisées. Ces conversations se font entre étudiants accompagnés, coachs et responsables de la structure d'accompagnement.

Durant la phase d'observation directe, la collecte de données se fait par une prise de note. Les données brutes sont par la suite traitées et transcrites sur le cahier de recherche commun à l'ensemble des matériaux. L'annexe n°4 propose un extrait de transcription d'une observation directe.

<sup>26</sup> Le PROG-ACC-N°1 est mobilisé pour l'observation directe et participante

<sup>27</sup> Nous avons fait le choix de n'assister qu'aux ateliers de janvier 2021, permettant aux projets incubés depuis le début de l'année universitaire d'avoir mis en place des actions concrètes, tout en bénéficiant d'une fréquence importante en termes d'ateliers

Lorsque plusieurs événements se tiennent sur les mêmes créneaux et que ces derniers sont proposés par visioconférence, nous assistons à l'une de ces séances et enregistrons la/les autre(s) pour la/les traiter en aval.

Les observations directes telles que présentées viennent ainsi en soutien aux entretiens réalisés avec les étudiants. L'empirie de cette recherche repose également sur de l'observation participante (§2.2.2.2).

### 2.2.2.2. *L'observation participante*

La technique d'observation participante permet « *de vivre la réalité des sujets observés et de pouvoir comprendre certains mécanismes difficilement décryptables pour quiconque demeure en situation d'extériorité* » (Bastien, 2007, p.128).

Au même titre que les observations directes, les observations participantes sont mobilisées afin d'appréhender les mécanismes collectifs au sein des structures d'accompagnement entrepreneurial. Les matériaux collectés dans le cadre des observations participantes se déclinent en deux typologies : le coaching projet et les cours. L'annexe 5 propose un extrait d'une observation participante.

Les observations participantes sont mobilisées au sein de quatre des cinq structures d'accompagnement entrepreneurial cadrant le terrain (Tableau 12) :

Structures	Champs d'observations participantes
<b>PROG-ACC-N°1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 49 heures de coaching (ateliers collectifs et accompagnement individualisé) entre octobre 2020 et avril 2021</li> <li>○ 10 heures de réunion pédagogique</li> </ul>
<b>PROG-ACC-N°3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 20 heures de coaching (accompagnement individualisé) entre octobre 2020 et avril 2021</li> </ul>
<b>PROG-ACC-N°4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 20 heures de cours entre septembre 2020 et mars 2021</li> </ul>
<b>PROG-ACC-N°5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 10 heures de coaching (ateliers collectifs) entre octobre 2020 et mars 2021</li> </ul>

*Tableau 12 - Champs d'observations participantes réalisées au sein des structures d'accompagnement entrepreneurial*

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

En synthèse, l'empirie de ce présent travail repose sur une méthodologie qualitative à visée compréhensive. Une approche longitudinale est retenue dans la stratégie de collecte des matériaux.

Afin de s'assurer de l'objectivité des résultats obtenus, ces matériaux empiriques sont collectés au travers d'un alliage de trente entretiens semi-directifs, et d'environ cent heures d'observations directes et participantes.

Ce triptyque est permis par le concours de cinq structures œuvrant au profit de l'entrepreneuriat étudiant au niveau local. Cette approche permet de tendre vers l'appréhension des deux dimensions de cette recherche, à savoir les éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial et de l'entrepreneuriat collectif des étudiants.

L'ensemble des matériaux collectés est transcrit dans un même cahier de recherche, comptabilisant environ 800 pages.

## Conclusion du chapitre 2

Ce présent chapitre proposait en premier temps une présentation de nos choix épistémologiques et méthodologiques. Au travers de la considération selon laquelle l'objet de cette recherche s'engage dans l'étude des représentations des étudiants entrepreneurs sans que nous ne participions à la construction de ces dernières, le choix d'un positionnement au sein du paradigme interprétativiste semble le plus adéquat.

L'adoption d'une approche abductive a par ailleurs été motivée au regard des apports antérieurs riches sur le sujet et de notre volonté de préserver un degré d'autonomie conformément à la singularité du champ de l'entrepreneuriat étudiant.

En s'interrogeant sur la méthodologie nous permettant d'appréhender les perceptions des étudiants, l'approche qualitative s'est révélée être la plus en phase avec l'objet de cette recherche. Cette dernière est couplée à une approche longitudinale des faits observés.

Dans un second temps, ce chapitre a défini le périmètre de l'étude, allant de l'intention entrepreneuriale aux premières phases d'engagement de l'étudiant entrepreneur. Ce dernier est articulé autour des éléments constitutifs des représentations des étudiants quant au processus entrepreneurial et de l'entrepreneuriat collectif, où l'entrepreneur constitue l'unité d'analyse. De ces considérations, les trois typologies de matériaux empiriques ont été présentées, en soulignant le caractère central des trente entretiens réalisés. Les observations directes et participantes réalisées au sein de cinq structures d'accompagnement entrepreneurial du même écosystème strasbourgeois se positionnent en soutien aux dires des entrepreneurs.

## CHAPITRE 3 : RESULTATS DE LA RECHERCHE

---

### Vers la matérialisation du lien entre l'entrepreneuriat collectif et l'engagement entrepreneurial des étudiants

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Introduction du chapitre

Le présent chapitre a comme objectif de proposer des éléments de réponse quant aux influences perçues de l'entrepreneuriat collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Il repose sur deux piliers.

Le premier est orienté sur l'étude des perceptions des étudiants quant au processus entrepreneurial. Quels sont les éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants ? Quels sont les facteurs perçus intervenant dans le couple intention/engagement ? Telles sont les questions qui guident cette première section (§1).

Au travers d'une analyse des perceptions des étudiants quant à l'acte entrepreneurial, un modèle intentionnel axé sur les croyances comportementales et normatives est proposé, où l'auto-efficacité perçue et le rapport à l'environnement assurent le rôle de médiateur avec l'engagement de l'entrepreneur (§1.3).

Le second étudie les représentations des étudiants quant à l'entrepreneuriat collectif. En mobilisant les équipes entrepreneuriales<sup>28</sup> ainsi que les programmes d'accompagnement entrepreneurial, nous tentons de proposer des éléments de réponses aux deux questions suivantes : quels sont les éléments constitutifs des interactions entre les entrepreneurs ? Quels sont les effets de ces interactions sur l'engagement entrepreneurial ?

Par l'identification de mécanismes individuels et collectifs, l'équipe entrepreneuriale et les communautés d'étudiants entrepreneurs<sup>29</sup> évoluant au sein des programmes d'accompagnement se positionnent en catalyseur du processus entrepreneurial (§2.3).

D'une lecture croisée des deux dimensions de perception citées, un modèle intentionnel est proposé, dans lequel la dynamique collective répond à une croyance influençant tant l'intention que l'engagement entrepreneurial de l'étudiant.

---

<sup>28</sup> Entendu ici comme un collectif d'entrepreneurs développant ensemble un même projet en s'associant autour d'un même but, en partageant une intention commune, et en s'engageant conjointement dans leurs actions (Levy-Tadjine & Paturel, 2008)

<sup>29</sup> Entendu ici comme un collectif d'entrepreneur évoluant au sein d'un même contexte, celui du programme d'accompagnement entrepreneurial, en développant des projets entrepreneuriaux indépendants les uns aux autres

## 1. Les éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants

Cette première section a comme objet de présenter les résultats inhérents aux éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants. Le processus est appréhendé en deux temps : le déclenchement au travers de l'intention (§1.1), et les premières phases d'engagement des étudiants (§1.2).

### 1.1. La construction de l'intention entrepreneuriale des étudiants

L'étude du déclenchement du processus est articulée autour d'une lecture croisée des apports de Fishbein & Ajzen (2010) et des matériaux empiriques collectés. Ainsi, les entrepreneurs naissant mettent en avant deux croyances alimentant leur intention entrepreneuriale : les croyances comportementales (§1.1.1) et les croyance normatives (§1.1.2).

#### 1.1.1. Les croyances comportementales, ou la désirabilité entrepreneuriale perçue des étudiants

Les croyances comportementales font références à l'attitude de l'étudiant envers l'acte entrepreneurial (Chapitre 1, §1.1). Ces croyances sont ici étudiées au travers de la notion de désirabilité perçue, où la motivation joue un rôle de régulateur du comportement.

La notion de désirabilité telle que présentée par les étudiants permet de rendre compte de deux principales typologies d'entrepreneurs naissants :

- **Entrepreneurs à mission** : la désirabilité est fondamentalement liée à l'objet du projet ; le projet est perçu comme un levier permettant de tendre vers un objectif fixé (§1.1.1.1).
- **Entrepreneurs d'exploration** : la désirabilité est associée à l'acte entrepreneurial en lui-même ; le questionnement sur la nature du projet est relégué au second plan (§1.1.1.2).

Ces typologies d'entrepreneurs ont été déterminées en mobilisant la méthode de réduction d'un espace d'attributs (Grandclaude & Nobre, 2018). La première phase consiste en la détermination des concepts matérialisant la notion *d'attributs* (Coenen-Huther, 2006). Dans le cadre de cette recherche, les attributs font référence aux éléments constitutifs de la désirabilité perçue des étudiants quant à l'acte entrepreneurial : expériences antérieures, formation, éléments de motivation intrinsèques, ... La seconde phase vise à ne retenir que les attributs pour lesquels des liens sont relevés (Coenen-Huther, 2006). Dans le cadre de ce travail, la désirabilité perçue de l'acte entrepreneurial se traduit par les attentes de résultats ainsi qu'aux bénéfices liés.

#### *1.1.1.1. Les entrepreneurs à mission*

Les entrepreneurs à mission, liant l'objet du projet porté à la désirabilité d'entreprendre, témoignent de trois principales croyances quant à l'acte entrepreneurial.

Premièrement, l'entrepreneuriat consiste en la traduction d'une passion en projet professionnel : « *ce projet est en train d'émaner de notre passion pour la photo et la vidéo* » PNQ-ENT1-PP1.

Au travers de cette forme de désirabilité, l'entrepreneur semble principalement chercher à monétiser l'une de ses passions « *au final si ça marche ça peut même réaliser de l'argent, bon après c'est pas l'objectif principal hein mais voilà* » PNQ-ENT1-PP9.

Deuxièmement, l'acte entrepreneurial est perçu comme désirable du fait d'une situation rencontrée par l'étudiant pour laquelle une intervention est jugée comme nécessaire : « *c'est quelque chose que j'ai remarqué de ma propre expérience, quand je devais faire un trajet seule le soir* »

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



*je n'étais jamais sereine. Donc à force de voir ça, je me suis dit qu'il fallait que ça s'arrête quoi* » PNQ-ENT1-PP11.

Dans l'ensemble, ces situations témoignent principalement d'une volonté de la part des entrepreneurs de répondre à un enjeu sociétal : *« c'est une question qui nous vient tous les jours, c'est "quelle sera notre alimentation future". Donc nous on veut vraiment répondre à ça quoi, faire changer un peu la vision du monde par rapport à ça* » PNQ-ENT1-PP5. Cette volonté accélère l'émergence d'une solution chez l'étudiant, qui *in fine* est convertie en projet entrepreneurial.

Enfin, l'acte entrepreneurial est perçu comme une réponse à des expériences professionnelles non concluantes. La désirabilité semble élevée, l'entrepreneuriat étant considéré comme un acte de dernier recours : *« ça m'a toujours frustré de me dire que je fais un boulot qui ne m'intéresse pas, [...] je veux aller jusqu'au bout de mon projet, je veux trouver ma place* » PQ-PP5.

La première typologie d'entrepreneurs naissants ayant été présentée, la section suivante (§1.1.1.2) propose les résultats inhérents aux étudiants plaçant l'acte entrepreneurial en lui-même comme étant désirable, qu'importe l'objet du projet.

#### *1.1.1.2. Les entrepreneurs d'exploration*

Les entrepreneurs d'exploration dissocient l'objet du projet porté à la désirabilité d'entreprendre : *« on a fait beaucoup de brainstorming au début, on est parti de rien, on s'est juste dit qu'on voulait faire un projet entrepreneurial* » PNQ-ENT1-PP9. Ce profil d'entrepreneur témoigne de deux principales croyances quant à l'acte entrepreneurial.

Premièrement, les étudiants soulignent leur intérêt pour l'entrepreneuriat afin de s'ouvrir à un parcours professionnel jusqu'alors inconnu : *« l'entrepreneuriat, c'est surtout la curiosité de savoir jusqu'où ça peut aller, savoir ce que ça va m'apprendre et puis tout simplement de mettre un pas dans le monde dans l'entrepreneuriat* » PNQ-ENT1-PP8.

Deuxièmement, l'acte entrepreneurial est poursuivi dans une logique contextuelle, où l'objectif principal est de s'insérer dans un marché jugé comme attrayant : *« j'ai lancé ce projet là pour*

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

*répondre à une demande, parce qu'avec le COVID il y a eu beaucoup de brocante et de vide maison qui ont été annulés, c'est vraiment une réponse à toutes ces annulations » PNQ-ENT1-PP12.*

Ici, l'acte entrepreneurial se conjugue sur le très court-terme ; si le marché ne répond pas aux offres de l'entrepreneur, ce dernier semble enclin à changer de projet : *« si à un moment donné je me rends compte que c'est pas viable du tout ben on arrêtera. Je pense qu'il y a une part de chance, rencontrer la bonne personne, voir la bonne opportunité etc » PNQ-ENT1-PP8.*

Ces deux formes de désirabilité entrepreneuriale telles que présentées sont couplées à une perception spécifique de l'entrepreneuriat. Ici, ce parcours professionnel est davantage perçu comme un levier d'apprentissage : *« l'entrepreneuriat parce que j'ai envie de découvrir mes capacités, mes limites, jusqu'où je peux aller et surtout apprendre du monde de l'entreprise » PNQ-ENT1-PP5.*

En synthèse, deux principales typologies d'entrepreneurs naissants sont identifiées en fonction de leur rapport à l'objet du projet porté. Ces deux profils répondent à des attentes de résultats et des bénéfices liés à l'acte entrepreneurial spécifiques, comme en témoigne le Tableau 13 :

<b>Croyances comportementales</b> <i>Mobilisation de la notion de désirabilité perçue</i>	<b>Entrepreneurs à mission</b> <i>L'objet du projet est central dans la désirabilité entrepreneuriale</i>	<b>Entrepreneurs d'exploration</b> <i>L'objet du projet est secondaire dans la désirabilité entrepreneuriale</i>
Attentes de résultats	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monétiser une passion</li> <li>• Répondre à un enjeu sociétal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Découvrir une voie professionnelle inconnue</li> <li>• Répondre d'une manière contextuelle à un marché jugé comme étant en déséquilibre</li> </ul>
Bénéfices liés	Trouver en ce modèle professionnel une réelle perspective d'avenir	Développer de nouvelles compétences

*Tableau 13 - Impacts du profil d'entrepreneur naissant sur les variables inhérentes à la désirabilité entrepreneuriale*

Après avoir proposé des éléments constitutifs de la désirabilité perçue des deux profils d'entrepreneurs naissants identifiés, la section suivante (§1.1.2) se concentre sur les croyances normatives alimentant l'intention entrepreneuriale.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

### 1.1.2. Les croyances normatives, ou les influences environnementales perçues

Les croyances normatives sont ici étudiées au travers des influences positives ou négatives quant à l'acte entrepreneurial auxquelles l'étudiant fait face. Elles alimentent les degrés de motivation et d'auto-efficacité de l'entrepreneur naissant.

Ces croyances s'articulent autour de 3 variables : les parents, les amis et les primo adoptants.

- **Les parents**

Les parents constituent la première variable influençant le degré de motivation des étudiants : « [mes parents] *me supportent beaucoup, ils sont beaucoup derrière moi, ils me demandent toujours comment ça se passe, comment ça évolue* » PNQ-ENT1-PP7.

Au travers de leur présence et persuasions verbales, les parents semblent influencer l'auto-efficacité perçue des étudiants : « [mes parents] *m'ont soutenu dès le départ, ils m'ont dit que c'était tout à fait possible et qu'ils me soutiendraient dans ce cas* » PNQ-ENT1-PP2.

Les parents sont en ce sens définis comme étant une ressource accélérant l'insertion de l'étudiant dans le processus entrepreneurial : « *je pense que si [...] ma famille n'était pas là à me soutenir, je n'aurais pas été plus loin parce que c'est vraiment ça la différence* » PNQ-ENT2-PP2.

Certains entrepreneurs soulignent par ailleurs une forme de réticence des parents quant à l'acte entrepreneurial. Les étudiants décrivent le cercle familial comme étant protecteur, les invitant à préférer une première expérience professionnelle en entreprise : « *en tant que père il m'a clairement dit c'est ta vie, c'est tes choix et quoi que tu fasses on te soutiendra, mais à ta place j'aurais intégré d'abord une entreprise pour faire une expérience* » PNQ-ENT1-PP4.

Ces influences allant à l'encontre de l'acte entrepreneurial ne semblent pour autant pas impacter directement l'intention des étudiants qui distinguent leurs souhaits des préconisations de leur cercle familial : « *je continuerai le projet quitte à ce que d'ailleurs mes parents soient contre* » PNQ-ENT1-PP1.

- **Les amis**

Les amis constituent la deuxième source alimentant la motivation des étudiants à entreprendre : « *mes potes c'est important, [...] je sais qu'à certain moment, s'ils n'avaient pas été là, j'aurais été vraiment tentée d'arrêter le projet* » PNQ-ENT2-PP11.

Cette observation est commune à l'ensemble des étudiants interrogés, qui prêtent à cette première dimension de connaissances proches la capacité à les motiver : « *[mes amis] étaient toujours là pour me dire "bon maintenant c'est bon là ça suffit [...], tu t'y mets quoi parce qu'il y a des gens qui comptent sur toi"* » PNQ-ENT2-PP11.

Les amis permettent également à l'étudiant de prendre du recul concernant le développement de son projet : « *quand on est tout seul sur le projet il faut être à 200% tout le temps donc c'est super important d'avoir les amis en soutien* » PNQ-ENT2-PP2.

- **Les primo adoptants**

La motivation est également fonction des retours des primo adoptants, entendus ici comme les premières personnes externes à leur cercle privé avec lesquelles les étudiants entretiennent des échanges concernant leur projet.

La nature des retours des primo adoptants est centrale dans la fluctuation du degré de motivation : « *ce qui m'a fait plaisir c'est le mail de \*prénom\*, c'est de l'aide de l'extérieur. Cette aide qui nous a beaucoup apporté, donné plus de motivation et en même temps donné le courage de continuer dans cette voie* » PNQ-ENT1-PP5.

Les primo adoptants exercent par ailleurs des influences significatives sur l'auto-efficacité perçue des porteurs de projet : « *j'ai eu beaucoup de retours positifs, j'ai eu 0 retours négatifs, j'ai eu que retours constructifs, ce qui me permet également de voir les choses beaucoup plus sereinement* » PNQ-ENT1-PP12.

En synthèse, les croyances normatives influencent le degré d'intention entrepreneuriale des étudiants au travers de leur motivation et de leur degré perçu d'auto-efficacité. Notons par ailleurs que les trois variables proposées sont transverses aux deux profils d'entrepreneurs

naissants détectés<sup>30</sup>, et exercent leurs influences à géométrie variable, comme en témoigne le Tableau 14 :

	Occurrences <sup>31</sup>			
	Projets non qualifiés <i>12 occurrences maximum</i>		Projets qualifiés <i>8 occurrences maximum</i>	
	Valeur	Taux	Valeur	Taux
<b>Parents</b>	12	100	5	63
<b>Amis</b>	9	75	6	75
<b>Primo adoptants</b>	12	100	8	100

*Tableau 14 - Tableau d'occurrences des 4 variables influençant le degré de faisabilité perçu du processus entrepreneurial*

Le Tableau 14 permet de rendre compte que les trois principales variables relevées par les étudiants entretiennent des influences hétérogènes sur la construction de leur intention d'entreprendre. Une évolution des rapports aux variables des étudiants est soulignée.

Les parents semblent ainsi répondre à une influence certaine aux abords du processus entrepreneurial ; cette influence semble quelque peu s'estomper dès lors que l'étudiant est pleinement engagé dans le processus. En effet, l'influence des parents sur l'intention entrepreneuriale est systématiquement citée par les projets non-qualifiés. Seuls cinq projets qualifiés sur les huit ne citent cette influence.

Les amis entretiennent quant à eux une influence linéaire tout au long du processus entrepreneurial ; ces influences sont toutefois secondaires : seul un tiers des répondant citent ces facteurs.

Enfin, les primo adoptants exercent une influence constante et significative dans l'ensemble du processus entrepreneurial. Cette influence constante peut s'expliquer par le lien entre primo-adoptants et auto-efficacité perçue.

<sup>30</sup> Les entrepreneurs à mission et d'exploration (§1.1.1)

<sup>31</sup> Nombre d'étudiant ayant mentionné la variable durant l'un des trente entretiens ; si l'étudiant mentionne plusieurs fois la même variable au sein du même entretien ou en cumulé sur les trois entretiens (pour les projets non qualifiés), une seule occurrence est comptabilisée

Toutefois, indépendamment de ces variables, les degrés initiaux de motivation et d'auto-efficacité sont propres à chaque étudiant et déterminent leur degré d'intention quant à l'acte entrepreneurial.

### 1.1.3. Synthèse des éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants

En synthèse, cette première section a proposé d'étudier les deux principales typologies de croyances influençant l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Premièrement, les croyances comportementales. Ces dernières constituent le reflet des éléments constitutifs de la désirabilité des étudiants, mettant en avant des entrepreneurs à mission et d'exploration. Ainsi, en fonction de leur rapport à l'objet du projet porté, des attentes de résultats et des bénéfices liés se distinguent.

Deuxièmement, les croyances normatives, étudiées au travers des influences environnementales perçues. Trois sources d'influence à géométrie variable sont identifiées, alimentant l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Trois constats sont relevés au travers de l'étude des éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants. Premièrement, les croyances comportementales sont témoins de la nature de la motivation de l'étudiant quant à l'acte entrepreneurial. Deuxièmement, les croyances normatives influencent les degrés perçus existants de motivation et d'auto-efficacité. Troisièmement, la notion de faisabilité perçue<sup>32</sup> ne semble pas directement intervenir dans la construction de l'intention entrepreneuriale ; le contrôle comportemental perçu influence davantage la transition entre l'intention et l'engagement.

---

<sup>32</sup> Entendue ici comme les croyances de contrôle

Après avoir présenté les principales perceptions des étudiants interrogés quant à la construction de leur intention entrepreneuriale, la section suivante (§1.2) s'intéresse à la transition entre l'état de pensée et l'engagement effectif des étudiants.

## 1.2. De l'intention d'entreprendre à l'engagement

Les résultats de cette recherche mettent en avant que l'engagement perçu par l'étudiant revêt un caractère d'ordre individuel et cognitif. Ce caractère est traduit par le contrôle comportemental perçu, agissant comme point de transition entre l'intention et l'engagement des étudiants. Deux typologies de transition sont relevées :

- **Typologie 1** : une transition franche entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement (§1.2.1)
- **Typologie 2** : une difficile transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement (§1.2.2)

Cette distinction est réalisée au travers de l'étude des deux dimensions de variables régissant le contrôle comportemental perçu, à savoir les perceptions de l'entrepreneur naissant quant à ses compétences et à son environnement.

Deux principales dimensions influencées par le contrôle comportemental perçu des étudiants sont relevées : la typologie d'actions développées et la capacité de projection, et le rapport aux programmes d'accompagnement.

### 1.2.1. Une franche transition entre l'intention et l'engagement

Les étudiants répondants à une transition franche entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement témoignent d'un degré perçu significatif d'auto-efficacité et d'une posture agentive.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- **Le rapport aux compétences détenues**

Les étudiants semblent prendre conscience des compétences qu'ils détiennent : « *la règle numéro 1 c'est de ne pas délégué ce que tu sais faire toi-même. J'ai appris pas mal de chose et je sais que je peux les mobiliser* » PQ-PP8. Quand bien même les entrepreneurs estiment que leurs compétences ne leur permettent pas de réaliser une mission au même titre qu'un professionnel, l'exploitation de ces dernières pour la gestion quotidienne du projet est privilégiée : « *clairement on va essayer de le faire nous-même, au moins ça nous coûtera rien. Bon après ça sera pas la même qualité que si c'était un professionnel qui l'avait fait, mais au moins on ne dépense pas l'argent qu'on n'a pas* » PNQ-ENT3-PP3. Ainsi, les étudiants semblent chercher à se « débrouiller<sup>33</sup> » avec les moyens à disposition, notamment lorsqu'un investissement financier est au cœur de la problématique.

- **Le rapport à l'environnement**

L'environnement est tout d'abord perçu comme garant de ressources mobilisables. Les étudiants citent en premier lieu leurs amis et connaissances proches qui, de par leurs compétences et connaissances, peuvent aider le porteur de projet sur des points spécifiques : « *mes amis ils peuvent aussi faire tout ce qui est relation presse etc, [...] ils ont diverses compétences, [...] donc mes amis j'en aurai besoin* » PNQ-ENT2-PP11.

Deuxièmement, les professeurs peuvent aiguiller l'entrepreneur sur la stratégie globale du projet : « *je sais que je continue pas mal à échanger avec un prof que j'avais eu à l'IUT, il est de bon conseil et il continue à suivre le projet* » PNQ-ENT1-PP2.

Les entrepreneurs naissants cherchent à interagir avec leur environnement, et notamment avec les primo adoptants. Ces derniers plongent les étudiants dans une réalité entrepreneuriale : « *étant donné qu'on a des retours positifs des professionnels qui nous disent "c'est quand que vous arrivez ? Nous on est totalement positif par rapport à votre implantation", je pense que la réalité du projet a augmenté dans tous nos esprits* » PNQ-ENT2-PP6.

---

<sup>33</sup> Nous utilisons volontairement le terme « débrouiller » pour rendre compte de la volonté des étudiants à mobiliser les ressources disponibles, quand bien même ces dernières ne permettent pas de réaliser totalement une tâche spécifique.



De même, les différentes collaborations entreprises marquent d'une manière incisive l'engagement de l'étudiant dans le processus entrepreneurial : *« je pense que le fait de travailler conjointement avec l'agence ça officialise le tout, quand elle parlait de tout l'aspect technique, je me disais qu'on rentre dans le concret »* PNQ-ENT2-PP2.

Ainsi, cette transition franche entre l'intention et l'engagement est assurée par l'officialisation de l'idée. Les étudiants communiquent davantage avec leur environnement sur la nature même du projet, tout en gardant une expérience positive de cette transition : *« sans discuter avec ces personnes je n'aurais jamais su les étapes clés d'un développement de projet »* PNQ-ENT2-PP2.

Ces interactions régissent l'orientation globale du projet, invitant les étudiants à consulter régulièrement les primo adoptants : *« on teste tout avec eux, genre 10/15 personnes, donc c'est génial on a vraiment cet échantillon-là qui nous sert de base pour le développement »* PNQ-ENT2-PP1.

Cette volonté marquée de développer le projet aux côtés de son environnement, et notamment des primo adoptants, est par ailleurs exponentielle. Ces phases itératives permettent au porteur de projet de définir la nature de l'offre : *« c'est au travers des échanges avec ma communauté, même avec des petits sondages sur \*nom de la plateforme\* par exemple, que j'ai pu définir ma première gamme de produit »* PQ-PP8.

Les primo adoptants permettent aux étudiants d'accroître leurs croyances quant à leur capacité à porter le projet : *« quand je vois tous les retours positifs qu'on a, je vois pas comment le projet ne pourrait pas marcher »* PNQ-ENT2-PP8. Les étudiants se montrent en ce sens particulièrement sensibles à leurs commentaires : *« plus on en parle, plus les gens nous disent "mais votre projet c'est le tourisme de demain", enfin c'est génial quoi »* PNQ-ENT2-PP4. Ainsi, les retours des primo adoptants viennent se greffer à la motivation propre du porteur de projet : *« on a une niaque interne mais sans les gens qui nous poussent au quotidien c'est beaucoup plus complexe »* PQ-PP1.

Un contrôle comportemental perçu rendant l'acte entrepreneurial favorable inscrit les étudiants dans une transition franche entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement. Cette transition

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

constitue une phase durant laquelle les entrepreneurs soulignent un changement de posture. Ce dernier impacte directement leur processus cognitif au travers des représentations de leur posture entrepreneuriale : *« c'est plein de petites choses cumulées qui font qu'aujourd'hui on se sent vraiment entrepreneur »* PNQ-ENT2-PP3.

Les répondants se définissent comme étant entrepreneurs par le concours de leurs actions et ressentis. Cette transition ne nécessite pas une rupture totale avec leur situation antérieure. En ce sens, bien qu'étant toujours étudiant, une perception d'un engagement réel est relevée au travers d'une implication en termes de temps alloué : *« j'ai les deux pieds dedans quoi, avec \*nom du coéquipier\* on appelle 4 fois par jour et ça ne s'arrête pas »* PNQ-ENT2-PP4.

Certains événements sont par ailleurs décrits comme des accélérateurs du changement. Ces derniers sont liés à des dimensions du projet sur lesquelles les étudiants communiquent avec leur environnement. Il s'agit ici à titre d'exemple de la définition du nom de la future structure : *« on a trouvé le nom aussi, et je pense que ça a été le déclencheur. Quand on disait "le projet" ça faisait vraiment scolaire, et là quand on a trouvé le nom et qu'on s'appelle en disant « ouais alors pour \*nom du projet\* » ben ça rend le truc concret quoi »* PNQ-ENT2-PP4.

Ces événements peuvent également être liés à un investissement financier et humain de la part de l'entrepreneur : *« j'avais déjà mis du capital, j'avais déjà obtenu une garantie de prêt, j'étais en train de faire le tour des banques pour obtenir un prêt, enfin voilà j'avais pas mal bossé quoi, et c'est pas à ce moment-là que t'abandonnes le projet »* PQ-PP8.

Par ailleurs, la transition se déroule sur un espace temps restreint, et est vécue comme un événement à part entière orienté dans le temps : *« en octobre c'était l'idée et aujourd'hui<sup>34</sup> c'est l'idée qu'on a convertie, et puis on est en train de la rendre publique quoi »* PNQ-ENT2-PP4.

Cette accélération de l'étudiant dans le processus entrepreneurial entraîne par ailleurs des complications en termes d'équilibre entre le projet entrepreneurial et la formation : *« honnêtement ça a été très compliqué à un moment, parce que j'avais les cours à \*nom de l'école\*, donc voilà j'essayais de jongler entre tout ça, et il a eu une période de quelques mois où je sais pas comment j'ai tenu »* PQ-PP5.

---

<sup>34</sup> 2,5 mois plus tard, soit le 14 décembre 2020

Cette transition franche entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement au travers du contrôle comportemental perçu impacte la typologie d'actions développées et la capacité de projection.

Les actions développées vont au-delà du balisage du projet, conformément à une volonté marquée de développer l'offre au contact de son environnement : *« on a dû se rapprocher des fournisseurs, du coup on a commencé par le classique, on est allé voir en Chine, après on est allé en Turquie, Portugal, Espagne... Enfin on est allé un peu voir partout quoi »* PNQ-ENT2-PP1.

Ce rapport à l'environnement invite l'étudiant à mobiliser certains leviers de l'effectuation, notamment en termes de mobilisation des ressources disponibles sur le court-terme : *« pour le dossier presse j'ai pris contact avec un entrepreneur avec qui j'étais à \*nom du programme d'accompagnement\*, ça évitait de passer par une agence »* PNQ-ENT3-PP11. Toutefois, la posture d'effectuation n'est pas généralisée, elle est contextualisée.

Cette franche transition invite les entrepreneurs à travailler sur une feuille de route élaborée, marquant l'orientation de l'étudiant vers une intention implémentée : *« je vais chercher de l'argent au niveau de la région, la subvention de la région, j'ai contacté la personne la semaine dernière »* PNQ-ENT2-PP2.

Au travers d'un contrôle comportemental perçu définissant favorablement l'acte entrepreneurial et de ses influences comportementales, les étudiants répondant à une transition franche entre l'intention et l'engagement s'engagent dans une stratégie de co-création.

Cette stratégie invite l'entrepreneur à mobiliser des approches itératives : les réponses de l'environnement en termes d'opportunités et de feedbacks de la part des primo adoptants sont mobilisées afin de procéder à des pivots dans l'orientation stratégique du projet.

### 1.2.2. Une difficile transition entre l'intention et l'engagement

Les étudiants s'inscrivant dans une difficile transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement répondent à un degré perçu moindre d'auto-efficacité, et perçoivent l'environnement comme une dimension davantage anxigène que bénéfique.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- **Le rapport aux compétences détenues**

Les entrepreneurs répondant à une difficile transition répondent à une perception basse de leurs compétences : « *j'ai l'impression d'être celle de nous trois qui a le moins de compétences mobilisables pour le projet* » PNQ-ENT1-PP3.

Cette perception freine considérablement la transition de l'étudiant dans le processus entrepreneurial : « *si demain on dit "voilà tu vas à la tête d'une start-up et puis tu fais ça ça et ça" bah je vais la faire couler la start-up, moi j'ai pas les compétences nécessaires* » PNQ-ENT2-PP11. Au travers d'une perception basse d'efficacité personnelle, la capacité de projection de l'étudiant s'amoindrit ; bien qu'il développe un projet il ne se perçoit pas pleinement comme étant un entrepreneur : « *pour moi être entrepreneur c'est vraiment aller sur le terrain, et là on n'a pas encore commencé à prouver des choses* » PNQ-ENT2-PP7

- **Le rapport à l'environnement**

L'environnement est perçu comme étant anxiogène. Une attention particulière est ainsi accordée par les étudiants aux différentes composantes du projet. Un aspect perfectible est recherché avant de confronter l'offre au marché, notamment par crainte des réponses des primo adoptants : « *pour le moment j'en parle pas trop parce que voilà j'ai un peu d'appréhension, c'est un peu l'honneur qui est en jeu quoi, savoir si je suis capable ou pas de porter un projet comme ça* » PNQ-ENT1-P8.

Les étudiants favorisent une dynamique privée dans le développement du projet, où seuls les porteurs de projets interagissent : « *on n'est pas encore au stade où on va en discuter avec les gens. On est encore au stade où on y pense et où on en parle entre nous, où on le développe tranquillement* » PNQ-ENT1-PP3.

Un contrôle comportemental perçu cadrant l'acte entrepreneurial comme un processus non-contrôlable amène les étudiants à répondre à une difficile transition entre l'intention et l'engagement.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Cette situation impacte par ailleurs négativement les représentations des entrepreneurs naissants quant au processus entrepreneurial : « *on n'a pas avancé autant que je l'aurais voulu parce que je pensais qu'on serait déjà dans le vif alors que là on est encore dans les préparatifs* » PNQ-ENT2-PP6.

Cette difficile transition est par ailleurs expliquée par les entrepreneurs naissants en deux points. Premièrement, une baisse de motivation qui freine l'implication des porteurs de projet : « *après les vacances de décembre, on a vraiment eu du mal à se remettre dedans. Du coup on n'a pas avancé autant qu'on voulait, on n'a pas rempli tous nos objectifs, peut-être qu'il y a eu un manque de motivation* » PNQ-ENT3-PP3.

Deuxièmement, du fait d'un manque de temps disponible : « *au niveau de l'engagement horaire, on aurait dû être plus présent. Des fois on n'a pas pu, parce que c'est pas notre activité principale, et pour moi ça me convient parfaitement comme ça, mais enfin le projet aurait avancé un peu plus vite dans des conditions autres* » PNQ-ENT2-PP6.

Ces « *conditions autres* » telles que souhaitées par le répondant PNQ-PP6 correspondent à un allègement des activités annexes, qu'elles soient professionnelles ou liées à la formation : « *j'ai eu vachement de mal à dégager du temps pour moi, je cumule pas mal de choses en même temps dont également un job étudiant en parallèle ce qui fait que ça me prend plutôt pas mal de temps avec les cours à côté aussi* » PNQ-ENT2-PP12.

Pour autant, mener de front le projet entrepreneurial ainsi que les études n'est pas un exercice perçu comme étant délicat par l'ensemble des étudiants lorsque le projet connaît une difficile transition : « *pour l'instant le projet me prend une part infime en termes de temps, donc au minimum ça sera 50/50 avec les études* » PNQ-ENT1-PP6.

Cette nature du contrôle comportemental perçu influence par ailleurs la typologie d'actions développées et la capacité de projection.

Dans le cadre d'une transition difficile, les étudiants soutiennent le fait d'être en phase d'idéation concernant leur projet : « *on n'est pas encore au stade où on va en discuter avec les gens. On est encore au stade où on y pense et où on en parle entre nous, où on le développe tranquillement* » PNQ-ENT-PP3.

Ainsi, l'adoption de postures d'ordre causales régit le développement du projet, où l'objectif est de sortir d'une zone de flou : « *on est un peu perdu, on sait pas à qui écrire, donc à l'heure de faire les choses ben on a envie mais on sait pas par où commencer* » PNQ-ENT1-PP4. En ce sens, les entrepreneurs naissants s'orientent vers l'élaboration de stratégies d'ordre prédictives afin d'aborder les différentes facettes de l'entrepreneuriat. Le processus entrepreneurial est ici perçu comme étant linéaire, structuré autour d'étapes régies par des liens de causes à effets : « *je pense qu'il faut genre 3 ou 4 mois pour vraiment être clair sur l'idée, commencer les démarches notamment dans les incubateurs, les structures accompagnement etc, vraiment tout ce qui est on va dire administratif. Après je dirais bien 8 mois minimum pour le fond du projet et 3 mois pour tester le produit* » PNQ-ENT1-PP4.

Les principales actions sont ainsi orientées autour de la délimitation des frontières du projet : « *on a fait tout ce qui est analyse de marché, des concurrents etc, histoire de partir sur des bonnes bases* » PNQ-ENT2-PP7. L'orientation retenue en termes de typologie d'actions développées entraîne les étudiants à se rapprocher de structures d'accompagnement.

Au travers d'un contrôle comportemental perçu définissant l'acte entrepreneurial comme un processus non-contrôlable, les étudiants entrepreneurs s'engagent dans une stratégie d'évitement.

Cette stratégie met en avant la crainte des étudiants quant aux réponses de l'environnement, et notamment des primo adoptants. Cette crainte freine l'évolution du projet en allongeant considérablement la phase de mise à disposition du produit sur le marché. Les actions entreprises par les étudiants concernent le balisage des frontières du projet. Lorsque ces frontières sont définies, les phases d'ordre itératives sont repoussées, amenant l'entrepreneur à avoir la sensation de ne pas avancer dans le processus : « *j'ai l'impression qu'on avance pas, enfin j'ai l'impression que parfois je suis un peu démotivée* » PNQ-ENT2-PP7.

### 1.2.3. Synthèse des typologies de transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement

En synthèse, les résultats de cette recherche mettent en avant 2 principales typologies de transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement. Ces dernières sont axées sur les éléments constitutifs du contrôle comportemental perçu.

Ces typologies de transition répondent à des caractéristiques spécifiques et impactent l'orientation du projet au travers du comportement de l'étudiant, témoin de son contrôle comportemental perçu.

Le Tableau 15 reprend ces informations :

<b>Dimensions</b>	<b>Variables</b>	<b>Typologie 1</b> <i>Transition franche</i>	<b>Typologie 2</b> <i>Transition difficile</i>
Contrôle comportemental perçu	Rapport aux compétences détenues	Auto-efficacité significative.	Auto-efficacité moindre.
	Rapport à l'environnement	L'environnement est perçu comme opportun, principalement au travers des primo adoptants qui aiguillent l'orientation du projet. Les premières démarches impliquant des tierces personnes sont engagées.	Les contacts avec l'environnement ne sont pas enclenchés, par manque de temps et/ou de motivation.
Stratégie retenue	Résultat du contrôle comportemental perçu, influençant les postures comportementales	Stratégie de co-création : les étudiants développent aux côtés des primo adoptants leur offre par le biais d'itérations.	Stratégie d'évitement : l'environnement et les primo adoptants sont perçus comme anxiogènes.
Incidences sur les postures comportementales	Degré d'implication de l'étudiant dans le projet	Implication forte, le projet entrepreneurial nécessite d'accorder un temps significatif.	Implication modérée, le projet entrepreneurial est d'avantage perçu comme inhérent à la formation de l'étudiant.
	Posture entrepreneuriale adoptée	Alliage de postures d'ordre causales et d'effectuation.	Postures d'ordre causales.
	Typologies d'actions développées	Mobilisation de parties prenantes, actions inhérentes à la communication avec l'environnement pour améliorer l'offre.	Actions principalement réalisables en interne. Les étudiants définissent des frontières du projet, en repoussant les phases itératives.

*Tableau 15 - Tableau d'incidences de la typologie de transition en fonction du contrôle comportemental perçu sur la posture comportementale*

Le Tableau 15 met en avant le caractère prépondérant du contrôle comportemental perçu des étudiants dans leur transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement. L'auto-efficacité perçue ainsi que le rapport à l'environnement conditionnent les postures comportementales des entrepreneurs. Ces dernières rendent compte, en fonction du degré d'engagement de l'entrepreneur, de la typologie d'actions développées.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



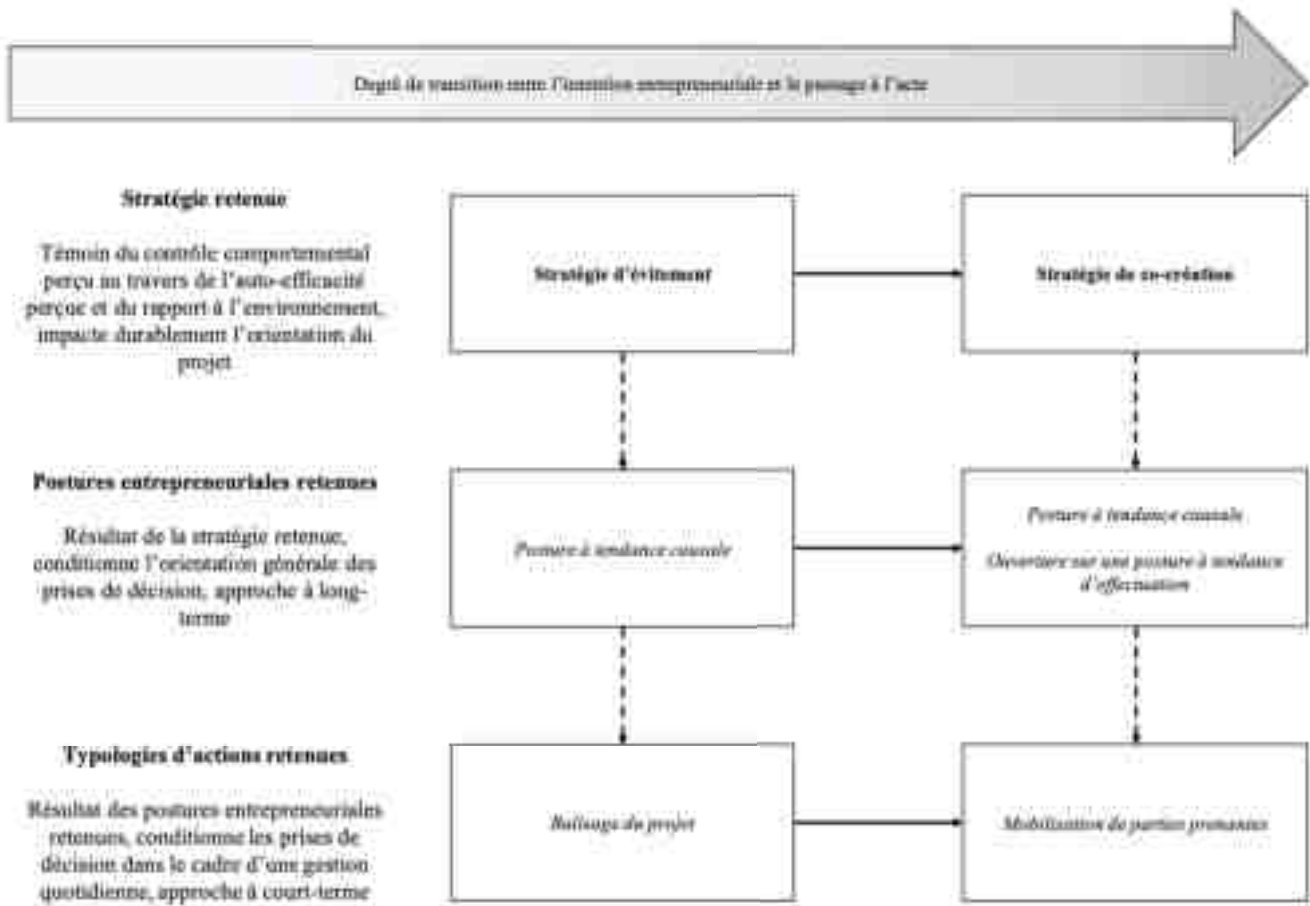
Lorsque l'étudiant se trouve dans le cadre d'une difficile transition, son champ des possibles en termes d'actions réalisables se cantonne au balisage des frontières du projet. Cette approche est induite par une perception négative de l'environnement, amenant l'entrepreneur à s'engager dans une stratégie d'évitement. Les étudiants cherchent ainsi à bénéficier d'un cadre structuré de développement de projet sur lequel s'appuyer au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial. Les actions développées répondent à une approche davantage causale du processus entrepreneurial.

Passée cette phase de transition initiale, le rapport à l'environnement se bonifie, laissant entrevoir chez l'étudiant la possibilité, voire la nécessité, de co-construire son offre. Les bénéfices perçus des programmes d'accompagnement concernent principalement la mise en réseau d'entrepreneurs. Ici, l'adoption de postures répondant à certains piliers de l'effectuation est possible. Toutefois, bien que partageant un rapport positif envers l'environnement, les étudiants se plaçant dans une stratégie de co-création n'engagent pas l'ensemble de leurs actions dans le cadre d'une posture d'effectuation. Ce rapport à l'environnement étoffe simplement leurs perceptions quant au panel d'actions réalisables dans une logique contextualisée. Les résultats mettent ainsi en avant l'aisance significativement plus importante des étudiants se trouvant dans une stratégie de co-création pour mobiliser des leviers inhérents à l'effectuation.

Une évolution de posture de la part des étudiants est par ailleurs relevée, où un déplacement du contrôle comportemental perçu induit des modifications des postures comportementales. Cette modification de perceptions de la part des porteurs de projet est par ailleurs perçue comme étant tangible : *« je vois un point un peu de pivot au moment où tu t'intéresses vraiment, où t'en parles avec les prospects et où tu commences à rendre ça un peu plus concret, que ce soit par un questionnaire que tu fais passer aux gens, ou quand tu vas les interroger dans la rue »* PNQ-ENT1-PP3. L'évolution de posture de l'étudiant repose principalement sur son rapport à l'environnement ; son degré d'auto-efficacité constitue un accélérateur du changement de perception.

En somme, les stratégies d'évitement et de co-création témoignent des influences du contrôle comportemental perçu et des postures comportementales liées. Le facteur temps joue un rôle prédominant dans la modification des perceptions des étudiants. La relation suivante est ainsi relevée (Figure 14) :

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



**Figure 14** - Évolution de la stratégie d'évitement à la stratégie de co-création en fonction du degré de transition entre l'intention entrepreneuriale et le passage à l'acte

Ainsi, les étudiants se positionnent en premier lieu dans une stratégie d'évitement du fait de leur contrôle comportemental perçu. Des situations contextuelles, entendues ici comme des événements ou des actions, engagent l'étudiant dans une modification de ses perceptions, où l'environnement est davantage appréhendé au travers de ses ressources. Dès lors, l'entrepreneur mobilise une stratégie de co-création.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

### 1.3. Synthèse des éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants

Cette première section avait comme objectif de présenter les éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants.

Cet objectif s'est décliné en l'étude de deux dimensions. Une première visait à appréhender les éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants (§1.1), et une seconde les facteurs conditionnant l'engagement des étudiants au sein du processus entrepreneurial (§1.2).

Concernant les éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale, une première section a analysé les deux principales influences intervenant sur le caractère motivationnel de l'acte entrepreneurial, à savoir les croyances comportementales et normatives.

Les croyances comportementales ont mis en avant deux typologies d'entrepreneurs en fonction de leurs attentes de résultats et des bénéfices liés à l'acte entrepreneurial. Les croyances normatives ont quant à elles soulignées les influences notables des parents, des amis et des primo adoptants dans les fluctuations du degré de motivation de l'étudiant.

Ces deux dimensions de croyances répondent à des influences à géométrie variable sur l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs, et peuvent se contrebalancer.

Après avoir délimité les construits de l'intention entrepreneuriale s'avérant être d'ordre motivationnels, une seconde section s'est concentrée sur l'étude de la transition entre l'intention et l'engagement entrepreneurial.

Cette seconde section a mis en avant le rôle prépondérant assuré par les croyances perçues du contrôle comportemental dans la transition entre l'intention et l'engagement. Au travers des perceptions des entrepreneurs quant à leur auto-efficacité et à leur environnement, des incidences comportementales sont relevées. Ces dernières invitent les étudiants à s'engager dans une stratégie spécifique, celle d'évitement ou de co-création. Un déplacement des perceptions des étudiants est par ailleurs relevé, induisant une modification des stratégies retenues par les entrepreneurs en fonction du facteur temps.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Au travers des perceptions des étudiants quant au processus entrepreneurial, la relation suivante est observée (Figure 15) :

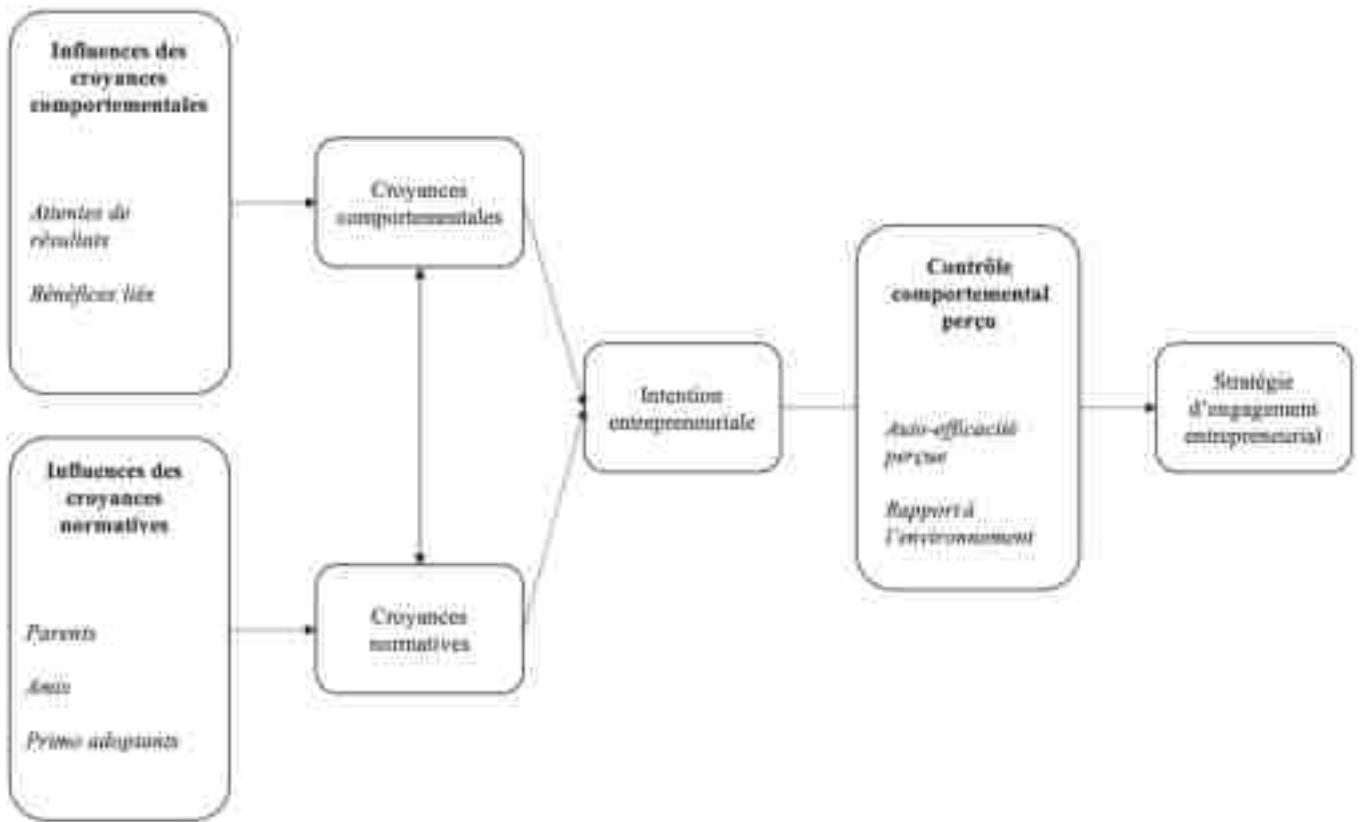


Figure 15 - Le processus entrepreneurial perçu des étudiants entrepreneurs

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## 2. Les éléments constitutifs des représentations de l'entrepreneuriat collectif des étudiants

L'entrepreneuriat collectif est, dans le cadre de cette recherche, apprécié au travers de deux notions.

La première concerne les équipes entrepreneuriales (§2.1), en se concentrant sur les mécanismes individuels et collectifs alimentant l'intention et l'engagement des entrepreneurs.

La seconde correspond aux espaces collaboratifs, ici étudiés sous le prisme des programmes d'accompagnement entrepreneurial (§2.2). En s'intéressant en premier lieu aux attentes des étudiants en fonction de leur stratégie de développement de projet (§2.2.1), nous proposons en second lieu les éléments constitutifs des interactions entre pairs (§2.2.2). Dans un troisième temps, les liens entre ces interactions et l'engagement de l'entrepreneur sont soulignés (§2.2.2.3).

### 2.1. Les équipes entrepreneuriales

Les entrepreneurs évoluant au sein d'une équipe entrepreneuriale soulignent que l'effectivité de cette dernière repose sur la complémentarité et l'implication de ses membres. Dès lors, des mécanismes d'ordre individuels et collectifs se développent, permettant aux étudiants de percevoir l'équipe entrepreneuriale comme une ressource.

Les notions d'implication et de complémentarité des membres sont de nombreuses fois soulignées par les étudiants à propos de l'équipe entrepreneuriale : *« on peut dire qu'on est toujours à fond dedans, mais c'est aussi parce que chacun sait ce qu'il a à faire indépendamment de l'autre »* PNQ-ENT3-PP1.

Ces perceptions nous amènent à entrevoir un mécanisme en trois étapes. La première est d'ordre individuelle, où l'entrepreneur oriente ses actions en fonction de l'équipe. La seconde est collective, où les membres de l'équipe développent conjointement des mécanismes fluidifiant

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

le travail commun. Enfin, la troisième étape concerne l'efficacité de cette dernière qui, au travers des actions individuelles et collectives, est perçue comme une ressource au sein du processus entrepreneurial.

La première étape est orientée sur l'implication individuelle de l'entrepreneur. Cette implication repose en premier lieu sur une responsabilité perçue envers l'équipe : *« vous avez une responsabilité vis-à-vis des autres et du coup vous cherchez à toujours [...] fournir quelque chose qui soit relativement utile pour tout le monde »* PNQ-ENT1-PP6.

En second lieu, l'implication témoigne d'une adaptation de l'étudiant aux pratiques du collectif : *« je suis quelqu'un qui aime bien travailler toute seule pour les projets, alors que là je me force un peu à avoir l'esprit d'équipe, j'essaie un peu de m'ouvrir et pas rester dans mon coin »* PNQ-ENT2-PP7.

L'implication individuelle des membres constitue le point de départ des influences de l'équipe sur le processus entrepreneurial.

Lorsque l'implication est effective, des mécanismes collectifs, renvoyant à la seconde étape des mécanismes identifiés au sein des équipes, s'initient au travers de trois dimensions définissant la notion de complémentarité perçue des membres.

La première concerne la fluidification des échanges, domaine jugé comme étant central dans le bon fonctionnement du groupe : *« la clé pour moi c'est la communication, la communication et le respect, sans ça t'as pas de binôme »* PQ-PP1. Afin de tendre vers cette fluidité, les étudiants mobilisent des outils de communication communs à l'ensemble des membres : *« on va avoir une impulsion d'idées d'un membre de l'équipe qui va se traduire par un message sur Messenger, et ensuite ça on va le noter directement sur Trello si c'est pertinent, on va se fixer une deadline pour y répondre »* PNQ-ENT2-PP6. Ce fonctionnement est commun à l'ensemble des équipes nouvellement constituées, avec une tendance à multiplier le nombre d'outils mobilisés. Ainsi, une même équipe peut mobiliser jusqu'à quatre outils différents pour les échanges. Pour autant, certaines problématiques concernant le partage d'information peuvent perdurer : *« le partage d'information n'est pas assez rapide, je sais que certains ont parfois un moment où ils se disent "j'ai pas envie de répondre maintenant, je répondrai plus tard" et au final ça tombe dans les oubliettes »* PNQ-ENT2-PP6.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

La seconde dimension de mécanismes collectifs développés par les équipes concerne la répartition des tâches grâce à une prise de conscience des attentes des membres de l'équipe : *« on sait très bien qui aime quoi et qui sait faire quoi, du coup dans un souci d'efficacité entre guillemets on a fait la répartition des tâches en fonction de ça »* PNQ-ENT1-PP3. La répartition des tâches répond à une compétence développée au travers du travail commun : *« à force de travailler ensemble, on n'a pas de problème à se dire "ah moi j'aimerais faire ça, moi aussi etc", enfin genre il veut tout ce que je veux pas et inversement »* PNQ-ENT2-PP1.

La troisième dimension concerne des rituels développés par l'équipe, venant consolider la proximité de ses membres : *« on se prend toujours 10 minutes pour se raconter notre semaine ou si on a un truc à se dire du point de vue perso, et après au bout de ce chrono c'est genre "stop c'est bon maintenant on bosse sur le projet", et ça marche relativement bien »* PNQ-ENT2-PP4.

Dans le cadre d'une trajectoire positive de l'équipe, l'implication des entrepreneurs permet de tendre vers des mécanismes collectifs fluidifiant les pratiques retenues. Ces derniers rendent compte de la complémentarité des membres de l'équipe : *« je trouve qu'on est hyper complémentaire, on s'est fait plusieurs fois la réflexion mais on est vraiment à 50/50, y'en a pas une qui a plus le dessus sur l'autre pour gérer \*nom du projet\* »* PNQ-ENT2-PP3. Les entrepreneurs incarnent le projet tout en assurant un rôle indispensable dans la réussite de ce dernier : *« je vois pas le projet sans lui, y'aurait plus de sens »* PNQ-ENT2-PP1.

Les mécanismes tels que proposés permettant de fluidifier les échanges et la répartition des tâches s'apparentent au développement de compétences collectives. Ces dernières émergent des confrontations des étudiants : *« on a eu notre première engueulade [...] et là ça fait bien un mois et demi qu'elle est vraiment bien à fond et c'est tant mieux quoi, et j'ai compris que ça servait à rien non plus de lui mettre la pression, et elle a compris qu'elle devait faire plus d'efforts aussi. Donc on a appris chacune de cette petite querelle »* PNQ-ENT2-PP4.

Le développement de ces mécanismes collectifs permet d'assoir les membres d'une équipe dans une dynamique positive quant à la poursuite du processus entrepreneurial.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

La troisième étape des mécanismes relevés au sein des équipes entrepreneuriales permet à ses membres d'accroître leur engagement au travers des mécanismes collectifs développés. Ces derniers permettent aux entrepreneurs de croire en leur efficacité collective : « *le projet c'est aussi nous 2 tu vois, \*nom du projet\* c'est pas quelqu'un d'autre, c'est nous. Pour l'instant on avance très bien toutes les 2, et on espère aller le plus loin possible* » PNQ-ENT2-PP3.

Ces croyances influencent les comportements individuels de ses membres au travers des processus motivationnels et cognitifs.

L'équipe est ainsi définie en premier lieu comme un vecteur de motivation : « *nous on est 2 donc on arrive à se soutenir et à se motiver tous les 2* » PQ-PP2. Cette dernière alimente la motivation de l'étudiant en deux points. Premièrement au travers des échanges entre les membres du groupe : « *\*nom du coéquipier\* il m'a motivé, il m'a dit "tu vas y arriver, tu vas réussir dans ce que tu fais"* » PNQ-ENT1-PP5. Deuxièmement, au travers du processus cognitif de l'entrepreneur, qui voit en l'équipe une source de soutien moral : « *[l'équipe] ça donne aussi du soutien pare qu'on est tous ensemble* » PNQ-ENT1-PP7.

L'équipe permet en second lieu d'orienter les étudiants dans une phase réflexive : « *ça permet quand même d'avoir quelqu'un à qui parler pour partager ce que t'as en tête, et ça peut t'aider à prendre du recul* » PQ-PP5. Cette prise de recul invite les étudiants à s'interroger sur leurs pratiques individuelles, et orientent ainsi leur engagement au travers des processus décisionnels et comportementaux : « *tu as besoin d'avoir quelqu'un comme ça parce que ça permet de confronter aussi les idées, et sinon encore une fois tu fonces dans le mur* » PQ-PP1.

Ainsi, les résultats concernant les équipes entrepreneuriales soulignent un mécanisme en trois temps. Ce dernier débute par l'entrepreneur en lui-même, qui au travers de son implication définie par une responsabilité perçue et une adaptation, octroie la possibilité à l'équipe de développer des mécanismes collectifs. Ces derniers se traduisent par la fluidification des échanges et de la répartition des tâches. Ils sont consolidés par des rituels alimentant l'intention et l'engagement des entrepreneurs. Certains mécanismes collectifs peuvent être facilités du fait d'une association en termes de lien forts en début de processus : « *mes collègues, j'ai bien*



*confiance en eux quoi. Je les connais tous depuis 1 an, c'est des bons travailleurs. C'est des gens avec qui je suis toujours depuis un an et je sais que je peux leur faire confiance* » PNQ-ENT1-PP9.

Cette approche revêt toutefois certaines limites, notamment lorsqu'un groupe d'amis s'associe sans pour autant que chacun des membres n'ait cultivé une intention personnelle d'entreprendre : « *je pense qu'elle a suivi avec l'engouement du début qu'on connaît bien [...] je pense qu'elle ne s'amusait pas assez dans le fait d'entreprendre* » PQ-PP5. Ces considérations amènent à placer l'entrepreneur et ses intentions au cœur des bénéficiaires de l'équipe.

Après avoir présenté les résultats inhérents aux équipes entrepreneuriales, la section suivante (§2.2) se concentre sur les communautés créées au travers des programmes de formation en soulignant leurs influences sur l'engagement entrepreneurial.

## 2.2. Les communautés d'entrepreneurs au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial

Les programmes d'accompagnement entrepreneurial constituent une pierre angulaire du processus entrepreneurial des étudiants. Sur les 20 étudiants interrogés, l'ensemble suit ou a suivi un programme d'accompagnement. Ces derniers matérialisent les espaces collaboratifs dans lesquels les entrepreneurs bénéficient d'une part d'un accompagnement dans le développement de leur projet, et d'autre part d'une amélioration de leurs pratiques grâce aux interactions entre entrepreneurs.

Cette double proposition de valeur présente au sein des programmes d'accompagnement entrepreneurial induit des attentes disparates de la part des étudiants (§2.2.1). Afin de garantir l'effectivité de la dynamique collective présente au sein de ces communautés, les entrepreneurs soulignent la prépondérance de deux principales dimensions : l'engagement et le contexte. Ces dimensions nous invitent à adopter une analyse en deux temps, l'une d'ordre individuelle (§2.2.2.1), et l'autre d'ordre contextuelle (§2.2.2.2). Au travers des échanges entrepris par les étudiants, des bénéficiaires sont relevés sur leur engagement entrepreneurial au travers d'un mécanisme d'apprentissage en trois niveaux (§2.2.2.3).

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Le terme *communauté* est mobilisé pour décrire les collectifs d'étudiants entrepreneurs inhérents aux programmes d'accompagnement sur lesquels sont orientées les observations directes et participantes (chapitre 2, §2.2).

### 2.2.1. Les attentes des étudiants quant aux programmes d'accompagnement

Les résultats de cette recherche ont mis en avant l'adoption par les entrepreneurs naissants de deux stratégies de développement de projet en fonction de leur contrôle comportemental perçu<sup>35</sup> : la stratégie d'évitement, et la stratégie de co-création (§1.2.3).

Conformément aux éléments constitutifs de ces stratégies, les attentes quant aux programmes d'accompagnement sont hétéroclites (§2.2.2.1 ; §2.2.2.2).

#### *2.2.2.1. Les attentes quant aux programmes d'accompagnement des étudiants positionnés en stratégie d'évitement*

Les étudiants adoptant une stratégie d'évitement sont davantage enclins à rechercher un cadre sécurisant pour le développement de leur projet (§1.2.2). En ce sens, les programmes d'accompagnement constituent un levier de choix pour ces entrepreneurs naissants, qui articulent leurs attentes autour de deux principales dimensions.

Premièrement, le fait de bénéficier d'un accompagnement permettant un balisage des étapes inhérentes au processus entrepreneurial : « *on sait qu'avec le PROG-ACC-N°1 on va être suivi et que vous allez nous aider dans la création de notre projet* » PNQ-ENT1-PP9.

Deuxièmement, le souhait de rencontrer d'autres étudiants entrepreneurs afin d'améliorer les composantes du projet : « *grâce au PROG-ACC-N°1 il y aura beaucoup plus de monde qui sera au courant du projet, qui sera capable de nous donner des conseils* » PNQ-ENT1-PP8.

---

<sup>35</sup> Regroupant leur auto-efficacité perçue et leur rapport à l'environnement

Les programmes d'accompagnement sont ainsi perçus comme des leviers permettant d'être guidé dans le développement du projet, tout en améliorant les dimensions de ce dernier. Les attentes des étudiants en début de processus s'articulent dans l'ensemble autour du souhait d'élaborer des stratégies prédictives concernant le développement de leur projet (§1.2.2). Le Tableau 16 reprend les besoins formulés en début d'accompagnement par les étudiants du PROG-ACC-N°1 :

	Occurrences	
	Valeur	Taux
Comment créer un business model canvas, savoir s'il est viable	5	8
Quels outils d'analyse de marché	6	10
Comment définir des cibles	9	15
Comment vendre	10	17
Comment communiquer sur les réseaux sociaux	6	10
Comment se financer	8	14
Quelles démarches juridiques pour la création	6	10
<i>Autre</i>	9	15

**Tableau 16** - Tableau d'occurrences des besoins formulés par les étudiants du PROG-ACC-N°1 en début de parcours

Les 59 demandes formulées par les étudiants du PROG-ACC-N°1 sont ainsi réparties d'une manière homogène autour des principales composantes des frontières d'un projet entrepreneurial. Une attente particulière est par ailleurs relevée concernant les flux financiers au sein du projet : définir ses cibles, vendre et se financer.

Les autres demandes présentes dans le Tableau 16 concernent des attentes relativement larges : « *que faire avant, pendant et après le lancement d'une start-up ?*<sup>36</sup> » OBS.DIR-PROG-ACC-N°1.

Ces dernières témoignent en ce sens d'une difficile appréhension de la part des étudiants du processus entrepreneurial.

<sup>36</sup> Demande formulée par l'un des étudiants du PROG-ACC-N°1 lors d'une réunion avec les coachs

### 2.2.2.2. *Les attentes quant aux programmes d'accompagnement des étudiants positionnés en stratégie de co-crédation*

Dans la lignée d'une perception positive de l'étudiant quant à son environnement, ses attentes quant à l'intégration d'un programme d'accompagnement concernent le fait d'être au contact de son environnement.

Les programmes d'accompagnement sont tout d'abord perçus comme un lieu où « *beaucoup d'idées, et beaucoup d'avis extérieur* » PQ-PP1 émergent. Ce microcosme entrepreneurial permet aux étudiants d'asseoir leur engagement entrepreneurial au travers de faits tangibles : « *ce que j'ai trouvé de cool au \*nom d'un programme\*, c'est les locaux pas chers, hyper bien placés, avec une cuisine, d'autres entrepreneurs qui sont là* » PQ-PP3.

L'accompagnement proposé constitue tout de même une valeur perçue par les étudiants : « *l'objectif c'était d'avoir des interlocuteurs privilégiés, d'avoir des mentors aussi qui suivent le projet* » PQ-PP4. Toutefois, les problématiques se précisent et dépassent le balisage du projet. Les attentes adressées se rapportent spécifiquement à la nature du projet porté ainsi qu'à son état de développement « *avec \*nom du coéquipier\* on est en train de monter un dossier pour l'appel d'offre de \*nom de la structure\*. Est-ce que c'est possible de faire un atelier là-dessus ?<sup>37</sup>* » OBS.DIR-PROG-ACC-N°1.

Les étudiants recherchent par ailleurs au sein de ces programmes une reconnaissance quant à la réalité de leur projet : « *il y a aussi la partie gagner en visibilité quoi, pouvoir mettre le logo de l'incubateur sur des plaquettes des trucs comme ça, je sais pas si c'est vrai ou pas mais en tout cas on a l'impression que ça nous donne plus de légitimité et que le projet paraît plus crédible parce qu'il est accompagné* » PQ-PP7.

Enfin, ces programmes d'accompagnement sont perçus comme des leviers permettant d'accroître son réseau professionnel : « *c'est en allant au PROG-ACC-N°2 ou à des petits rassemblements comme ça qu'on a réussi à développer un peu notre réseau* » PQ-PP2. Les échanges entrepris avec les parties prenantes gravitent au sein des programmes d'accompagnement

---

<sup>37</sup> Demande formulée par l'un des étudiants du PROG-ACC-N°1 sur l'outil de conversation mis à disposition

répondent davantage à un caractère intéressé que spontané. L'objectif principal de ces échanges n'est pas tant d'améliorer les pratiques de l'entrepreneur, mais d'accroître les synergies du projet (développement de partenariats, partage du carnet d'adresses, ...).

S'il a été relevée l'aisance significativement plus importante des entrepreneurs positionnés en stratégie de co-création pour interagir avec leur environnement, la notion d'interaction avec les pairs sors du cadre de cette approche typologique. Quand bien même ces interactions sont perçues par certains entrepreneurs comme source d'amélioration des pratiques, tous ne s'y engagent pas. Cette considération nous invite à proposer une analyse des éléments constitutifs des interactions entre pairs au sein des programmes d'accompagnement observés (§2.2.2).

### 2.2.2. Les éléments constitutifs des interactions entre pairs au sein des programmes d'accompagnement entrepreneurial

En interrogeant les étudiants sur leurs attentes quant aux programmes d'accompagnement, leurs réponses motivent, entre autres éléments exprimés en sections §2.2.2.1 ; §2.2.2.2, leur souhait d'évoluer au contact d'autres entrepreneurs.

Les notions de partage d'informations, de connaissances ou encore de compétences sont relevées, sans pour autant que les étudiants ne participent réellement aux interactions. De même, aucune distinction n'est relevée en termes d'engagement dans les interactions en mobilisant la typologie de stratégie de développement de projet dans laquelle les étudiants se positionnent comme unité d'analyse.

Ces observations nous invitent à appréhender deux dimensions sur lesquelles l'effectivité des interactions entre pairs repose. La première concerne les fondements individuels, matérialisés par la prédisposition de l'entrepreneur à interagir avec ses pairs, et par son degré d'engagement au sein des communautés (§2.2.2.1). La seconde témoigne de l'articulation des dimensions individuelles au sein du collectif, traduite par des facteurs contextuels (§2.2.2.2). De ces deux dimensions, une analyse des bénéfices perçus des interactions sur le processus entrepreneurial est présentée (§2.2.2.3).

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

### 2.2.2.1. Les fondements individuels des interactions entre pairs

Si les cinq structures d'accompagnement observées positionnent les notions de communauté et d'interaction au cœur de leur proposition de valeur, force est de constater que l'ensemble des étudiants n'y adhèrent pas. Afin de matérialiser ces propos, nous prenons l'exemple de l'une des séances proposées par le PROG-ACC-N°1 où l'objectif affiché est « *de mutualiser les apprentissages de chacun des porteurs de projet au profit de la communauté* <sup>38</sup> ». La Figure 16 témoigne de l'évolution du taux de présence lors des huit séances proposées sur la période d'accompagnement :

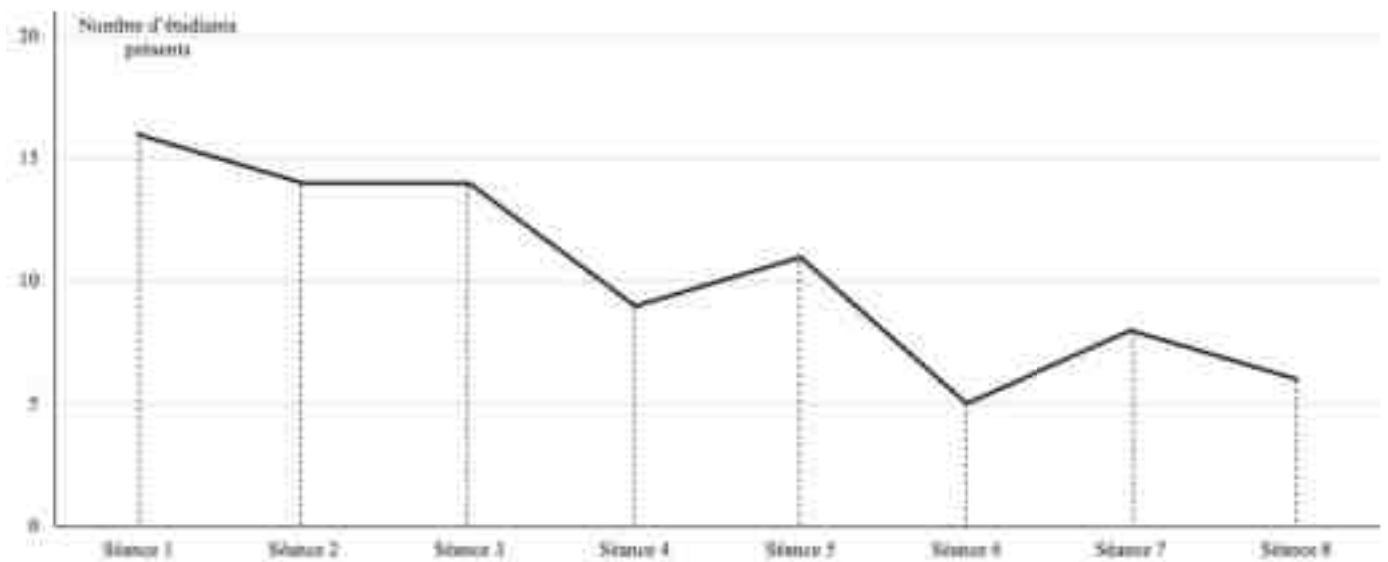


Figure 16 - Évolution du taux de présence des étudiants lors des séances collectives du PROG-ACC-N°1

La Figure 16 permet de rendre compte de la baisse significative du taux de présence au sein des séances mises en place explicitement pour faciliter les interactions entre entrepreneurs. De même, seul un tiers des vingt-et-un étudiants concernés par cette session n'y a participé, bien qu'une forme de responsabilité soit perçue : « *je pars du principe que quand vous vous impliquez dans un groupe, il faut vous impliquer régulièrement* » PNQ-ENT2-PP6.

Ce caractère hétérogène de l'implication des membres est transverse à l'ensemble des programmes d'accompagnement observés : « *il y a forcément des gens qui se distinguent, je pense*

<sup>38</sup> Propos renseignés sur la maquette de la structure d'accompagnement

*qu'il y en a que j'ai jamais vu. On voit quand même qu'il y en a qui sont plus impliqués que d'autre »* PNQ-ENT2-PP7. Trois niveaux d'engagement dans les interactions sont ainsi identifiés.

- **Niveau périphérique : l'entrepreneur n'interagit pas avec les membres du programme**

Dans le cadre d'un engagement périphérique, l'entrepreneur développe son projet au sein d'une communauté dans laquelle il ne participe pas aux interactions. L'intention exclusive de l'étudiant est de développer son projet entrepreneurial en bénéficiant de l'accompagnement inhérent aux différents programmes. Les échanges avec les autres étudiants ne sont pas perçus comme vertueux : *« on n'a pas vraiment eu besoin d'aller demander conseil aux autres »* PNQ-ENT2-PP6.

Les étudiants peuvent par ailleurs être demandeurs de l'avis et conseils des autres membres de la communauté, sans pour autant participer aux échanges lorsque ces derniers ne concernent pas leur projet. Cette situation est particulièrement observable dans le cadre du PROG-ACC-N°2, où de nombreux étudiants se positionnent dans un niveau périphérique d'engagement. Sur les 280 étudiants enregistrés sur l'outil d'échange mis à disposition par la structure d'accompagnement, seule une dizaine d'entre eux participent aux interactions. Les seuls échanges spontanés de la part des étudiants témoignent d'une finalité précise, au-delà d'un souhait de partager ou de créer des connaissances collectives : *« bonjour, je souhaite faire une étude de marché, du coup je vous prie de bien vouloir m'accorder 3 minutes pour répondre à mon questionnaire »* OBS.DIR-PROG-ACC-N°2.

- **Niveau transitoire : l'entrepreneur interagit avec la communauté dans un cadre défini**

Le niveau transitoire rend compte d'un déplacement des perceptions des étudiants quant aux communautés d'entrepreneurs. Ici, le programme d'accompagnement est appréhendé au-delà des ateliers proposés, où les échanges avec les autres membres correspondent à une source d'apprentissage : *« tu vas discuter avec quelqu'un qui va dire "ouais mais pourquoi t'as pas pensé à ça", qui va rebondir sur un point de ton discours et donc qui va te faire penser à autre chose »* PQ-PP1.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Lorsque les étudiants reçoivent par le concours d'autres entrepreneurs des ressources leur permettant d'améliorer leur projet, l'engagement mutuel est davantage nécessaire que souhaité : « *quand t'as une communauté qui t'apporte des choses, faut que tu puisses quand même leur donner aussi des trucs, parce que ça se fait pas que tout le monde t'aide et que tu donnes rien en retour* » PNQ-ENT2-PP1.

Les étudiants évoluant au sein de cette phase transitoire participent aux interactions dans un cadre spécifique, comme celui d'un atelier ou d'une réunion périodique. Les échanges ne sont donc pas informels, ils interviennent lorsque le cadre laisse la possibilité à cet espace d'échange de se créer.

Ainsi, les programmes d'accompagnement observés cherchent dans l'ensemble à donner la possibilité aux étudiants de partager leurs pratiques lorsqu'ils participent à des ateliers. Les interactions entre les étudiants concernent les dimensions transverses à tous projets entrepreneuriaux.

Cette phase de transition amène les étudiants à s'interroger sur leur rôle au sein de la communauté. L'amélioration de leurs pratiques au travers des interactions est admise, tout en ayant conscience du temps significatif accordé à la communauté : « *je suis pas un fantôme du tout au sein des communautés, au contraire je suis plutôt actrice et d'ailleurs parfois ça me porte un peu préjudice entre guillemets, [...] parfois on me propose des responsabilités en plus, de porter des casquettes supplémentaires donc c'est comme ça que je me retrouve à être animatrice de groupe alors que j'ai clairement pas envie et surtout pas le temps* » PQ-PP4.

- **Noyau dur : l'entrepreneur répond à un engagement quotidien, et provoque des sessions informelles d'échange avec les membres de la communauté**

Le noyau dur regroupe l'ensemble des étudiants impliqués quotidiennement dans la communauté. Notons que cette implication résulte de la volonté de l'entrepreneur de transmettre à son tour les pratiques qui lui ont été transmises en amont : « *c'est vrai que petit à petit ça fait plaisir aussi de voir que la manière dont on a été aidé quand on était plus jeune projet, ben voilà maintenant on peut nous aussi à notre tour aider les autres* » PQ-PP4.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



Cette implication quotidienne s'apprécie en deux points.

Premièrement, les étudiants répondent à un engagement d'ordre affectif, où un réel sentiment d'appartenance à la communauté est relevé : « *on est 70 entrepreneurs à impact social et environnemental, et c'est une mine d'or, c'est un peu une grande famille* » PQ-PP1. Ces entrepreneurs sont ainsi présents à la plupart des ateliers et des réunions périodiques des programmes d'accompagnement : « *j'ai l'impression que c'est toujours les mêmes personnes, après c'est ceux qui sont motivés. Genre \*nom de l'équipe\* je les croise tout le temps. Et j'ai l'impression que c'est eux qui avancent le plus vite sur leur projet, ils sont vraiment tous investis et c'est vachement bien* » PNQ-ENT2-PP5. Cet engagement affectif permet à ces entrepreneurs d'être reconnus par leurs pairs comme des membres actifs : « *il y en a qui sont au taquet, quand il y a un message sur \*nom de l'outil\*, ils répondent tout de suite* » PNQ-ENT2-PP7.

Deuxièmement, les entrepreneurs constituant le noyau dur de la communauté participent aux interactions dans le cadre des ateliers et en parallèle de ces derniers : « *d'abord c'est dans les ateliers où on parle d'un truc et finalement après on s'échange des ressources, on se dit "il y a ce site qui est pas mal". A un moment donné, il y a une équipe qui est tombé sur un site et qui a dit "ça c'est pour vous, c'est pour votre équipe, ça serait peut-être intéressant". Donc on échange dans l'atelier et après on se partage des ressources en dehors, soit par \*nom de l'outil\* soit par mail* » PNQ-ENT2-PP5. Ces entrepreneurs sont garants de la diffusion des connaissances nouvelles au sein de la communauté « *c'est quelque chose qu'on a mis en place, quand quelqu'un participe à un atelier auquel tout le monde n'a pas pu participer, il rédige un petit compte-rendu de ce qu'il a appris pour le diffuser aux autres* » OBS.DIR-PROG-ACC-N°1.

Ici, les informations partagées par les entrepreneurs sont qualitatives et spécifiques, comme en témoigne l'échange suivant :

« Étudiant A : *Bonjour à tous ! Nous avons fini notre boutique avec ma sœur. N'hésitez pas à y faire un tour, nous sommes preneurs de vos avis et idées d'amélioration. Merci et bonne soirée*

« Étudiant B : *Hello ! Bravo pour le site. Le site a une véritable identité : on est tout de suite plongé dans votre univers (très rafraîchissant et dépaysant de la météo et la conjoncture ambiantes !). J'aime beaucoup la cohérence graphique entre le design du site et les toiles. Un truc qui m'a perturbée : le + après le prix et avant le titre. Je me suis demandée du coup s'il y*

*avait deux toiles au lieu d'une. Peut-être qu'en mettant le titre puis la description, cela peut éviter la confusion ? Encore bravo !* » OBS.DIR-PROG-ACC-N°1.

Les étudiants positionnés dans le noyau dur de la communauté sont garants du fonctionnement optimal de cette dernière en permettant à tout un chacun de la percevoir comme une ressource à part entière : *« je sais que si on poste un message sur \*nom de l'outil\*, il y aura des gens qui pourront nous aider à régler les soucis donc voilà c'est super important »* PNQ-ENT2-PP3.

En synthèse, les trois formes d'engagement présentées permettent d'appréhender les différents rôles assurés par les étudiants au sein de leur communauté. Le Tableau 17 propose une synthèse des caractéristiques de ces niveaux d'engagement :

	Niveau périphérique	Niveau transitoire	Noyau dur
<b>Description</b>	L'entrepreneur n'interagit pas avec les membres de la communauté.	L'entrepreneur participe aux interactions dans un cadre défini (réunion, atelier, ...).	L'entrepreneur provoque des sessions informelles d'échange avec les membres de la communauté.
<b>Nature de l'engagement et justifications</b>	Seuls les ateliers proposés constituent un bénéfice perçu	Engagement normatif : balance coûts/bénéfices, les interactions sont perçues comme vertueuses, mais nécessitent un temps significatif	Engagement affectif : volonté de transmettre à son tour des pratiques qui lui ont été transmises en amont
<b>Lieu des interactions</b>	/	Au sein d'un cadre spécifique.	Au sein d'un cadre spécifique et en dehors.
<b>Nature des pratiques échangées</b>	/	Inhérentes aux dimensions transverses des projets entrepreneuriaux.	Qualitatives, dépassent les fonctions supports d'un projet entrepreneurial.

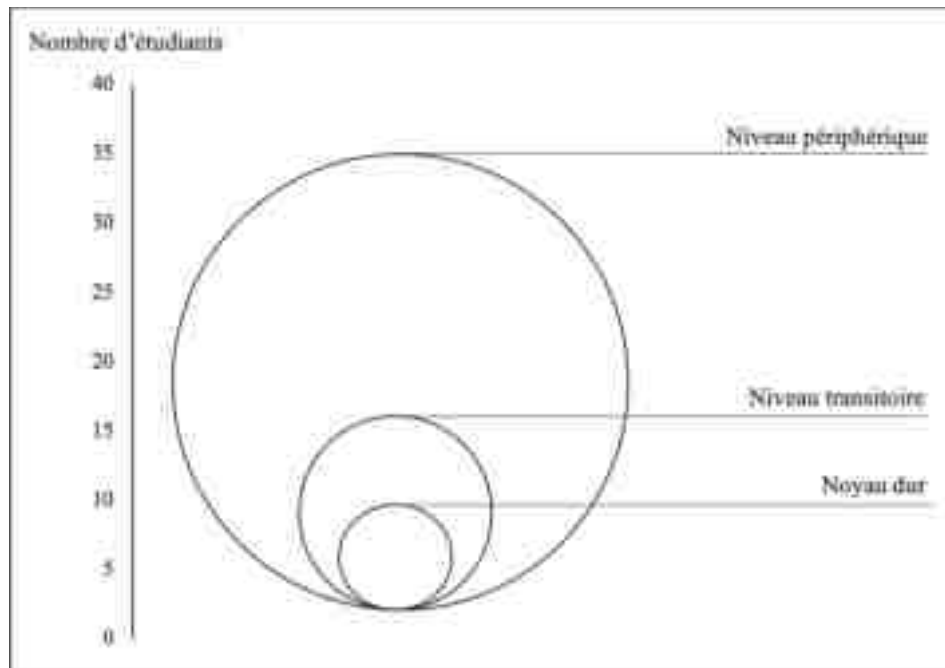
*Tableau 17 - Description des niveaux d'engagement au sein d'une communauté entrepreneuriale*

Pour autant, bien que répondant à des caractéristiques spécifiques, ces trois niveaux ne sont pas cloisonnés. En ce sens, l'étudiant PNQ-PP6 soulignait le fait de ne pas être impliqué dans le PROG-ACC-N°1, tout en répondant à une forme d'engagement propre à un étudiant du noyau dur de la communauté : *« il y a avait une personne qui avait besoin d'intégrer un espace de market*

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

*place sur son site internet. Elle ne savait pas comment faire, du coup elle m'a contacté en privé et je lui ai fait » PNQ-ENT2-PP6.*

Afin d'appuyer les éléments proposés dans la grille de lecture du Tableau 17, nous proposons à titre d'exemple (Figure 17) une répartition des 57 entrepreneurs du PROG-ACC-N°1 en fonction des trois niveaux d'engagement identifiés :



**Figure 17** - Répartition des étudiants du PROG-ACC-N°1 en fonction des trois niveaux identifiés d'engagement dans les communautés

La Figure 17 rend compte du volume restreint d'étudiants constituant le noyau dur du programme d'accompagnement (une dizaine d'étudiants) et évoluant dans le niveau transitoire (environ 15 étudiants). La plupart d'entre eux se positionnent en périphérie de la communauté (environ 35 étudiants).

Cette répartition renseigne deux éléments. Premièrement, la plupart des étudiants gravitent à un niveau périphérique en début d'accompagnement. Le déplacement vers un niveau transitoire est permis par la prise de conscience de l'entrepreneur des bénéfices des interactions. Dès lors, lorsque l'étudiant perçoit une forme affective d'engagement l'invitant à transmettre aux autres

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

membres les apprentissages qu'il a lui-même reçus, il s'insère dans le noyau dur de la communauté.

Deuxièmement, le facteur temps joue un rôle prépondérant au sein des communautés. D'une part puisqu'il est garant des déplacements des étudiants au sein des trois niveaux d'engagement identifiés. D'autre part puisqu'il permet aux étudiants évoluant au sein du noyau dur de maintenir leur engagement au-delà même des calendriers imposés par les structures d'accompagnement. A titre d'exemple, sur la dizaine d'étudiant ayant constitué le noyau dur du PROG-ACC-N°1 sur la période d'accompagnement novembre 2020 - mars 2021, plus de la moitié d'entre eux continue à interagir avec les étudiants accompagnés sur la nouvelle période d'avril 2021.

Cette section a mis en avant trois niveau d'engagement dans les communautés, en mobilisant la volonté de l'entrepreneur à participer aux interactions comme unité d'analyse. Pour autant, au-delà du caractère volitif des interactions, certains facteurs contextuels sont présentés par les entrepreneurs comme étant nécessaire au déploiement des échanges (§2.2.2.2).

#### *2.2.2.2. Les facteurs contextuels permettant l'articulation des dimensions individuelles au sein du collectif*

Alors que les trois niveaux d'engagement identifiés témoignent avant tout d'un processus individuel amenant l'entrepreneur à participer aux interactions, certaines caractéristiques nécessaires aux échanges sont relevées par les étudiants. Ces dernières s'articulent autour de deux dimensions.

La première, que nous nommerons les synergies collectives, témoigne de similitudes en termes de processus entrepreneurial, d'ambitions, de nature et de degré de maturité des projets. La seconde, que nous définirons comme les interventions de la structure, s'articule autour de la mise à disposition d'un outil de communication, d'une régularité dans les ateliers proposés, et d'un lieu physique permettant aux entrepreneurs de se rencontrer.

- **Les synergies collectives**

Les synergies collectives constituent des catalyseurs des interactions entre les entrepreneurs. Elles témoignent de similitudes personnelles et professionnelles permettant aux membres d'un programme d'accompagnement de cultiver un sentiment d'appartenance, et par extension de tendre vers un engagement dans le noyau dur des communautés.

Ces synergies concernent en premier lieu les ressemblances en termes de réalité vécue de la part des entrepreneurs. Tous estiment vivre une aventure entrepreneuriale similaire aux autres : *« on est tous dans le même bateau, on a tous cet objectif de créer une entreprise et à notre âge c'est quand même vraiment un challenge quoi »* PNQ-ENT1-PP7. Cette croyance relative au fait de se positionner dans la même dynamique que les autres membres de la communauté est de nombreuses fois mise en avant par les entrepreneurs. Cette perception accroît par ailleurs leur motivation : *« le lundi soir une semaine sur 2, on sait qu'on est là pendant 1h30 à parler avec des gens qui font plus ou moins la même chose que nous. Je trouve que ça donne un rythme tu vois, ça donne envie aussi de faire des trucs pour qu'on puisse les dire lors de la séance »* PNQ-EN2-PP3.

En second lieu, ces synergies se matérialisent par des ambitions communes : *« en fait on est arrivé dans une promo de 25, on est arrivé tous en voulant créer quelque chose, on ne savait pas forcément quoi, on avait tous 40 idées par seconde »* PQ-PP1. Les étudiants partagent par ailleurs des valeurs communes : *« tout le monde partage des normes en commun, par exemple des valeurs comme l'ambition, la curiosité, et tout le monde est là pour que son projet se développe »* PNQ-ENT1-PP8.

Bien que la plupart des étudiants ne se connaissent pas en amont de l'intégration de cette communauté, le fait de partager des objectifs communs rassemble : *« franchement on se connaissait pas avant, mais ça aurait pu devenir mes copines je pense, tu vois il y a le lien humain, avec le petit sourire au bon moment, et elle est là aussi pour échanger et pas que pour son projet, mais pour s'enrichir tu vois, c'est génial »* PNQ-ENT2-PP4.

Les similitudes dans la nature des projets portés constituent la troisième dimension des synergies collectives. Ces similitudes semblent renforcer les liens entre les membres de la communauté, notamment lorsque l'ambition entrepreneuriale est corrélée à la volonté de répondre à une problématique sociétale : *« l'idée c'est quand même de réussir à atteindre notre*

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

*impact, du coup entre entrepreneurs avec des projets d'innovation sociale, on est beaucoup plus ouverts à échanger sur les différentes problématiques » PQ-PP7.*

Enfin, une homogénéité dans la maturité des projets portés est recherchée par les étudiants afin de cultiver leur sentiment d'appartenance : *« j'étais moins proche des gens dans les structures d'accompagnement parce que c'était plus des étudiants, enfin c'est un peu plus jeune on va dire dans les projets, donc je n'étais pas trop dans les mêmes les mêmes problématiques » PQ-PP4.*

Les quatre dimensions de similitudes telles que proposées permettent ainsi aux membres d'une communauté de développer un sentiment d'appartenance sur la base de synergies collectives. Toutefois, ces dernières ne constituent que l'un des piliers sur lesquels repose l'effectivité de la communauté ; l'intervention de la structure dans sa gestion est soulignée comme étant nécessaire.

- **Les interventions de la structure**

Les structures dans lesquelles ces communautés émergent sont garantes de leur bon fonctionnement, et répondent à des responsabilités spécifiques. Ces dernières s'articulent en trois points.

Premièrement, les étudiants soulignent dans l'ensemble les bénéfices liés au fait d'avoir un outil de communication spécifique à la communauté : *« on a accès à \*nom de l'outil\*, ça permet aux étudiants de faire remonter leurs besoins, ça permet d'échanger, et aussi que les admins développent des ateliers pour répondre à nos besoins » PQ-PP1.* Cet outil est hautement plébiscité par les étudiants évoluant au sein du noyau dur de la communauté. Il permet notamment d'engager rapidement les échanges sur les pratiques.

Deuxièmement, la régularité des ateliers et réunions semble être un élément central de l'engagement des étudiants : *« ça fonctionne bien ça, faire les ateliers le soir pendant 1h30, principalement le mardi et jeudi. Et garder 2 ateliers par semaine, ça donne du rythme » OBS.DIR-PROGG-ACC-N°1.* Cette régularité accroît le sentiment partagé de vivre la même expérience entrepreneuriale. Quand bien même les projets portés se développent d'une manière hétérogène,

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

les étudiants participent aux mêmes ateliers sur les mêmes périodes, facilitant l'échange de pratiques.

Troisièmement, le souhait de bénéficier d'un lieu physique est de nombreuses fois souligné : « *ça donne une dynamique de boulot plutôt pas mal, c'est assez chouette de voir d'autres entrepreneurs travailler sur leur projet, on est tous dans la même dynamique* » PQ-PP4. C'est ce même espace collaboratif qui permet aux étudiants d'accroître leur sentiment d'engagement dans le processus entrepreneurial. D'une sphère privée, le projet est développé au sein d'un collectif. Ainsi, au-delà même des interactions qui y sont possibles, les étudiants bénéficient d'un environnement dans lequel l'entrepreneuriat est au cœur.

En synthèse, les synergies collectives ainsi que les interventions des structures permettent de faciliter l'engagement des entrepreneurs dans les interactions au sein de la communauté. Si les degrés d'engagement identifiés permettent à cette dernière de perdurer, ils bénéficient également aux entrepreneurs en facilitant leur engagement entrepreneurial (§2.2.2.3).

#### *2.2.2.3. Les bénéfices perçus des interactions sur le processus entrepreneurial*

Les étudiants engagés dans les interactions au sein de la communauté soulignent les bénéfices en deux points. Premièrement, l'intégration des communautés entrepreneuriales constitue un vecteur de développement de compétences liées aux composantes d'un projet entrepreneurial : « *la partie financière ça nous faisait vraiment peur, et finalement le PROG-ACC-N°1 nous a débloqué pas mal de chose* » PNQ-ENT3-PP4. Deuxièmement, les membres d'une communauté modifient leur perception même de l'entrepreneuriat : « *ça nous a aussi apporté une nouvelle vision des choses* » PNQ-ENT2-PP3.

Ces bénéfices perçus en termes d'apprentissage s'atteignent au travers d'un mécanisme en trois étapes : la mise en application, l'échange sur les pratiques et la restitution.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

La mise en application fait référence à une demande de conseils de la part d'un entrepreneur sur une dimension du projet pour laquelle il estime ne pas détenir suffisamment de connaissances.

Ici, les conseils reçus sont pris pour acquis de la part du demandeur ; il ne confronte pas son opinion avec les conseils formulés. Cette situation est particulièrement visible chez les étudiants estimant détenir un stock moindre de connaissances et compétences en comparaison aux autres membres du groupe : *« étant donné qu'on est les cadets de la promo (...) j'attends vraiment de ceux qui ont de l'expérience qu'ils nous aident, je pense qu'ils ont beaucoup à nous apprendre »* PNQ-ENT1-PP8.

L'apprentissage par le biais de la mise en application trouve ses frontières dans les dimensions du projet entrepreneurial, sans que l'étudiant ne modifie sa perception du processus. Ici, une forme de mimétisme est relevée : *« peut-être qu'on a fait du mimétisme d'un point de vue des autres projets, sur certaines choses. C'est peut-être une mauvaise chose, parce que du coup ça implique à une homogénéité des projets, mais en tout cas nous ça nous faisait avancer un peu plus vite »* PNQ-ENT2-PP6.

La seconde étape du mécanisme renvoie aux échanges sur les pratiques de la part des étudiants : *« on essaie de s'échanger les bons tuyaux, de trouver des solutions communes pour les points bloquants etc »* PQ-PP7. Un changement de posture de la part de l'étudiant est observable au sein des programmes d'accompagnement. L'entrepreneur semble estimer détenir des connaissances suffisantes pour co-construire sur les conseils qui lui sont formulés, où une relation davantage horizontale est relevée dans les apprentissages.

Ces échanges de pratiques bénéficient aux interlocuteurs, mais également aux autres membres de la communauté qui, sans participer aux interactions, puisent dans les échanges des ressources mobilisables dans le cadre de leur projet : *« le fait de voir des gens qui posent des questions sur leur problème, et je me dis "ah ouais c'est vrai que la réponse m'intéresserait aussi" »* PQ-PP4.

La troisième étape du mécanisme d'apprentissage correspond à la restitution des compétences développées par un étudiant aux autres membres de la communauté : *« il y a quelqu'un qui fait demain un petit webinar de conseil sur le marketing digital parce qu'elle est vraiment experte là-dedans, du coup c'est vraiment un sujet intéressant pour les autres étudiants entrepreneurs »* PQ-PP2. Cette position d'expert dans une thématique est par ailleurs le reflet d'un jugement social. Certains étudiants sont nommés comme référent par les autres étudiants : *« dès que quelqu'un a un projet*

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



*c'est devenu la référence qu'il vienne me parler, il vient de me demander genre "toi qu'est-ce que tu en penses, c'est quoi les étapes", donc c'est vrai que ça a changé » PNQ-ENT2-PP2.*

Au travers de ce mécanisme en trois étapes, les entrepreneurs soulignent une double modification.

Premièrement, une modification sur leur posture au sein de la communauté. Une perception basse de leurs compétences les invite en premier lieu à se positionner exclusivement dans une position de demandeur, pour tendre au rythme de l'évolution de leur projet et de leurs compétences vers une posture de délivreur de conseils : *« c'est vrai que au départ je me sentais pas légitime et petit à petit ça vient, c'est vrai que petit à petit ça fait plaisir aussi de voir que la manière dont on a été aidé quand on était plus jeune projet, ben voilà maintenant on peut nous aussi à notre tour aider les autres » PQ-PP4.*

Deuxièmement, une modification sur leurs perceptions : *« ça nous a aussi apporté une nouvelle vision des choses » PNQ-ENT2-PP3.* Cette vision actualisée concerne les différentes composantes du processus entrepreneurial, et agit directement sur la propension de l'entrepreneur à interagir avec son environnement : *« j'ai appris à plus aller voir les gens, à échanger avec eux. Et finalement à sortir la tête de l'eau, parce qu'avec \*nom du coéquipier\* on était les seules sur notre projet » PNQ-ENT3-PP4.*

Ainsi, les influences identifiées du mécanisme en trois temps font écho aux éléments constitutifs du contrôle comportemental perçu, à savoir l'auto-efficacité perçue et le rapport à l'environnement (§1.2).

### 2.3. Synthèse des éléments constitutifs des dynamiques collectives des étudiants

Cette seconde section avait comme objet de présenter les résultats inhérents aux perceptions des étudiants quant aux dynamiques collectives de l'entrepreneuriat.

Une première section traitait de l'équipe entrepreneuriale (§2.1), mettant en avant la nécessaire articulation des mécanismes individuels et collectifs. Au travers de l'implication des

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

entrepreneurs reposant sur une responsabilité perçue et une capacité d'adaptation, l'équipe capitalise sur l'hétérogénéité de ses membres. Des compétences collectives se développent, traduites par une fluidification des échanges et de la répartition des tâches.

Dès lors, l'équipe entrepreneuriale est perçue comme une ressource mobilisable par les entrepreneurs. Cette dernière influence les processus entrepreneuriaux en intervenant sur l'intention tout en alimentant la motivation des étudiants, et d'une manière moins significative sur l'engagement en invitant les entrepreneurs à multiplier les phases réflexives quant à leurs pratiques.

Une seconde section proposait les résultats inhérents aux programmes d'accompagnement entrepreneurial (§2.2), matérialisant les communautés d'étudiants entrepreneurs au sein des espaces collaboratifs. Ici encore, les bénéfices de ces programmes sont fonction de l'engagement individuel des membres au sein de la communauté. Une première partie mettait ainsi en lumière les attentes des entrepreneurs naissants quant aux programmes d'accompagnement en fonction de leur stratégie de développement de projet<sup>39</sup>. Une attention particulière a par la suite été apportée aux mécanismes individuels sur lesquels les interactions entre pairs reposent, en soulignant trois niveaux d'engagement individuels. Ces derniers ont été corrélés à des facteurs contextuels où les synergies collectives et l'intervention des structures se sont révélées primordiales dans l'émergence des interactions. Une dernière section s'est quant à elle concentrée sur les bénéfices perçus des interactions sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Des modifications des composantes du contrôle comportemental perçu ont ainsi été relevées.

---

<sup>39</sup> Stratégie d'évitement ou de co-création (§1.2.3)

## Conclusion du chapitre 3

Le présent chapitre avait comme objet d'apporter des éléments de réponse concernant les perceptions des étudiants quant aux influences de l'entrepreneuriat collectif sur leur engagement dans le processus entrepreneurial. Dans cet axe, deux dimensions ont été approchées.

La première concerne les éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants. Cette dimension a été étudiée au travers de la question suivante : quels sont les fondements de l'approche processuelle de l'entrepreneuriat ?

De cette question, une première analyse a été portée à l'égard des éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants, permettant de définir le rôle assuré par les croyances comportementales et normatives. Ces dernières interviennent sur l'intention entrepreneuriale, au travers de leurs influences sur la motivation ainsi que sur l'engagement en alimentant le degré perçu d'auto-efficacité de l'étudiant.

Une seconde analyse a été portée sur l'étude de la transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement. Alors que le contrôle comportemental perçu articulé autour des notions d'auto-efficacité et du rapport à l'environnement s'est révélé être garant de la nature de la transition de l'intention à l'engagement, cette même nature influence considérablement la trajectoire des projets portés.

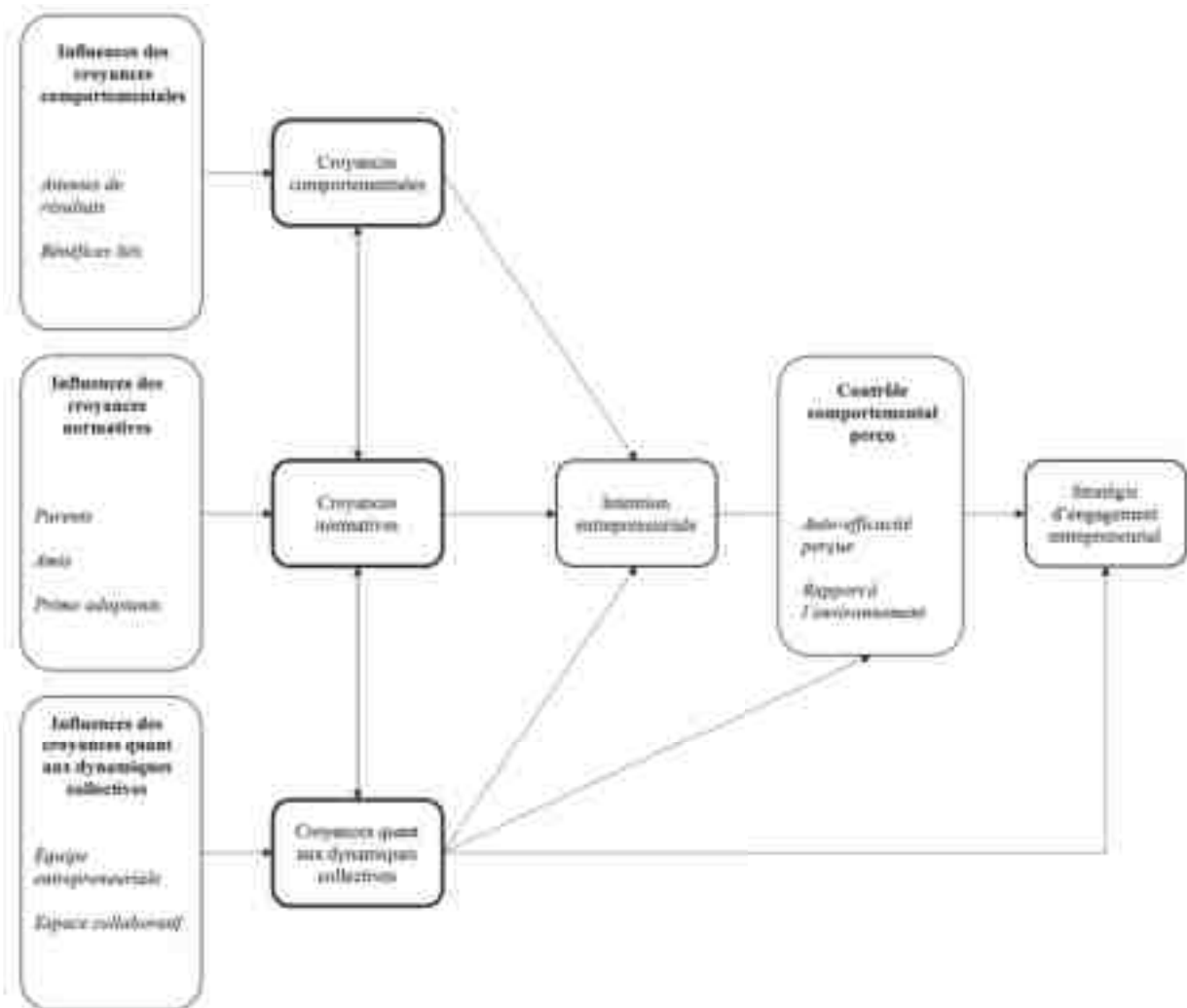
La seconde concerne les éléments constitutifs des représentations de l'entrepreneuriat collectif des étudiants. Cette dimension a été étudiée au travers de la question suivante : quels sont les piliers de l'entrepreneuriat collectif intervenant sur l'engagement entrepreneurial des étudiants ?

L'étude des équipes entrepreneuriales a constitué le premier axe retenu afin de proposer des éléments de réponse à cette question. Au travers de l'implication des membres, l'équipe constitue un moteur de développement de compétences collectives en s'appuyant sur l'hétérogénéité de ses entrepreneurs. Dès lors, le collectif est perçu comme une ressource, et intervient dans le couple intention/engagement en influençant les processus motivationnels et comportementaux des étudiants.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Appréhender les espaces collaboratifs d'entrepreneurs au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial constituait le second levier permettant de répondre à la question posée. Alors que l'interaction entre pairs est qualifiée par les étudiants comme une ressource permettant de tendre vers l'amélioration de leurs pratiques, s'intéresser aux mécanismes individuels et collectifs cadrant ces interactions semblait nécessaire. Ainsi, au travers de trois niveaux d'engagement encouragés par des synergies collectives et l'intervention des structures d'accompagnement, les échanges entre entrepreneurs permettent de faciliter l'engagement au travers des influences sur le contrôle comportemental perçu.

Au travers d'une lecture croisée des deux dimensions de perception des étudiants entrepreneurs, nous proposons le processus entrepreneurial suivant (Figure 18) :



*Figure 18 - Intégration des influences de l'entrepreneuriat collectif dans la perception du processus entrepreneurial des étudiants*

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## **CHAPITRE 4 : DISCUSSION ET CONCLUSION GÉNÉRALE**

---

### **Positionnement des résultats au sein des recherches antérieures**

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Introduction du chapitre

Ce quatrième chapitre vise à proposer une conclusion générale de cette recherche, et repose sur deux piliers.

Le premier pilier positionne les résultats de cette étude au sein des recherches existantes. Comment appréhender nos résultats au regard des contributions des champs de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneuriat collectif ? Quels sont les points de divergences et de convergences ? Telles sont les questions qui guident la première section (§1).

Le second pilier repose sur une synthèse générale de ce présent travail, en proposant les principales contributions, limites et perspectives. Deux principales questions constituent la trame de cette seconde section (§2) : quels sont les points saillants de cette recherche ? Quelles en sont les limites et perspectives ?

## 1. Discussion

Appréhender les influences perçues de l'entrepreneuriat collectif sur le processus entrepreneurial des étudiants pour, à terme, actionner des leviers leur permettant de faciliter leur transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement constitue l'objectif de cette recherche.

Afin de tendre vers cet objectif, deux dimensions de croyances sont analysées. La première concerne le processus entrepreneurial (§1.1), la seconde l'entrepreneuriat collectif (§1.2). Au total, quatre dimensions d'analyses peuvent être proposées.

### 1.1. Les dimensions d'analyse des éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale

Les éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale sont appréhendés dans le cadre de cette recherche au travers de deux dimensions. La première traite des facteurs antécédents et des construits de l'intention entrepreneuriale (§1.1.1). La seconde concerne les facteurs intervenant dans le couple intention/engagement et leurs conséquences sur l'engagement entrepreneurial (§1.1.2). Les résultats propres à ces deux dimensions d'analyse sont discutés dans les développements ci-après au regard des recherches antérieures.

#### 1.1.1. Les facteurs antécédents et les construits de l'intention entrepreneuriale

Les étudiants démontrent que l'intention entrepreneuriale est avant tout le résultat de leur motivation et volonté, s'alignant aux résultats obtenus dans les principaux modèles intentionnels (Bird, 1988 ; Ajzen, 1991 ; Fishbein & Ajzen, 2010). La motivation et la volition résultent des influences des parents, des amis et des primo adoptants dans le cadre de cette

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

recherche. Ce résultat va partiellement dans le sens des études menées sur la thématique (Fayolle, et al. , 2006 ; Bonnard & Giret, 2017), mais s'en distingue au travers de deux points.

Premièrement, au regard des antécédents influençant l'intention entrepreneuriale. Si les parents et les amis constituent des variables identifiées par la littérature (Krueger, et al. , 2000 ; Audet, et al. , 2005), la notion de primo adoptants n'est quant à elle que très peu relevée à notre connaissance.

Pour autant, les premières personnes externes au cercle privé de l'entrepreneur avec lesquelles des échanges concernant le projet sont engagés répondent ici à des influences notables sur la motivation. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que l'acte entrepreneurial constitue pour la plupart des étudiants l'un des premiers projets pour lequel un enjeu significatif est perçu. Dans cette perspective, les entrepreneurs naissants semblent chercher à prouver leur capacité à porter de tels projets. La reconnaissance est cherchée auprès du cercle externe qui appose un regard neutre au projet. C'est ce même regard neutre que le cercle privé ne semble pouvoir proposer à l'étudiant.

Deuxièmement, par la nature des influences citées. L'intention entrepreneuriale de l'étudiant est ici alimentée par les encouragements de la part de son cercle proche, sans qu'une logique de jugement social au sens de Fishbein & Ajzen (2010) n'affecte cette intention d'entreprendre. Les étudiants se positionnent comme les principaux acteurs de leur comportement, comme en témoigne la capacité de certains à s'affranchir d'une influence négative de leurs parents quant à l'acte entrepreneurial.

Les facteurs antécédents à l'intention entrepreneuriale permettent de définir l'une des composantes de la désirabilité perçue au travers de leurs influences sur la motivation et la volition des étudiants. La seconde composante matérialise les attentes de résultats ainsi que les bénéfices liés de l'acte entrepreneurial pour les étudiants. Cette approche est vérifiée dans les travaux d'Ajzen (1991) et de Fishbein & Ajzen (2010), en se rapprochant de la notion de croyances comportementales.

Bien que l'intention entrepreneuriale soit traditionnellement définie comme un juste équilibre entre les notions de désirabilité et de faisabilité perçues (Shapero & Sokol, 1982 ; Krueger &



Carsrud, 1993), nos résultats démontrent une forme de relativisme de la part des étudiants à l'égard de la faisabilité du projet. Ce résultat est justifié par les entrepreneurs au travers du fait que leur posture d'étudiant leur permet de porter un projet entrepreneurial dans un cadre sécurisant, comme l'ont démontré Degeorge et Fayolle en 2011. Ce dernier octroie la possibilité d'assumer une fonction d'entrepreneur sans modifier l'ensemble de la trajectoire de vie de l'étudiant. Entreprendre en parallèle des études est perçu comme une source d'apprentissage, une période de transition durant laquelle un projet est testé, modifié, poursuivi ou abandonné sans qu'un point de non-retour au sens de Fayolle (2012) ne soit vérifié.

La notion de faisabilité n'impacte ainsi pas l'intention entrepreneuriale, mais intervient davantage dans le couple intention/engagement (§1.1.2).

### 1.1.2. Les facteurs intervenant dans le couple intention/engagement et leurs conséquences sur l'engagement entrepreneurial

L'appréhension des facteurs intervenant dans la relation intention/engagement constitue l'une des principales préoccupations des chercheurs en entrepreneuriat (Fayolle & Liñán, 2014). C'est dans cette même relation que la notion de faisabilité perçue intervient au travers d'une introspection de l'individu sur ses capacités. Le degré perçu d'auto-efficacité (AEP) de l'étudiant assure un rôle de régulateur de son comportement.

Ce rôle de régulateur influence les stratégies de développement de projet mobilisées par l'entrepreneur, pouvant accroître comme réduire le facteur temps nécessaire au développement du projet. Ces résultats se rapprochent de ceux de Fishbein & Ajzen (2010) démontrant que les facteurs perçus par l'individu comme non-contrôlables rallongent la temporalité entre l'intention et l'engagement ; ici, une faible perception des compétences de la part de l'individu rend difficile sa transition vers un engagement entrepreneurial sans pour autant stopper le processus.

L'AEP s'avère être un facteur significatif dans le couple intention/engagement comme l'ont confirmées des études précédentes (Giacomin, et al., 2010 ; Delanoë-Gueguen, 2015a ; St-Jean & Fonrouge, 2020).

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Toutefois, et conformément aux influences des primo adoptants sur l'intention entrepreneuriale, le rapport de l'étudiant à son environnement semble constituer la principale variable conditionnant son engagement entrepreneurial. Si la notion de contrainte environnementale perçue alimente les discussions en management stratégique (Gueguen, 2004), elle n'est, à notre connaissance, guère mobilisée dans l'étude de la transition entre l'intention et l'engagement. En 2009, Schmitt souligne toutefois la nécessité d'actualiser les approches processuelles en entrepreneuriat en intégrant le rapport de l'entrepreneur à son environnement. Les études consacrées à cette thématique portent sur deux dimensions. Premièrement, sur les interactions entre l'entrepreneur et son environnement dans le cadre de la gestion quotidienne de son entreprise (Julien & Schmitt, 2008). Deuxièmement, sur un nécessaire contexte favorable au développement de l'intention entrepreneuriale (Sahut & Benredjem, 2017).

Les résultats de cette recherche mettent ainsi en avant les rôles exercés par l'AEP et le rapport à l'environnement dans la transition intention/engagement. En fonction de ces composantes, deux typologies de transition ont été identifiées. Traduisant le contrôle comportemental perçu au sens de Fishbein & Ajzen (2010), ces typologies de transition influencent d'une part les stratégies retenues et d'autre part les postures comportementales de l'entrepreneur.

Ainsi, en fonction de l'AEP et du rapport à l'environnement, l'étudiant s'engage dans une stratégie d'évitement où seules des pratiques d'ordre causales sont retenues, ou de co-création alliant les approches causales et d'effectuations. Ces observations s'inscrivent dans la lignée des résultats de Schmitt & Julien (2020) qui soulignent l'évolution des postures entrepreneuriales, admettant qu'un entrepreneur naissant débute par des approches causales pour tendre vers des pratiques effectuales et d'improvisation. Nos résultats ont également souligné que les entrepreneurs cherchent en premier lieu à adopter des stratégies prédictives afin de canaliser leurs appréhensions quant à l'environnement et d'en réduire l'incertitude. Leurs interrogations sont ainsi majoritairement orientées autour de la question *comment*, au travers de leur volonté de baliser les dimensions du projet par la mobilisation d'outils d'aide à la décision stratégique, que *pourquoi* en s'interrogeant sur la pertinence de ces outils dans le cadre de leur projet. Ces résultats sont confirmés par Schmitt & Julien (2020) qui mettent en avant l'incertitude perçue comme l'une des variables conditionnant la posture retenue par l'entrepreneur ; il se doit, grâce à son expérience, d'accepter les contingences afin de sortir d'une posture exclusivement causale.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Pour autant, bien que les entrepreneurs gagnent en expérience, l'approche par effectuation n'est pas généralisée dans le cadre de nos résultats. Les entrepreneurs expérimentés<sup>40</sup> soulignent avoir recours à certains piliers de l'effectuation non pas dans une logique de minimisation de stratégies prédictives au sens de Sarasvathy (2001), mais principalement afin de minimiser les coûts. La vision de l'entreprise est définie et est indexée à un calendrier, qui lui-même évolue en fonction des contingences, nécessitant de la part de l'entrepreneur certaines adaptations sans pour autant abolir la notion de stratégie prédictive dans sa globalité.

Après avoir mis en lien les principaux résultats inhérents aux éléments constitutifs du processus entrepreneurial avec les recherches antérieures, la section suivante (§1.2) propose ce rapprochement concernant l'entrepreneuriat collectif.

## 1.2. Les dimensions d'analyse des éléments constitutifs de l'entrepreneuriat collectif

Afin d'appréhender les influences de l'entrepreneuriat collectif sur l'engagement des étudiants, deux analyses ont été effectuées. La première concerne les équipes entrepreneuriales (§1.2.1), et la seconde les espaces collaboratifs au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial (§1.2.2).

### 1.2.1. L'équipe entrepreneuriale

La notion d'équipe entrepreneuriale est appréhendée dans le cadre de cette recherche au travers de deux dimensions d'analyse. La première concerne les mécanismes de développement de compétences collectives. La seconde traite des influences de l'équipe sur l'engagement entrepreneurial de ses membres.

---

<sup>40</sup> Les entrepreneurs ayant participé à la seconde série d'entretiens (Chapitre 2, §2.2.1)

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Les résultats propres aux équipes entrepreneuriales ont souligné, comme d'autres recherches (Naffakhi, 2011 ; Foliard & Le Pontois, 2017), la prépondérance des notions d'engagement et de complémentarité des membres.

Les mécanismes relevés au sein des équipes permettent de tendre vers une amélioration des pratiques de ses membres, et s'apparentent à la vision harmonieuse du développement de compétences collectives (Le Boterf, 2000). Au travers de la coopération des entrepreneurs en action de travail, de nouvelles connaissances émergent et permettent de tendre vers l'apprentissage individuel et collectif (Bichon, 2005).

Les étudiants interrogés sur leur équipe entrepreneuriale soulignent une fluidification dans la répartition des tâches et dans les échanges au travers d'une connaissance fine des autres entrepreneurs. Le dialogisme individuel/collectif du mécanisme en trois temps identifié au sein des équipes se vérifie au travers des apports de Le Boterf, qui en 2006 met en avant des comportements individuels et collectifs comme grille de lecture de la compétence collective.

Cette vision harmonieuse, fruit de la coopération et des synergies individuelles, s'apprécie dans les premières actions entreprises par l'équipe. Cette phase transitoire s'apparente à une période de latence, où chacun des membres prend ses marques au sein du collectif, s'adapte, et ne perçoit pas de franche limite dans la collaboration. Passée cette phase, des premières confrontations peuvent être observées, et actualisent les rôles assurés au sein de l'équipe ainsi que les pratiques retenues. Ces résultats sont vérifiés dans les apports de Verzat et O'Shea qui, en 2021, mettent en avant un processus similaire et jugé par les entrepreneurs comme nécessaire. Un déplacement vers une approche par interactions (Dupuich, 2011) de la compétence collective semble ainsi régir la vie de l'équipe.

Cette modification du développement de compétences est corrélée à une transition d'une posture d'amis à une posture de collègues. Comme l'ont montrées des recherches antérieures (Chabaud & Condor, 2009 ; Ben-Hafaïedh, 2013), l'association par liens forts est une pratique couramment relevée dans la constitution de l'équipe. Lorsque le projet dépasse la simple occasion de travailler entre amis, l'amélioration des pratiques ne se traduit plus par l'adaptation innée des membres de l'équipe, mais davantage par des interactions. Cette approche fait écho à la phase d'implémentation de l'équipe telle que proposée par Naffakhi en 2011, qui souligne une phase transitoire durant laquelle les entrepreneurs étudient le collectif au travers de l'articulation des compétences individuelles. Cette phase transitoire est matérialisée dans le

cadre de notre recherche par une réorganisation des rôles et pratiques au sein du collectif dans un souci d'efficience.

L'équipe entrepreneuriale a également été mobilisée afin de chercher à appréhender ses influences sur l'engagement entrepreneurial des membres. Si le lien entre l'individu et le collectif occupe une place centrale dans l'étude de l'équipe entrepreneuriale (Ben Hafaiedh-Dridi & Paturel, 2019), la réciproque n'est à notre connaissance que peu étudiée. Les influences de l'équipe sur l'entrepreneur sont, à titre d'exemple, appréciées au travers des notions de satisfactions individuelles (Drnovsek & Glas, 2004) et de développement de compétences (Hackman, 1990), sans qu'un lien direct avec l'engagement entrepreneurial ne soit proposé. Nous avons ainsi mobilisé les dimensions de compétences collectives développées par les équipes afin d'appréhender leurs effets sur l'engagement des étudiants. Au regard de ces compétences, les étudiants soulignent que le collectif alimente leur motivation, et par extension leur intention entrepreneuriale, au travers d'un sentiment collectif d'efficacité. Cette croyance constitue selon Bandura (2000) un prédicteur significatif du comportement. Pour autant, l'équipe entrepreneuriale semble davantage constituer un terrain dans lequel ses membres sont invités à entrer dans une phase réflexive concernant leurs pratiques. Dans cette même logique de confrontation des perceptions, l'équipe intervient sur les processus motivationnels et cognitifs des entrepreneurs en orientant la trajectoire de leur engagement entrepreneurial, sans pour autant le faciliter.

L'équipe entrepreneuriale constitue au sein de cette recherche le terreau fertile au développement de compétences collectives, et intervient principalement sur la motivation des entrepreneurs. Ces résultats vont, dans leur ensemble, dans le sens d'études antérieures sur les notions de compétences et d'équipes entrepreneuriales (Ben Hafaiedh, 2006 ; Naffakhi, et al. , 2008). Pour autant, ils interrogent l'influence réelle de l'équipe sur l'engagement individuel de l'entrepreneur.

La section suivante (§1.2.2) propose de discuter des résultats inhérents aux espaces collaboratifs d'entrepreneurs au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial.

### 1.2.2. Les espaces collaboratifs au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial

L'étude des espaces collaboratif au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial a, dans le cadre de cette recherche, permis de mettre en lumière deux éléments.

Le premier concerne leurs similitudes avec la notion de communauté de pratique. Au travers de l'engagement et du contexte, variables définies par les étudiants comme étant nécessaires à l'amélioration des pratiques, certains piliers de la théorie sociale de l'apprentissage se vérifient. Les trois niveaux d'engagement identifiés (périphérique, transitoire et noyau dur) témoignent des rôles assurés par les étudiants au sein des programmes d'accompagnement, de leur participation et de leur légitimité. Ces résultats se rapprochent de ceux de Lave & Wenger (1991) sur la participation légitime périphérique. Les auteurs soulignent qu'au sein d'une communauté, des mécanismes de participation sont vérifiés, et témoignent d'un apprentissage où les novices reproduisent les pratiques des experts. En mobilisant cette grille de lecture, nous pourrions considérer que le noyau dur des programmes d'accompagnement entrepreneurial est constitué d'experts qui guident les novices positionnés dans un engagement périphérique et transitoire. Pour autant, la notion d'expert au sens d'un individu intervenant sur des sujets multi-contextuels, complexes et non-routiniers (Bootz & Schenk, 2014) n'est pas vérifiée. Il est ici davantage question d'un entrepreneur qui assure le rôle de moteur de la communauté en provoquant des sessions formelles et informelles d'échange, tout en facilitant la diffusion de l'information. Au travers de son engagement, il participe effectivement à l'actualisation des pratiques, sans pour autant que son rôle ne soit celui de former les entrepreneurs moins expérimentés.

Afin qu'un déplacement du niveau périphérique d'engagement au noyau dur soit apprécié, certains facteurs contextuels ont été définis par les étudiants comme nécessaires. Ces derniers reposent en premier lieu sur les synergies collectives, permettant à tout un chacun de cultiver le sentiment de vivre le même processus entrepreneurial. Cette notion se rapproche de celle de l'entreprise commune de Wenger (1998), puisque les interactions entre les étudiants émanent d'un sentiment partagé de tendre vers un objectif similaire, qui peut être celui de la création d'une entreprise. Les échanges sont ainsi facilités, témoignant d'un intérêt commun quant à une pratique, ou du moins un objectif. Ces résultats sont vérifiés par Fabbri et Charue-Duboc (2013)

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

qui soulignent le rôle de catalyseur des interactions qu'assure la proximité de la nature des projets portés par les entrepreneurs. Au-delà des synergies collectives, l'intervention de la structure d'accompagnement est apparue comme nécessaire au développement des interactions, comme l'ont soulignés Pierre et Burret (2014). Les étudiants ont répondu au besoin de bénéficier d'un outil de communication propre à leur communauté. Si le contexte actuel n'a pas permis aux entrepreneurs d'accéder aux locaux prévus à leur effet et hautement plébiscités, l'outil de communication a semblé permettre de cristalliser les normes et coutumes des étudiants, assurant le rôle de garant du répertoire partagé au sens de Wenger (1998). Toutefois, l'outil de communication constitue un lieu dans lequel les interactions peuvent être engagées ; son efficacité repose sur la manière dont les structures d'accompagnement font vivre cet outil. Une forme de régularité est attendue de la part des étudiants, qu'il s'agisse des échanges comme de la mise en place des ateliers. Cette approche ouvre sur la notion de communauté de pratique pilotée, où un manager gère, au travers de ses fonctions de coordinateur et d'animateur, le fonctionnement de la communauté (Bootz, 2015). Si par nature la communauté de pratique est auto-organisée (Lave & Wenger, 1991 ; Brown & Duguid, 1991 ; Wenger, 1998), son fonctionnement en phase précoce, entendue ici comme les premières rencontres entre étudiants entrepreneurs, repose sur le rôle de facilitateur des interactions ancré par la structure.

Le second élément identifié au travers des résultats inhérents aux espaces collaboratifs témoigne des mutations de l'industrie de l'accompagnement. A des degrés différents, les programmes d'accompagnement observés témoignent de leur volonté de placer le collectif au cœur de l'accompagnement. Le terme « culture<sup>41</sup> » est par ailleurs mobilisé afin de définir le contexte collectif dans lequel s'inscrit l'accompagnement proposé. Si ce déplacement de proposition de valeur d'un accompagnement centré sur l'individu vers un accompagnement centré sur le collectif va dans le sens des préconisations de certains auteurs (Bayad & Uk, 2012 ; Messeghem, et al. , 2020), les résultats de cette recherche mettent en avant que les bénéfices des interactions ne remplacent pas l'accompagnement classique dans son ensemble. L'accompagnement par les pairs agit effectivement sur l'engagement des entrepreneurs en intervenant sur leur contrôle comportemental perçu, mais n'estompe pas la volonté des étudiants de bénéficier d'un accompagnement réalisé par la structure elle-même. Ce résultat peut être expliqué par le fait que la plupart des entrepreneurs interrogés se positionnent en début

---

<sup>41</sup> Le PROG-ACC-N°1 mobilise ce terme afin d'exprimer sa proposition de valeur

de processus, et cherchent principalement un cadre structuré pour développer leur projet, comme l'ont souligné les travaux de Jacquemin et Lesage (2018) et de Delanoë-Gueguen (2015b). Les bénéfices des interactions sont tout de même relevés par les étudiants au travers d'un mécanisme en trois étapes : la mise en application, l'échange sur les pratiques et la restitution. La transition de novice à expert au sens de Lave et Wenger (1991) est ici davantage observée.

## 2. Conclusion générale

Cette section vise dans un premier temps à dresser une synthèse générale de cette recherche en mentionnant ses principales dimensions (§2.1). Au travers de cette synthèse, les contributions, limites et perspectives sont présentées en seconde section (§2.2).

### 2.1. Synthèse générale

Cette recherche s'est articulée autour du souhait d'appréhender les influences perçues de l'entrepreneuriat collectif sur le processus entrepreneurial des étudiants pour, à terme, actionner des leviers leur permettant de faciliter leur transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement.

Afin de tendre vers cet objectif, une double lecture a été mobilisée. Premièrement, approcher le champ de l'entrepreneuriat au travers de son caractère processuel. Nous avons ainsi questionné la nature prédictive de l'intention entrepreneuriale en mobilisant la théorie des comportements planifiés (Ajzen, 1991 ; Fishbein & Ajzen, 2010) comme fondement de notre grille de lecture. Motivation et volition sont les maîtres mots de l'approche de l'entrepreneuriat sous le prisme d'un processus, sans pour autant qu'une intention ne se traduise systématiquement en engagement (Ajzen, 1987). En s'intéressant aux facteurs intervenant dans le couple intention/engagement, la notion d'auto-efficacité perçue (Bandura, 1977) a été mobilisée comme traducteur de cette transition.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



Au regard du caractère socialement construit des notions d'intention, d'engagement et d'auto-efficacité perçue, notre revue de littérature s'est orientée dans un second temps sur l'étude de l'entrepreneuriat collectif. Au travers de l'équipe entrepreneuriale et des espaces collaboratifs, nous avons interrogé la littérature sur le lien entre ces notions et l'engagement de l'entrepreneur. Capitalisation des compétences, complémentarité et implication des membres, tels sont les dénominateurs communs des notions cadrant le champ de l'entrepreneuriat collectif.

Les éléments constitutifs de notre revue de littérature présentés en amont alimentent le cadre conceptuel de l'étude, orienté sur une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Pour autant, pouvons-nous apprécier les influences de l'entrepreneuriat collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants ? Si les recherches antérieures ont principalement mis en lumière l'influence de l'équipe ou des espaces collaboratifs sur l'amélioration des pratiques d'un entrepreneur, qu'en est-il de la phase d'émergence organisationnelle ?

Ces interrogations perdurant, nous avons motivé le choix d'une démarche interprétativiste dans l'appréhension des perceptions des étudiants au travers du souhait d'être au plus proche de leur réalité, sans intervenir dans cette dernière. L'approche abductive s'est révélée être la plus à même de bénéficier des enseignements de notre cadre conceptuel tout en préservant un nécessaire degré d'autonomie au regard des spécificités de la sphère estudiantine de l'entrepreneuriat. Afin de tendre vers les objectifs de cette recherche, nous avons fait le choix d'un alliage de matériaux empiriques dans le cadre d'une méthodologie qualitative longitudinale. Trente entretiens semi-directifs à visée compréhensive ont été proposés à vingt étudiants et jeunes diplômés entrepreneurs. Douze d'entre eux, positionnés en début de processus entrepreneurial, ont réalisé jusqu'à trois entretiens entre octobre 2020 et mars 2021. Les dires de huit entrepreneurs davantage expérimentés ont consolidé les résultats obtenus lors de la première série d'entretiens. Cinq structures d'accompagnement entrepreneurial du même écosystème strasbourgeois intervenant à différentes phases du processus ont par ailleurs fait l'objet d'observations directes et participantes entre septembre 2020 et avril 2021.

La diversité des matériaux empiriques a été mobilisée afin de proposer les éléments constitutifs des représentations des étudiants entrepreneurs concernant d'une part le processus entrepreneurial, et d'autre part l'entrepreneuriat collectif.

Le processus entrepreneurial a été appréhendé au travers de la notion d'intention. Son caractère motivationnel a été vérifié au travers des influences des croyances comportementales et normatives. Deux typologies d'entrepreneurs ont été relevées, témoignant d'une singularité dans la transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement. Ces trajectoires distinctes émanent du contrôle comportemental perçu, où le degré d'auto-efficacité et le rapport à l'environnement agissent comme régulateurs du comportement de l'étudiant.

Après avoir proposé des éléments de réponse quant au processus entrepreneurial perçu par les étudiants, une seconde section s'est penchée sur l'entrepreneuriat collectif.

Une première analyse a été portée aux équipes entrepreneuriales, en soulignant la nécessaire articulation des mécanismes individuels et collectifs afin de convertir la complémentarité des membres en compétences collectives. L'équipe s'est avérée être un vecteur de motivation, alimentant principalement l'intention entrepreneuriale de ses membres.

Une seconde analyse a été adressée aux espaces collaboratifs en mobilisant les programmes d'accompagnement entrepreneurial. Au travers de l'engagement des entrepreneurs au sein de la communauté<sup>42</sup>, des synergies collectives et des facteurs contextuels, les programmes d'accompagnement ont répondu à un double bénéfice sur le processus entrepreneurial, en alimentant le contrôle comportemental perçu des étudiants. Premièrement, ils permettent aux entrepreneurs naissants de bénéficier d'un cadre structurant pour le développement de leur projet. Deuxièmement, l'interaction avec les pairs est perçue comme une ressource permettant d'améliorer les pratiques retenues.

Les résultats de cette recherche ont par la suite été traduits par la proposition d'un processus entrepreneurial intégrant les influences des croyances quant aux dynamiques collectives sur l'intention entrepreneuriale et la transition vers l'engagement de l'étudiant.

Les résultats tels que présentés ont, afin d'en apprécier leur validité, été positionnés dans les recherches antérieurs portant sur le processus entrepreneurial et l'entrepreneuriat collectif.

---

<sup>42</sup> Empruntant les codes de la communauté de pratique

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Si les antécédents à l'intention entrepreneuriale relevés dans le cadre de cette recherche se vérifient partiellement dans les études précédentes (Fayolle, et al. , 2006 ; Bonnard & Giret, 2017), ils permettent de souligner l'influence notable du cercle externe à l'entrepreneur sur son intention entrepreneuriale, et par la suite son engagement. Nous avons observé, comme de nombreux travaux (Bird, 1988 ; Ajzen, 1991 ; Fishbein & Ajzen, 2010), le caractère motivationnel et volitionnel de l'intention entrepreneuriale. Pour autant, nos résultats soulignent que la notion de faisabilité, pourtant indexée à l'intention pour certains auteurs (Shapero & Sokol, 1982 ; Krueger & Carsrud, 1993), n'intervient que dans la transition vers l'engagement entrepreneurial. Elle s'apprécie dans cette recherche au travers du contrôle comportemental perçu, et notamment de l'auto-efficacité, agissant comme un régulateur du comportement. Si le concept proposé par Bandura en 1977 fait consensus dans l'étude de la transition entre l'intention et l'engagement (Giacomin, et al., 2010 ; Delanoë-Gueguen, 2015a ; St-Jean & Fonrouge, 2020), le rapport à l'environnement, pourtant moins étudié, répond à des influences davantage significatives. Les trajectoires distinctives des transitions entre l'intention et l'engagement des étudiants émanant de la nature de leur contrôle comportemental perçu sont partiellement vérifiées dans les travaux de Schmitt & Julien (2020).

Concernant les équipes entrepreneuriales, les mécanismes et les comportements identifiés permettant de tendre vers des compétences collectives sont vérifiés dans les travaux de Le Boterf (2000, 2006). Nos résultats soulignent toutefois que l'approche harmonieuse de la compétence collective se convertit en approche par interactions lorsque la simple occasion de travailler entre amis est dépassée. Cette approche est vérifiée dans les récents travaux portant sur l'équipe entrepreneuriale étudiante (Verzat & O'Shea, 2019 ; Foliard & Le Pontois, 2021). Si l'équipe entrepreneuriale alimente la motivation des étudiants, ses influences sur l'engagement sont quant à elles relativisées, allant à l'encontre de certains résultats obtenus dans les recherches antécédentes (Gueguen, 2013). L'étude des espaces collaboratifs a mis en avant trois niveaux d'engagement des étudiants au sein du collectif, faisant un écho aux travaux de Lave & Wenger (1991) sur les communautés de pratique. Nos résultats s'en distinguent toutefois dans le rôle assuré par les entrepreneurs au sein de ces trois niveaux d'engagement. Les synergies collectives nécessaires à l'engagement des étudiants au sein de la communauté sont vérifiées dans les apports de Wenger (1998) concernant l'entreprise commune, et ont également été vérifiées dans les travaux de Fabbri et Charue-Duboc (2013). Les interactions

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

entre entrepreneurs se sont révélées être un levier permettant de faciliter l'engagement des étudiants au travers de leurs influences sur le contrôle comportemental perçu. Les étudiants soulignent également le souhait de bénéficier en parallèle d'un accompagnement réalisé par la structure elle-même, comme l'ont soulignées des recherches antérieures (Delanoë-Gueguen, 2015b ; Jaquemin & Lesage, 2018).

Nous espérons que les résultats de cette recherche soient mobilisables tant pour la sphère managériale qu'académique. Cette étude répond également à plusieurs limites pour lesquelles des perspectives sont proposées. L'ensemble de ces points est traité dans la section suivante (§2.2).

## 2.2. Contributions, limites et perspectives

Nous espérons au travers de ce travail contribuer à deux dimensions théoriques ainsi qu'à deux dimensions managériales.

La première contribution théorique concerne la proposition d'un processus entrepreneurial orienté sur les perceptions des étudiants entrepreneurs. Nos résultats ont confirmé le caractère motivationnel et volitionnel de l'intention entrepreneuriale, tout en soulignant que la notion de faisabilité n'intervenait, chez les étudiants, qu'en transition vers l'engagement. Le contrôle comportemental perçu, agissant comme traducteur de la faisabilité, est principalement fonction du rapport de l'étudiant à son environnement. C'est ce même rapport, couplé à son sentiment d'efficacité personnelle, qui oriente la nature de sa transition entre l'intention et l'engagement. La seconde contribution théorique représente la prise en considération des croyances quant aux dynamiques collectives au sein du processus entrepreneurial. Alors que l'entrepreneuriat est aujourd'hui perçu comme un acte influencé par son ancrage social, nos résultats ont démontré que les croyances des étudiants quant aux dynamiques collectives agissent sur l'intention et sur l'engagement. Les équipes entrepreneuriales ainsi que les communautés d'entrepreneurs alimentent la motivation de l'étudiant ainsi que son contrôle comportemental perçu.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

La première contribution managériale repose sur le caractère traduisible des résultats au sein des programmes d'accompagnement entrepreneurial ainsi que des programmes de formation en entrepreneuriat. Les acteurs accompagnant les étudiants dans le développement de leur projet peuvent capitaliser sur la notion de communauté d'entrepreneurs, en transposant les résultats inhérents aux mécanismes individuels et collectifs au sein de leur programme. Sur un modèle hybride composé d'un accompagnement administré par la structure et d'interactions entre entrepreneurs, les étudiants pourront bénéficier d'une structuration de leur projet tout en actualisant les composantes de leur contrôle comportementale perçue. La question de l'équipe entrepreneuriale, notamment aux abords du processus, se doit également d'être prise en considération. Si ses influences concernent majoritairement la motivation des étudiants à entreprendre, les acteurs de l'accompagnement entrepreneurial trouveraient dans l'incitation à entreprendre ensemble un levier permettant d'orienter durablement l'étudiant dans le processus entrepreneurial.

La seconde contribution managériale s'adresse aux étudiants entrepreneurs. En s'interrogeant sur leur rapport à l'environnement, des leviers collectifs pourront être actionnés afin de faciliter leur engagement entrepreneurial. Si la crainte associée aux réponses de l'environnement quant au projet porté est transverse à la plupart des entrepreneurs naissants, cette dernière répond à des impacts significatifs sur l'engagement. Le sentiment d'efficacité personnelle peut également altérer la transition de l'idée au projet, et du projet à l'entreprise. L'auto-efficacité perçue est étroitement liée à l'engagement de l'entrepreneur puisqu'elle se cultive, toutes choses égales par ailleurs, au travers des expériences réalisées. Cette considération nécessite de la part de l'entrepreneur un engagement caractérisé par le déploiement d'actions concrètes dans le développement de son projet.

Cette recherche répond par ailleurs à plusieurs limites qui ouvrent sur de nouvelles perspectives de recherche.

La première limite que nous pouvons relever concerne la délimitation de la population approchée. Au regard du positionnement de cette recherche sur la transition entre l'intention et l'engagement entrepreneurial, nous nous sommes principalement intéressés à des étudiants en début de processus. Bien que huit entrepreneurs davantage expérimentés aient fait l'objet

d'entretiens, mobiliser un échantillon plus large constitue une première perspective de recherche.

La seconde limite concerne les trajectoires des profils d'entrepreneurs naissants identifiés. Si leur lien avec la nature de la transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement a été appréhendée, l'étude de leurs influences sur l'orientation des projets et entreprises constitue une seconde perspective de recherche.

La troisième limite est liée aux apprentissages au sein des communautés d'étudiants entrepreneurs. Si un mécanisme en trois temps influençant positivement le processus entrepreneurial des étudiants a été identifié, appréhender les compétences développées par les étudiants constitue une troisième perspective de recherche.

Pour conclure, nous espérons au travers de ce travail avoir contribué à proposer des éléments de réponse quant aux perceptions du processus entrepreneurial et de l'entrepreneuriat collectif des étudiants, afin d'en faciliter leur engagement.

## Références bibliographiques

---

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Références bibliographiques

- Aaboen, L. (2009). *Explaining incubators using firm analogy* (Vol. 29). Technovation.
- Adam, A. (2016). *From entrepreneurial intention to behavior: to what extent commitment and implementation intention could facilitate action?* Thèse pour le grade de docteur en sciences de gestion, Université Grenoble Alpes.
- Adam, A. F., & Fayolle, A. (2015). *Bridging the entrepreneurial intention–behaviour gap: the role of commitment and implementation intention*. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*.
- Ajzen, I. (1987). *Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology* (Vol. 20). *Advances in experimental social psychology*.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior* (Vol. 50). Academic Press.
- Ajzen, I. (1996). *The direct influence of attitudes on behavior*. *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior*.
- Ajzen, I. (2011). *The theory of planned behaviour: reactions and reflections*. *Psychology & Health*.
- Ajzen, I., Csasch, C., & Flood, M. (2009). *From intentions to behavior: Implementation intention, commitment, and conscientiousness* (Vol. 39). *Journal of Applied Social Psychology*.
- Allard, F., Amans, P., Bravo-Bouyssy, K., & Loup, S. (2013). *L'accompagnement entrepreneurial par les Coopératives d'Activité et d'Emploi : des singularités à questionner*. « Luxury entrepreneurship » ou l'entrepreneuriat du luxe : des opportunités de demain pour des activités « human push » ?
- Allen, N. J., & Meyer, J. (1990). *The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization*. *Journal of Occupational Psychology*.
- Arend, R., Sarooghi, H., & Burkemper, A. (2015). *Effectuation as uneffectual? Applying the 3E Theory-Assessment Framework to a proposed new theory of entrepreneurship*. *Academy of Management Review*.



- Avenier, M.-L., & Gavard-Perret, M.-L. (2012). *Inscrire son projet de recherche dans un cadre épistémologique*. Méthodologie de la recherche en sciences de gestion: Réussir son mémoire ou sa thèse.
- Azan, W., Bootz, J. P., & Rolland, O. (2017). *Community of practices, knowledge transfer, and ERP project (ERPP)* (Vol. 15). Knowledge Management Research & Practice.
- Badets, A. (2019). *Coopération, auto-efficacité et professionnalisation en contexte d'apprentissage par projets*. Questions de Pédagogies dans l'Enseignement Supérieur.
- Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). *Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage* (Vol. 50). Administrative Science Quarterly.
- Baker, T., Miner, A., & Eesley, D. (2003). *Improvising firms: bricolage, retrospective interpretation and improvisational competencies in the founding process*. Research Policy.
- Bandura, A. (1977). *Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change*. Psychological Review.
- Bandura, A. (1988). *Organisational applications of social cognitive theory*. Australian Journal of Management.
- Bandura, A. (1993). *Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning* (Vol. 28). Educational psychologist.
- Bandura, A. (1998a). *Exploration of Fortuitous Determinants of Life Paths*. Psychological Inquiry.
- Bandura, A. (1998b). *Personal and collective efficacy in human adaptation and challenge* (Vol. 1). Advances in psychological science.
- Bandura, A. (2000). *Exercise of human agency through collective efficacy* (Vol. 9). Current directions in psychological science.
- Barès, F., & Muller, R. (2007). *Appui à la création d'entreprise: du narcissisme au partage de ressources* (Vol. 8). Revue internationale de psychologie.
- Baribeau, C., & Royer, C. (2012). *L'entretien individuel en recherche qualitative: usages et modes de présentation* (Vol. 38). Revue des sciences de l'éducation.
- Bastien, S. (2007). *Observation participante ou participation observante? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales* (Vol. 27). Recherches qualitatives.

- Bayad, M., & Uk, N. (2012). *La communauté de pratique comme un outil d'accompagnement en entrepreneuriat*. Regards croisés sur les pratiques d'accompagnement à l'entrepreneuriat, 2ème rencontre entre acteurs des réseaux d'accompagnement et chercheurs.
- Ben Hafaiedh, C. (2006). *Entrepreneuriat en équipe : positionnement dans le champ de l'entrepreneuriat collectif* (Vol. 5). Revue de l'Entrepreneuriat.
- Ben Hafaiedh-Dridi, C., & Paturel, R. (2019). *L'appréciation de la performance des équipes entrepreneuriales : une problématique délicate....* 9ième CIFEPME.
- Ben Salah, I. (2013). *Contribution à la compréhension de l'impact des expériences d'accompagnement entrepreneurial sur la dynamique de l'apprentissage expérientiel et le changement des comportements des accompagnateurs : cas de réseau Entreprendre®*. Thèse pour l'obtention du grade de Docteur ès Sciences de Gestion, Université Jean Moulin Lyon 3.
- Berry, V. (2008). *Les communautés de pratique : note de synthèse* (Vol. 54). Pratiques de formation.
- Bichon, A. (2005). *Comment conjuguer une GRH individualisée et la mobilisation collective des salariés au sein des équipes de projet ? Vers l'individualisation collective*, thèse de doctorat.
- Bird, B. (1988). *Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention*. The Academy of Management Review.
- Bird, B., & Jelinek, M. (1989). *The operation of entrepreneurial intentions*. Entrepreneurship theory and practice.
- Bizeul, D. (2007). *Que faire des expériences d'enquête ?* (Vol. 57). Revue française de science politique.
- Blein, A. (2016). *Le coworking, un espace pour les transactions hors marché?*. (Vol. 2). Réseaux.
- Bohas, A., Faure, S., & De Vaujany, F. X. (2017). *Tiers-lieux & Espaces collaboratifs: Laboratoires et révélateurs des nouvelles pratiques de travail*. Note de recherche n°2, Research Group on Collaborative spaces.
- Boissin, J. P., Chollet, B., & Emin, S. (2009). *Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants: un test empirique*. M@n@gement.

- Boissin, J.-P., Chollet, B., & Emin, S. (2007). *Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état des lieux* (Vol. 180). Revue française de gestion.
- Boncler, J., Hlady-Rispal, M., & Verstraete, T. (2006). *Entreprendre ensemble : cadrage théorique des notions d'entrepreneuriat collectif, d'équipe dirigeante et d'équipe entrepreneuriale* (Vol. 5). Revue de l'Entrepreneuriat.
- Bonnard, C., & Giret, J. F. (2017). *La création d'entreprise chez les étudiants: un projet aux motivations multiples ?* (Vol. 3). Agora débats/jeunesses.
- Bootz, J. P. (2009). *Les communautés d'apprentissage : Structuration de la littérature, illustrations et perspectives* (Vol. 4, juillet-août). Gestion 2000.
- Bootz, J. P., Lièvre, P., & Schenk, E. (2019). *L'expert au sein des organisations: définition et cadrage théorique* (Vol. 25). Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels.
- Bootz, J.-P. (2013). *L'évolution du manager : un pilote de communauté de pratique entre l'expert et l'intrapreneur*. Management & Avenir.
- Bootz, J.-P. (2015). *Comment concilier auto-organisation et contrôle au sein des communautés de pratique pilotées?: une scoping review*. (Vol. 19). Management International/International Management/Gestión Internacional.
- Bootz, J.-P., & Schenk, E. (2014). *L'expert en entreprise : proposition d'un modèle définitionnel et enjeux de gestion* (Vol. 67). Management & Avenir.
- Boutin, G. (2019). *L'entretien de recherche qualitatif, 2e édition: Théorie et pratique*. PUQ.
- Brown, J. S., & Duguid, P. (1991). *Organizational learning and communities-of-practice: Toward a unified view of working, learning, and innovation* (Vol. 2). Organization science.
- Bruyat, C. (1993). *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation*. Thèse en Gestion et management. Université Pierre Mendès-France - Grenoble II.
- Bruyat, C. (2001). *Créer ou ne pas créer ? Une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise*. Revue de l'Entrepreneuriat.
- Carré, P. (2004). *Bandura : une psychologie pour le XXIe siècle ?* (Vol. 5). Savoirs.
- Chabaud, D., & Condor, R. (2009). *La formation des équipes entrepreneuriales: une étude exploratoire* (Vol. 22). Revue internationale PME Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise.

- Chanal, V. (2000). *Communautés de pratique et management par projet : à propos de l'ouvrage de Wenger (1998) "Communities of Practice : Learning, Meaning and Identity"*. M@n@gement.
- Coenen-Huther, J. (2006). *Compréhension sociologique et démarches typologiques*. Librairie Droz.
- Cohen, B. (2006). *Sustainable valley entrepreneurial ecosystems* (Vol. 15). Business Strategy and the Environment.
- Comet, C. (2011). *Pour une théorie des processus entrepreneuriaux* (Vol. 1). Revue française de socio-économie.
- Condor, R., & Chabaud, D. (2012). *La formation de l'équipe entrepreneuriale autour du projet de création d'entreprise : constats en enjeux*. Revue de l'Entrepreneuriat.
- Cooney, T. (2005). *What is an Entrepreneurial Team?* (Vol. 23). International Small Business Journal.
- Cox, A. (2005). *What are communities of practice? A comparative review of four seminal works*. Journal of Information Science.
- Créplet, F., Dupouet, O., Kern, F., & Munier, F. (2001). *Dualité cognitive et organisationnelle de l'entreprise: le rôle différencié du manager et de l'entrepreneur* (Vol. 95). Revue d'économie industrielle.
- Danjou, I. (2004). *Entreprendre : la passion d'accomplir ensemble*. l'Harmattan.
- Dargentas, M., Le-Roux, D., Salomon, A. C., & Brugidou, M. (2007). *Sur les prospectives de la recherche qualitative en France: capitalisation et ré-utilisation d'entretiens de recherche* (Vol. 3). Recherches qualitatives.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). *The role of social and human capital among nascent entrepreneurs* (Vol. 18). Journal of business venturing.
- Dechamp, G., & Pélissier, M. (2019). *Les communs de connaissance dans les «fablabs»* (Vol. 2). Revue française de gestion.
- Degeorge, J.-M., & Fayolle, A. (2011). *Les étudiants français ont-ils la fibre entrepreneuriale ?* (Vol. 9-10). Entreprendre et Innover.
- Dehbi, S., & Angade, K. (2019). *Quelle démarche pour la recherche en science de gestion ?* Revue économie, gestion et société.
- Delanoë-Gueguen, S. (2015a). *Les étudiants : un accompagnement particulier pour des entrepreneurs particuliers* (Vol. 26). Entreprendre & Innover.

- Delanoë-Gueguen, S. (2015b). *Aide à la création d'entreprise et auto-efficacité entrepreneuriale* (Vol. 14). Revue de l'entrepreneuriat.
- Drnovsek, M., & Glas, M. (2004). *Exploring the personal and business dimensions of a new venture's performance and their impact on its growth propensity*. Advances in Interdisciplinarity European Research.
- Dumez, H. (2012). *Qu'est-ce que la recherche qualitative ?* Le Libellio d'AEGIS.
- Dumez, H. (2013). *Qu'est-ce que la recherche qualitative ? Problèmes épistémologiques, méthodologiques et de théorisation*. Gérer et comprendre.
- Dupuich, F. (2011). *L'émergence des compétences collectives, vers une gestion durable*. Gestion 2000.
- Durham, C., Knight, D., & Locke, E. (1997). *Effects of leader role, team-set goal difficulty, efficacy, and tactics on team effectiveness* (Vol. 72). Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Emin, S. (2004). *Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention* (Vol. 1). Revue de l'Entrepreneuriat.
- Emin, S., & Guibert, G. (2017). *Complexité et auto-organisation en entrepreneuriat collectif : analyse d'une scène musicale locale* (Vol. 30). Revue internationale P.M.E.
- Fabbri, J. (2016). *Les espaces de coworking: ni tiers-lieux, ni incubateurs, ni Fab Labs* (Vol. 4). Entreprendre innover.
- Fabbri, J., & Charue-Duboc, F. (2013). *Un modèle d'accompagnement entrepreneurial fondé sur des apprentissages au sein d'un collectif d'entrepreneurs : le cas de La Ruche* (Vol. 17). Management International.
- Fabbri, J., Glaser, A., Gaujard, C., & Toutain, O. (2016). *Espaces collaboratifs d'innovation: au-delà du phénomène de mode, de quoi parle-t-on ?* (Vol. 4). Entreprendre Innover.
- Fayolle, A. (2012). *Apprendre à entreprendre*. Stratégie de l'entreprise.
- Fayolle, A., & Laffineur, C. (2017). *Comblent le fossé entre l'intention et l'action entrepreneuriale - ce qu'enseignent les enquêtes GEM et GUESSS*. Entreprendre & Innover.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). *The future of research on entrepreneurial intentions*. Journal of business research.

- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). *Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology* (Vol. 30). Journal of European Industrial Training.
- Fayolle, A., Gailly, B., Lassas-Clerc, N., & Lyon, E. M. (2006). *Mesure de l'effet à court et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (PEE) sur l'intention entrepreneuriale des participants: importance des conditions initiales*. 8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME.
- Ferry, A. (2018). *L'accompagnement entrepreneurial: la métamorphose des accompagnateurs en facilitateurs*. Gestion et management. Conservatoire national des arts et métiers - CNAM.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research* (Vol. 82). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Psychology Press.
- Foliard, S., & Le Pontois, S. (2021). *Vie et émotions des équipes entrepreneuriales étudiantes* (Vol. 1). Les Annales de QPES.
- Fonrouge, C. (2018). *Les fablabs et l'émergence de figures alternatives de l'entrepreneur* (Vol. 1). Projectics / Proyética / Projectique.
- Fonrouge, C. (2019). *FabLab : quel intérêt pour l'entrepreneur ?* (Vol. 15). Revue internationale de psychologie et de gestion des comportements organisationnels.
- Forgues, B., & Vandangeon-Derumez, I. (2003). *Analyses longitudinales*. Méthodes de Recherche en Management.
- Gabay-Mariani, L. (2020). *Le processus entrepreneurial à l'épreuve de l'engagement: contributions théoriques et méthodologiques à l'analyse de l'engagement des entrepreneurs naissants: une application au contexte de l'entrepreneuriat étudiant*. Thèse de doctorat. Université Grenoble Alpes.
- Gagnon, Y. (2012). *L'étude de cas comme méthode de recherche*. Presses de l'Université du Québec.
- Gartner, W. B. (1985). *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation* (Vol. 10). Academy of management review.
- Gartner, W. B. (1988). *"Who is an entrepreneur?" is the wrong question* (Vol. 12). American journal of small business.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- Gartner, W., Bird, B., & Starr, J. (1992). *Acting as if: differentiating entrepreneurial from organizational behavior* (Vol. 16). Entrepreneurship: Theory and Practice.
- Gauthier, B. (1998). *Recherche sociale*. Presse de l'Université du Québec.
- Gavard-Perret, M.-L., Gotteland, D., Haon, C., & Jolibert, A. (2012). *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion: Réussir son mémoire ou sa thèse*. Pearson Education France.
- Genoud, P., & Moeckli, A. (2010). *Les tiers-lieux, espaces d'émergence et de créativité*. Revue économique et sociale.
- Germain, O. (2017). *Théories en entrepreneuriat: pour que les fruits passent la promesse des fleurs*. Les PME d'hier à demain.
- Giacomin, O., Janssen, F., Pruett, M., Llopis, F., Shinnar, R., & Toney, B. (2010). *Impact du sexe et de l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale des étudiants: une comparaison internationale*. Bordeaux: 10ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et P.M.E.
- Girod-Seville, M., & Perret, V. (1999). *Fondements épistémologiques de la recherche*. Méthodes de Recherche en Management.
- Gollwitzer, P. M. (1993). *Goal achievement: The role of intentions*. European Review of Social Psychology.
- Grandclaude, D. (2015). *Les croyances, représentations et facteurs façonnant l'intention de croissance du dirigeant de PME*. Thèse en vue du Doctorat ès Sciences de Gestion - Université de Strasbourg.
- Grandclaude, D., & Nobre, T. (2013). *Caractéristiques du propriétaire-dirigeant de PME : entre l'être et le faire, où en sommes-nous ?* Clermont-Ferrand, 10-12 juin: XXII Conférence Internationale de Management Stratégique.
- Grandclaude, D., & Nobre, T. (2018). *Approche sociologique et typologique des logiques de croissance de l'entrepreneur* (Vol. 31). Revue internationale PME.
- Granovetter, M. S. (1973). *The strength of weak ties* (Vol. 78). American journal of sociology.
- Gueguen, G. (2004). *TPE et contrainte de l'environnement* (Vol. 27). 27, 28, 29 octobre, Montpellier: 7ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME.
- Gueguen, G. (2013). *Équipe entrepreneuriale et survie de l'entreprise créée : une analyse longitudinale* (Vol. 12). Revue de l'Entrepreneuriat.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- Gundolf, K., & Jaouen, A. (2009). *Emergence et pérennité des stratégies collectives territorialisées : le rôle de l'entrepreneuriat collectif*. in Messeghem K., Polge M., Temri L. (coord.), *Entrepreneur et dynamiques territoriales*, Editions EMS.
- Hackman, J. (1990). *Groups that work and those that don't*. Hackman, J.R.
- Jaouen, A., Loup, S., & Sammut, S. (2005). *L'accompagnement par les pairs : du transfert de connaissances à l'apprentissage conjoint*. IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat.
- Jaouen, A., Loup, S., & Sammut, S. (2006). *Accompagnement par les pairs, confiance partagée et résilience : illustration au travers du cas Voiles d'Oc* (Vol. 5). Revue de l'Entrepreneuriat.
- Jaquemin, A., & Lesage, X. (2018). *L'étudiant entrepreneur : un agité du bocal ?* (Vol. 36). *Entreprendre & Innover*.
- Journé, B. (2005). *Étudier le management de l'imprévu : méthode dynamique d'observation in situ*. Finance Contrôle Stratégie.
- Julien, P. A., & Schmitt, C. (2008). *Pour une vision renouvelée des pratiques de l'entrepreneuriat*. Dans C. Schmitt, *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*.
- Julien, P.-A. (2001). *Les PME à forte croissance et la métaphore du jazz. Comment gérer l'improvisation de façon cohérente* (Vol. 14). Revue Internationale PME.
- Ketela, J. M., & Roegiers, X. (1991). *Méthodologie du recueil d'informations: Fondements des méthodes d'observation, de questionnaires, d'interviews et d'étude de documents*. Pédagogies en développement. Méthodologie de la recherche.
- Kraaijenbrink, J. (2012). *The Nature of the Entrepreneurial Process: Causation, Effectuation, and Pragmatism*. *New Technology Based Firms in the New Millennium*.
- Krueger, & Carsrud. (1993). *Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour*. *Entrepreneurship and Regional Development*.
- Lapassade, G. (2001). *L'observation participante*. *Revista Europeia de Etnografia da Educação*, (Vol. 1). Hors collection, dans Jacqueline Barus-Michel et al., *Vocabulaire de psychosociologie*.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.
- Le Boterf, G. (2000). *L'ingénierie des compétences*. Paris, Editions d'Organisation.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



- Le Boterf, G. (2008). *Repenser la compétence*. Eyrolles, Editions d'Organisation.
- Le Moigne, J. (1995). *Les épistémologies constructivistes*. Presses Universitaires de France.
- Leroy, F. (1998). *L'apprentissage organisationnel : une revue critique de la littérature*. Acte de la VIIème conférence internationale de l'AIMS.
- Levy-Tadjine, T., & Paturel, R. (2008). *Ensemble, A plusieurs ou en commun? Proposition d'un cadre conceptuel et d'une typologie pour appréhender l'entrepreneuriat en équipe*. Louvain-La-Neuve: 9ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et P.M.E.
- Lhoste, É., & Barbier, M. (2016). *FabLabs: L'institutionnalisation de Tiers-Lieux du « soft hacking »*. (Vol. 1). Revue d'anthropologie des connaissances.
- Lin, N. (1995). *Les ressources sociales : une théorie du capital social* (Vol. 36). Revue française de sociologie.
- Lincoln, Y. (1995). *Emerging criteria for quality in qualitative and interpretive research* (Vol. 1). Qualitative Inquiry.
- Maâlaoui, A., & Germon, R. (2017). *Entrepreneurial intention through the cognitive psychology approach: past, present and future research* (Vol. 16). Revue de l'Entrepreneuriat.
- Marinos, C. (2018). *Espaces collaboratifs de travail et clubs d'entreprises: des réseaux au cœur des dynamiques collaboratives d'innovation* (Vol. 1). Innovations.
- Messeghem, K., Sammut, S., Temri, L., & St-Jean, É. (2020). *Les mutations de l'accompagnement entrepreneurial* (Vol. 286). Revue française de gestion.
- Meyer, J., & Allen, N. (1991). *A three-component conceptualization of organizational commitment*. Human Resource Management Review.
- Michel, B. (2018). *Émergence de dynamiques entrepreneuriales au sein d'espaces de coworking pour entrepreneurs culturels et créatifs*. (Vol. 20). Géographie, économie, société.
- Moreau, R. (2005). *Les raisons de l'entrepreneuriat collectif : le cas des équipes créatrices d'Entreprises de Nouvelles Technologies* (Vol. 22). Gestion 2000.
- Moreau, R. (2006a). *Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale ?* Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME.
- Moreau, R. (2006b). *La formation des équipes d'entrepreneurs* (Vol. 5). Revue de l'entrepreneuriat.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- Mouloungui, A. (2012). *Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales*. Thèse pour l'obtention du doctorat en psychologie, Université Charles de Gaulle, Lille III.
- Mueller, P. (2006). *Entrepreneurship in the Region : Breeding Ground for Nascent Entrepreneurs?* (Vol. 27). Small Business Economics.
- Muller-Boling, D. (1993). *Veture team start-ups: an undiscovered field of research*. Entrepreneurship and Business Development.
- Naffakhi, H. (2011). *Une étude exploratoire sur le rôle des équipes entrepreneuriales dans l'émergence des compétences*. 7ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation.
- Naffakhi, H., Bayad, M., & Boughattas, Y. (2008). *Processus de création de connaissances au niveau des équipes entrepreneuriales : illustration par le modèle de Nonaka et Takeuchi*. 9ème CIFEPME.
- Nagels, M. (2006). *L'auto-efficacité des apprenants. Pour une ingénierie de l'acquisition des compétences professionnelles*. 8ème Biennale de l'éducation et de la formation.
- N'da, P. (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines. Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*. L'Harmattan.
- Nordstrom, O., & Jennings, J. (2015). *Charting the collective interest in collective entrepreneurship : an integrative review*. Academy of Management Annual Meeting Proceedings.
- Oldenburg, R. (1989). *The great good place*. New York: Marlowe.
- Pedler, M., Boydell, T., & Burgoyne, J. (1989). *The learning company*. Studies in continuing education, volume 11 number 2.
- Perret, V., & Séville, M. (2003). *Fondements épistémologiques de la recherche*. Méthodes de recherche en management.
- Perry, J., Chandler, G., & Markova, G. (2012). *Entrepreneurial effectuation: a review and suggestions for future research*. Entrepreneurship Theory and Practice.
- Piaget, J. (1967). *Logique et connaissance scientifique*. Gallimard, Encyclopédie de la Pléiade.
- Picq, T. (2008). *Comment développer des compétences collectives ? L'exemple des équipes projet*. Management et gestion des compétences, l'Harmattan.

- Pierre, X., & Burret, A. (2014). *L'apport des espaces de travail collaboratif dans le domaine de l'accompagnement des entreprises : l'animation de réseaux de pairs*. Revue de l'entrepreneuriat.
- Prévost, P., & Roy, M. (2015). *Les approches qualitatives en gestion*. Les Presses de l'Université de Montréal.
- Reich, R. (1987). *Entrepreneurship reconsidered: the team as hero*. Harvard Business Review.
- Retour, D. (2005). *Le DRH de demain face au dossier compétences*. Management & Avenir.
- Sahut, J. M., & Benredjem, R. (2017). *Impacts de l'environnement et des situations professionnelles sur les profils entrepreneuriaux* (Vol. 34). Gestion 2000.
- Santoni, J. (2016). *Le rôle de la sensibilisation, de l'accompagnement et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue dans l'engagement entrepreneurial des femmes*. Thèse en vue du doctorat en science de gestion, laboratoire Humanis, Ecole Doctorale Augustin Cournot.
- Santoni, J. (2018). *Quels processus pour répondre aux besoins spécifiques des entrepreneures ?* (Vol. 36). Entreprendre & Innover.
- Sarasvathy, S. (2001). *Effectual Reasoning in Entrepreneurial Decision Making: Existence and Bounds*. Academy of Management Best Paper Proceedings.
- Sarasvathy, S. (2003). *Effectuation - Elements of Intrepreneurial Expertise*. New Horizons in Entrepreneurship.
- Sarasvathy, S. D., & Venkataraman, S. (2011). *Entrepreneurship as method: Open questions for an entrepreneurial future*. (Vol. 35). Entrepreneurship theory and practice.
- Schmitt, C., & Julien, P. (2020). *Causation, effectuation, improvisation et agir entrepreneurial. Pour une approche renouvelée et intégrative de l'entrepreneuriat*. Projectics / Proyética / Projectique.
- Schumpeter, J. (1928). *The instability of capitalism* (Vol. 38). The Economic Journal.
- Senge, P. (1991). *La cinquième discipline*. Paris, First.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). *The promise of entrepreneurship is a field of research*. Academy of Management Review.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. Encyclopedia of entrepreneurship.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- Sheeran, P., & Silverman, M. (2003). *Evaluation of three interventions to promote workplace health and safety: evidence for the utility of implementation intentions* (Vol. 56). Social Science & Medicine.
- Shepherd, D., & Krueger, N. (2002). *An intentions-based model of entrepreneurial teams' social cognition* (Vol. 27). Entrepreneurship Theory and Practice.
- Silberzahn, P. (2013). *Effectuation, les principes de l'approche entrepreneuriale*.
- Stevenson, H., & Jarillo, J. (1990). *A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management* (Vol. 11). Strategic Management Journal.
- St-Jean, É., & Fonrouge, C. (2020). *Comment développer l'auto-efficacité entrepreneuriale? Étude auprès d'étudiants universitaires*. Journal of Small Business and Entrepreneurship.
- Theurelle-Stein, D. (2019). *Vers une extension du domaine de la compétence : la possibilité du soft. Contribution à une approche agentique du développement professionnel*. Thèse présentée en vue du Doctorat ès Sciences de Gestion, Ecole de Management de Strasbourg, Université de Strasbourg.
- Tounés, A. (2006). *L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français* (Vol. 3). La revue des sciences de gestion.
- Tremblay, A. (2005). *Les communautés de pratique : quels sont les facteurs de succès ?* (Vol. 3). Revue internationale sur le travail et la société.
- Trividic, G. (2018). *Les Scop : un type d'entrepreneuriat collectif ?* (Vol. 2). Question (s) de management.
- Verzat, C., & Liu, T. (2019). *Comment faire coopérer une équipe pluridisciplinaire dans un projet entrepreneurial ?* (Vol. 3). Entreprendre Innover.
- Verzat, C., & O'Shea, N. (2021). *Coopérer dans une équipe de projet entrepreneurial: une affaire de leadership ?* Les Annales de QPES.
- Wang, S., & Lin, S. (2007). *The effects of group composition of self-efficacy and collective efficacy on computer-supported collaborative learning* (Vol. 23). Computers in human behavior.
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice : learning a social system*. System Tinker.

## **Tables des matières, des figures, des illustrations, des sigles et des abréviations**

---

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## TABLE DES MATIÈRES DÉTAILLÉE

<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE .....</b>	<b>5</b>
<b>Le positionnement empirique de la recherche.....</b>	<b>13</b>
<b>Le positionnement de la recherche dans le champ de l’entrepreneuriat .....</b>	<b>16</b>
<b>L’architecture du mémoire .....</b>	<b>19</b>
<b>CHAPITRE 1 : REVUE DE LITTÉRATURE.....</b>	<b>20</b>
<b>1. L’entrepreneuriat comme processus .....</b>	<b>22</b>
1.1. <i>L’intention entrepreneuriale, un prédicteur du comportement ? .....</i>	<i>23</i>
1.2. <i>Entreprendre, un acte motivationnel, volitionnel et collectif ?.....</i>	<i>27</i>
<b>2. Entreprendre, ou l’art du faire ensemble .....</b>	<b>29</b>
2.1. <i>L’équipe entrepreneuriale : d’une perception individuelle à collective de l’efficacité ? .....</i>	<i>30</i>
2.2. <i>Les espaces collaboratifs, des catalyseurs de l’engagement entrepreneurial ? .....</i>	<i>33</i>
<b>Conclusion du chapitre 1 .....</b>	<b>40</b>
<b>CHAPITRE 2 : CHOIX MÉTHODOLOGIQUES, ÉPISTÉMOLOGIQUES ET PRÉSENTATION DU TERRAIN .....</b>	<b>43</b>
<b>1. Choix épistémologiques et méthodologiques.....</b>	<b>45</b>
1.1. <i>Les choix épistémologiques.....</i>	<i>45</i>
1.2. <i>Les choix méthodologiques .....</i>	<i>48</i>
<b>2. Présentation du terrain de recherche .....</b>	<b>49</b>
2.1. <i>Périmètre de l’étude, dimensions et unité d’analyse .....</i>	<i>49</i>
2.2. <i>Présentation du triptyque de matériaux de recherche .....</i>	<i>54</i>
2.2.1. <i>Les entretiens semi-directifs.....</i>	<i>55</i>
2.2.2. <i>Les observations directes et participantes .....</i>	<i>64</i>
2.2.2.1. <i>L’observation directe.....</i>	<i>65</i>
2.2.2.2. <i>L’observation participante .....</i>	<i>66</i>
<b>Conclusion du chapitre 2 .....</b>	<b>68</b>
<b>CHAPITRE 3 : RESULTATS DE LA RECHERCHE.....</b>	<b>69</b>
<b>1. Les éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants .....</b>	<b>71</b>

Les influences perçues du collectif sur l’engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l’entrepreneuriat.

1.1.	<i>La construction de l'intention entrepreneuriale des étudiants</i> .....	71
1.1.1.	Les croyances comportementales, ou la désirabilité entrepreneuriale perçue des étudiants .....	71
1.1.1.1.	Les entrepreneurs à mission .....	72
1.1.1.2.	Les entrepreneurs d'exploration .....	73
1.1.2.	Les croyances normatives, ou les influences environnementales perçues .....	75
1.1.3.	Synthèse des éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants .....	78
1.2.	<i>De l'intention d'entreprendre à l'engagement</i> .....	79
1.2.1.	Une franche transition entre l'intention et l'engagement .....	79
1.2.2.	Une difficile transition entre l'intention et l'engagement .....	83
1.2.3.	Synthèse des typologies de transition entre l'intention entrepreneuriale et l'engagement .....	87
1.3.	<i>Synthèse des éléments constitutifs des représentations du processus entrepreneurial des étudiants</i> .....	91
<b>2.</b>	<b>Les éléments constitutifs des représentations de l'entrepreneuriat collectif des étudiants</b> .....	<b>93</b>
2.1.	<i>Les équipes entrepreneuriales</i> .....	93
2.2.	<i>Les communautés d'entrepreneurs au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial</i> .....	97
2.2.1.	Les attentes des étudiants quant aux programmes d'accompagnement .....	98
2.2.2.1.	Les attentes quant aux programmes d'accompagnement des étudiants positionnés en stratégie d'évitement .....	98
2.2.2.2.	Les attentes quant aux programmes d'accompagnement des étudiants positionnés en stratégie de co-création .....	100
2.2.2.	Les éléments constitutifs des interactions entre pairs au sein des programmes d'accompagnement entrepreneurial .....	101
2.2.2.1.	Les fondements individuels des interactions entre pairs .....	102
2.2.2.2.	Les facteurs contextuels permettant l'articulation des dimensions individuelles au sein du collectif .....	108
2.2.2.3.	Les bénéfices perçus des interactions sur le processus entrepreneurial .....	111
2.3.	<i>Synthèse des éléments constitutifs des dynamiques collectives des étudiants</i> .....	113
	<b>Conclusion du chapitre 3</b> .....	<b>115</b>
	<b>CHAPITRE 4 : DISCUSSION ET CONCLUSION GÉNÉRALE</b> .....	<b>117</b>
<b>1.</b>	<b>Discussion</b> .....	<b>119</b>
1.1.	<i>Les dimensions d'analyse des éléments constitutifs de l'intention entrepreneuriale</i> .....	119
1.1.1.	Les facteurs antécédents et les construits de l'intention entrepreneuriale .....	119
1.1.2.	Les facteurs intervenant dans le couple intention/engagement et leurs conséquences sur l'engagement entrepreneurial .....	121
1.2.	<i>Les dimensions d'analyse des éléments constitutifs de l'entrepreneuriat collectif</i> .....	123
1.2.1.	L'équipe entrepreneuriale .....	123
1.2.2.	Les espaces collaboratifs au travers des programmes d'accompagnement entrepreneurial .....	126
<b>2.</b>	<b>Conclusion générale</b> .....	<b>128</b>
2.1.	<i>Synthèse générale</i> .....	128
2.2.	<i>Contributions, limites et perspectives</i> .....	132
	<b>Références bibliographiques</b> .....	<b>136</b>

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

<b>Table des figures</b> .....	<b>153</b>
<b>Table des illustrations</b> .....	<b>154</b>
<b>Table des sigles et des abréviations</b> .....	<b>155</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>157</b>
<i>Annexe 1 : Éléments constitutifs du diplôme universitaire Jeune Entrepreneur</i> .....	158
<i>Annexe 2 : Deuxième entretien réalisé avec l'entrepreneur PNQ-PP3</i> .....	167
<i>Annexe 3 : Entretien réalisé avec l'entrepreneur PQ-PPI</i> .....	182
<i>Annexe 4 : Observation directe au sein du PROG-ACC-N°1, atelier pitch training du 07/01/21</i> ..	202
<i>Annexe 5 : Observation participante au sein du PROG-ACC-N°4, 4ème cours du 04/12/20</i> .....	208



## Table des figures

<b>Figure 1</b> - La transition de l'intention entrepreneuriale à l'engagement, un enjeu transverse au terrain, à la sphère sociale et à la sphère académique.....	11
<b>Figure 2</b> - L'engagement comme dénominateur commun du processus entrepreneurial et de l'entrepreneuriat collectif.....	12
<b>Figure 3</b> - Matérialisation du terrain en fonction du positionnement empirique de la recherche.....	15
<b>Figure 4</b> - Différences conceptuelles entre l'approche causale et effectuale, adapté de Silberzahn, (2013) .....	17
<b>Figure 5</b> – Évolution des pratiques retenues par les entrepreneurs, selon l'importance du projet, l'expérience acquise et l'incertitude perçue, adapté de Schmitt & Julien (2020) .....	18
<b>Figure 6</b> – La Théorie des Comportements Planifiés, adaptée de Fishbein & Ajzen (2010) .....	26
<b>Figure 7</b> - Définition du périmètre de l'étude, des dimensions et de l'unité d'analyse.....	54
<b>Figure 8</b> - Extrait de la grille du second entretien proposé à un entrepreneur de la première série .....	56
<b>Figure 9</b> - Extrait de la grille d'entretien proposée à un entrepreneur de la seconde série .....	57
<b>Figure 10</b> - Extrait du traitement des entretiens : première phase, travail sur les ressemblances et différences, projets non-qualifiés, entretien n°1 .....	62
<b>Figure 11</b> - Extrait du traitement des entretiens : deuxième phase, détermination des liens entre les notions du cadre conceptuel, projets non-qualifiés, entretien n°1 .....	63
<b>Figure 12</b> - Grille de lecture des verbatims des entretiens présentés dans le Chapitre 3.....	63
<b>Figure 13</b> - Grille de lecture des éléments issus des observations directes et participantes présentés dans le Chapitre 3 .....	64
<b>Figure 14</b> - Évolution de la stratégie d'évitement à la stratégie de co-création en fonction du degré de transition entre l'intention entrepreneuriale et le passage à l'acte .....	90
<b>Figure 15</b> - Le processus entrepreneurial perçu des étudiants entrepreneurs.....	92
<b>Figure 16</b> - Évolution du taux de présence des étudiants lors des séances collectives du PROG-ACC-N°1.....	102
<b>Figure 17</b> - Répartition des étudiants du PROG-ACC-N°1 en fonction des trois niveaux identifiés d'engagement dans les communautés .....	107
<b>Figure 18</b> - Intégration des influences de l'entrepreneuriat collectif dans la perception du processus entrepreneurial des étudiants .....	116

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Table des illustrations

<b>Tableau 1</b> - Proposition d'éléments de définition des principaux modèles intentionnels.....	24
<b>Tableau 2</b> - Les principales notions cadrant les processus de partage et d'interaction dans le champ de l'entrepreneuriat collectif.....	34
<b>Tableau 3</b> – Les quatorze caractéristiques permettant d’apprécier l’effectivité de la communauté de pratique, d'après Wenger (1998), Chanal (2000) et Cox (2005) .....	37
<b>Tableau 4</b> - Proposition d'éléments de compréhension des postures épistémologiques, d'après Prévost & Roy (2015) ; Avenier & Gavard-Perret (2012) ; Le Moigne (1995) ; Gauthier (1998) ; Girod-Seville & Perret (1999).....	46
<b>Tableau 5</b> – Caractéristiques principales des matériaux empiriques collectés.....	52
<b>Tableau 6</b> - Éléments de définition des principales typologies d'entretien, d’après Dargentas, el al., 2007 ; Baribeau & Royer, 2012 ; Boutin, 2019.....	55
<b>Tableau 7</b> - Éléments de synthèse des entretiens réalisés .....	58
<b>Tableau 8</b> - Principales informations concernant les entretiens de la première série (1/2).....	59
<b>Tableau 9</b> - Principales informations concernant les entretiens de la première série (2/2).....	60
<b>Tableau 10</b> - Principales informations concernant les entretiens de la seconde série.....	61
<b>Tableau 11</b> - Champs d'observations directes réalisées au sein des structures d'accompagnement entrepreneurial.....	65
<b>Tableau 12</b> - Champs d'observations participantes réalisées au sein des structures d'accompagnement entrepreneurial.....	66
<b>Tableau 13</b> - Impacts du profil d'entrepreneur naissant sur les variables inhérentes à la désirabilité entrepreneuriale .....	74
<b>Tableau 14</b> - Tableau d'occurrences des 4 variables influençant le degré de faisabilité perçu du processus entrepreneurial .....	77
<b>Tableau 15</b> - Tableau d'incidences de la typologie de transition en fonction du contrôle comportemental perçu sur la posture comportementale.....	88
<b>Tableau 16</b> - Tableau d'occurrences des besoins formulés par les étudiants du PROG-ACC-N°1 en début de parcours.....	99
<b>Tableau 17</b> - Description des niveaux d'engagement au sein d'une communauté entrepreneuriale....	106

## Table des sigles et des abréviations

AEP	Auto-efficacité perçue
CoPs	Communauté de pratique
EC	Espace collaboratif
PACTE	Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises
PÉPITE	Pôles étudiants pour le transfert de l'innovation et de l'entrepreneuriat
TCP	Théorie des comportements planifiés

## Annexes

---

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Annexes

<b>Annexe 1</b> : Éléments constitutifs du diplôme universitaire Jeune Entrepreneur .....	158
<b>Annexe 2</b> : Deuxième entretien réalisé avec l'entrepreneur PNQ-PP3 .....	167
<b>Annexe 3</b> : Entretien réalisé avec l'entrepreneur PQ-PP1 .....	182
<b>Annexe 4</b> : Observation directe au sein du PROG-ACC-N°1, atelier pitch training du 07/01/21 ..	202
<b>Annexe 5</b> : Observation participante au sein du PROG-ACC-N°4, 4ème cours du 04/12/20.....	208

## Annexe 1 : Éléments constitutifs du diplôme universitaire Jeune Entrepreneur



### Diplôme Universitaire Jeune Entrepreneur

**Didier WEHRLI**  
Directeur délégué du Programme Bachelors  
[didier.wehrl@em-strasbourg.eu](mailto:didier.wehrl@em-strasbourg.eu)

**Quentin LAMBERT**  
Réfèrent académique  
[quentin.lambert2@em-strasbourg.eu](mailto:quentin.lambert2@em-strasbourg.eu)



Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Responsables du projet

Didier WEHRLI, Directeur délégué du Programme Bachelor

[didier.wehrli@em-strasbourg.eu](mailto:didier.wehrli@em-strasbourg.eu)

Quentin Lambert, Référent académique

[quentin.lambert2@em-strasbourg.eu](mailto:quentin.lambert2@em-strasbourg.eu)

## Exposé des motifs du projet :

Le présent dossier propose la **modification du Bachelor Jeune Entrepreneur (BJE)** de l'EM Strasbourg, en **Diplôme Universitaire Jeune Entrepreneur (DU JE)**.

Cette modification répond au souhait de l'EM Strasbourg d'accompagner ses étudiants entrepreneurs dans le développement pérenne de leurs activités, en proposant une formation transverse et diplômante.

Le DU JE exploitera la maquette pédagogique mobilisée pour les 3<sup>ème</sup> année du BJE, permettant une effectivité de cette modification dès l'année universitaire 2021-2022.

L'axe pédagogique *Team Academy* ainsi mobilisé permettra d'accompagner les étudiants dans leur parcours entrepreneurial en se focalisant sur le développement de leurs compétences (§3.2.).

Les principales adaptations inhérentes à la modification du BJE en DU JE sont les suivantes :

- Le parcours de formation est établi sur une année universitaire
- Les compétences propres au référentiel *Team Academy* sur lesquelles porte l'évaluation sont adaptées

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Ces modifications sont présentées dans la section *Offre pédagogique*.

## **Public visé, recrutement**

Le DU JE s'adresse à tout étudiant de l'EM Strasbourg déclarant un degré significatif d'intention entrepreneuriale.

La candidature est soumise à l'inscription préalable de l'étudiant dans l'un des programmes proposés par l'EM Strasbourg, et à l'accompagnement par l'incubateur de l'école, la Ruche à Projets.

La candidature au DU JE est validée par un jury de sélection organisé par l'incubateur de l'école, sur la base du niveau de développement du projet.

Ce développement sera apprécié au travers d'une notation portée à l'égard des 13 compétences à développer dans le cadre du DU JE. Par ailleurs, l'incohérence des projets soutenus avec les valeurs de l'école conduira à l'invalidation de la candidature.

Pour l'année universitaire 2021-2022, 15 places sont prévues et feront l'objet d'une liste classée des candidats.

Afin de répondre à la chronologie d'émergence des projets, une session de recrutement sera organisée entre mai et juin de l'année précédente et une seconde dans le mois suivant la rentrée universitaire.

## **Offre pédagogique**

L'offre pédagogique du DU JE mobilise et adapte la maquette proposée aux 3<sup>ème</sup> année du BJE.

L'offre pédagogique du DU JE est orientée sur :

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



- 9 mois
- 132 heures de formation
- 150 heures de travail personnel

Les 132 heures de face à face sont réparti en fonction des cours suivant :

Face à face	Occurrence	Par unité	Durée (h)	Portée/an	Charge (h)
Training Session	0,5	Semaine	2	30	30
Session thématique	10	Semestre	2	2	40
Session thématique inter étudiants	10	Semestre	2	2	40
Entreprise commune	5	Semestre	2	2	20
Intégration de rentrée	1	Année	2	1	2

Les dimensions de face à face permettent de répondre aux besoins de développement des projets entrepreneuriaux. Elles permettent également d'alimenter la communauté des étudiants entrepreneurs propre au Diplôme Universitaire Jeune Entrepreneur, au sein de l'écosystème entrepreneurial local.

## Détails des cours proposés

Les cours proposés répondent aux caractéristiques suivantes :

### Session apprenante collective (initialement intitulé Les Training Sessions (TS)) :

A raison de 2 heures toutes les deux semaines, les étudiants retrouvent le tuteur de leur promotion et partagent en équipe leurs apprentissages et leurs questions. Ils créent de nouvelles

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

connaissances. Ils clarifient leurs objectifs et préparent leurs actions. Ils font le point sur leurs résultats. Ils recherchent ensemble des pistes pour trouver des solutions nouvelles et progresser ensemble pour tendre vers les objectifs qu'ils se sont fixés.

### **Les sessions thématiques :**

A raison de 10 sessions de 2 heures par semestre, des enseignants-chercheurs universitaires et des intervenants professionnels interviennent sur des sessions thématiques en entrepreneuriat. L'objet de ces sessions thématiques interactives est défini en fonction des demandes des étudiants. Ensemble, les étudiants co-construisent autour des apports proposés dans le cadre de la session thématique afin de développer de nouvelles connaissances.

### **Les sessions thématiques inter étudiants :**

A raison de 10 sessions de 2 heures par semestre, les étudiants assurent le rôle d'intervenant en proposant une session thématique en entrepreneuriat. L'objet de la session concorde avec les besoins de la promotion, et témoigne d'une spécialisation de l'étudiant intervenant dans l'une des dimensions de l'entrepreneuriat. L'étudiant intervenant conclut ainsi une boucle d'apprentissage en s'appropriant et en transmettant ses expérimentations à la promotion.

### **Entreprise commune :**

A raison de 10 sessions de 2 heures par semestre, les étudiants participent à l'élaboration, à la poursuite et au suivi d'objectifs collectifs définis dans le LCC (Annexe 5.2).

Ces quatre cours reposent sur la mobilisation d'outils de la part des étudiants.

### **Contrat apprenant (initialement intitulé Learning contract (LC))**

Le *learning contract* recense les objectifs d'apprentissages de l'étudiant. Pour y parvenir, 5 principales questions guident sa réflexion :

1. d'où je viens ?
2. où je suis ?
3. où je veux aller ?
4. comment puis-je y arriver ?
5. comment savoir que j'y suis arrivé ?

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Ici, l'étudiant est invité à s'interroger sur ses objectifs d'apprentissages (personnels) tout comme sur ses objectifs entrepreneuriaux (professionnels).

Le LC est renseigné par l'étudiant, à l'aide du responsable pédagogique et académique du diplôme, dans le mois suivant la rentrée universitaire. Il est revu et mis à jour à la fin du premier semestre.

### **Contrat apprenant collectif (initialement intitulé Learning contract collectif (LCC))**

Le *learning contract collectif* recense les objectifs fixés par la promotion du diplôme. Au-delà d'une somme des LC, le LCC invite les étudiants à travailler ensemble sur l'élaboration et la poursuite d'objectifs communs, tant quantitatifs que qualitatifs.

Le degré de réalisation de ces objectifs est mobilisé pour l'évaluation du cours "Entreprise commune".

Le LCC est défini par l'ensemble des étudiants, à l'aide du responsable pédagogique et académique du diplôme, dans le mois suivant la rentrée universitaire. Il est revu et mis à jour à la fin du premier semestre.

### **Motorola**

Le *motorola* est un outil à mobiliser pour chacune des actions significatives entreprises par l'étudiant.

L'objectif du *motorola* est de dresser un bilan des actions réalisées par écrit. Les principales questions ci-après peuvent guider l'étudiant dans sa réflexion :

1. l'historique de l'action
2. les apprentissages personnels liés à l'action
3. les bénéfices de l'action sur le projet
4. les axes d'amélioration
5. la mise en action

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## L'essai

L'essai permet à l'étudiant de transcrire et transmettre ses apprentissages. Il rédige un résumé d'un livre, d'un article, d'une interview ou de tout autre support lui ayant permis de développer de nouvelles compétences.

L'objectif est de donner la possibilité au lecteur d'y puiser des connaissances rapidement : les essais alimentent la bibliothèque commune aux étudiants du DU JE. Chacun peut en ce sens alimenter le développement de son projet par la lecture des différents essais réalisés par la promotion.

## Porte-folio

Le porte-folio équivaut à un registre dans lequel l'étudiant transcrit les actions qu'il met en œuvre pour son projet entrepreneurial. Le portfolio permet de cadrer l'orientation du business model.

Seront notamment référencés les motorolas et les essais de l'étudiant, ainsi que tout autre document utile à l'appréciation du développement de ses compétences.

## Les compétences *Team Academy* mobilisées

Parmi les 17 compétences initialement proposées au sein du BJE, 13 seront mobilisées dans le cadre du DU JE. Elles sont orientées autour de 3 Unités d'Enseignement (UE) :

### UE1 APPRENANT EN EQUIPE (A) - Compétences en apprentissage en équipe

- Apprendre à apprendre
- Compétences d'apprentissage en équipe
- Compétences en créativité
- Compétences en communication

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## UE2 LEADER D'ÉQUIPE (L) - Compétences en leadership d'équipe

- Compétences en connaissance de soi
- Compétences en self-leadership
- Compétences en leadership d'équipe
- Compétence en développement de communauté

## UE3 ENTREPRENEUR EN ÉQUIPE (E) - Compétences en entrepreneuriat en équipe

- Compétences en service client, négociation et ventes
- Compétences en gestion de projet et planification
- Compréhension des questions financières
- Compétences en innovation
- Compétences en création de réseau

Ces compétences sont évaluées en fonction de la grille de lecture suivante :

Niveau	Intitulé	Description générale
0	Sans capacité	Aucune capacité à travailler sur ce domaine. Aucune connaissance, ni expérience.
1	Débutant	Comprend les bases du domaine, mais n'en a eu que des expériences limitées.
2	Débutant avancé	Comprend bien les fondements théoriques et a une connaissance plus approfondie sur le sujet. A acquis une certaine expérience en participant à un projet sur lequel la compétence a été beaucoup utilisée.
3	Opérationnel	A une connaissance et une expérience approfondie du sujet. A travaillé ou dirigé 2 ou 3 projets importants dans ce domaine.
4	Expérimenté	A un savoir-faire approfondi et beaucoup d'expérience dans la mise en œuvre de cette compétence. (A contribué ou dirigé plusieurs projets).
5	Expert	A une connaissance théorique très vaste et beaucoup d'expérience. A la capacité de travailler en tant qu'expert sur le sujet.

L'objectif au cours des études est d'atteindre le niveau 4 à 5 pour chacune des compétences définies dans le référentiel Team Academy.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Évaluation et diplomation

L'année universitaire se compose de 2 semestres. Ces derniers allient l'enseignement de l'entrepreneuriat et la mise en action terrain des étudiants :

9 crédits	
1er semestre	2ème semestre
Opérationnalité en entrepreneuriat.	Pérennisation des actions entrepreneuriat.
Apprentissage en équipe et par l'action, selon la méthode <i>Team Academy</i> au travers des 13 compétences à acquérir.	

Une UE est réputée acquise si la moyenne pondérée des matières qui la constituent, est supérieure ou égale à 3/5. Les notes des UE, affectées de leur coefficient, interviennent dans le calcul final de la moyenne générale.

Deux fois par an, soit une fois par semestre, les étudiants sont évalués individuellement, par les pairs, ainsi que par les coaches et intervenants.

La grille d'évaluation commune reprend les 3 UE et les 13 matières évaluées de 0 à 5.

La diplomation du Diplôme Universitaire Jeune Entrepreneur est soumise à :

- la validation du diplôme principal de l'EM Strasbourg dans lequel l'étudiant est inscrit
- l'obtention d'une moyenne pondérée sur l'année universitaire supérieure ou égale à 3
- la réalisation d'un portfolio explicite du business modèle de son projet entrepreneurial
- un taux d'absences non justifiées n'excédant pas 25%

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Annexe 2 : Deuxième entretien réalisé avec l'entrepreneur PNQ-PP3

Quentin : qu'est-ce qui s'est passé depuis notre dernière rencontre ?

PNQ-PP4 : on va dire qu'en octobre on avait l'idée de ce qu'on voulait faire, on avait un peu les prémices du projet mais on était un peu perdues. Bon et depuis octobre déjà on a été incubée à la ruche donc c'est une belle opportunité, on a participé au concours Orange, donc il lance un programme pour soutenir 100 femmes entrepreneuses en France et ça en fonction de la région, donc on a décidé de prendre l'Alsace. Du coup on avait un premier entretien qui s'est relativement bien passé, on a eu le mail quelques jours après comme quoi on était sélectionnée pour les phases finales et du coup bah on a dû pitcher notre projet en 1'30 et on attend la réponse. Du coup pour le pitch on avait contacté \*nom du coach\* qui a pris 2h de son temps pour nous expliquer comment faire le pitch etc en 1'30, et du coup ça rendait super bien quoi.

Quentin : vous n'avez pas encore le résultat ?

PNQ-PP4 : non mais je le sens bien, après j'ai l'impression qu'en relisant le mail après il nous demandait de donner nos motivations pour intégrer ce programme, et du coup en 1'30 on n'a pas eu le temps et on s'est dit bah écoute ça passe ou ça casse, on n'a pas envie de réduire ce qu'on avait déjà dit pour après dire au fait on veut intégrer orange etc. Donc soit c'est une prise de risque qui paye soit ils disent bah ils ont pas respecté la consigne et tant pis quoi.

Quentin : comment est-ce que tu as vécu tous ces moments de pitch ?

PNQ-PP4 : au début très stressant, le premier c'était pour la ruche c'est hyper stressant, et en fait au fur et à mesure avec \*nom du coéquipier\* on s'est rendu compte que plus on pitch notre projet, plus on le connaît. Et c'était hyper facile à la fin de pitcher notre projet, on se permettait même de faire des petites blagounettes des fois, on se sentait hyper à l'aise. Et plus tu parles de ton projet, plus t'es à l'aise avec ça nous a même permis de nous dire « attends quand on pitch ça veut rien dire » et du coup ça nous a permis d'améliorer notre projet grâce aux pitches quoi.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Quentin : au dernier entretien tu me parlais de la logique de financement qui semblait poser un peu problème, est-ce que cette problématique s'est éclaircie ?

PNQ-PP4 : ben figure-toi figure toi qu'on a eu la discussion la semaine parce que ça y est on a trouvé le nom, donc on a commencé un peu à contacter des graphistes freelances pour faire le logo, la charte graphique etc. Mais bon forcément je contacte des professionnels, donc le prix il est exorbitant, donc on a eu 2/3 entretiens avec des graphistes et à la fin avec \*nom du coéquipier\* on a dit « bon maintenant il faut qu'on fasse un point, comment est-ce qu'on finance, est-ce qu'on met de l'argent personnel etc ». Et du coup on s'est juste dit qu'on était prête à mettre un petit peu d'argent personnel, mais à hauteur de 200 ou 300€ vraiment en cas de nécessité. Après on voulait pas investir trop d'argent personnel parce que il y avait quand même cette notion de risque, je pense qu'on sort à peine de la phase d'idéation là on est encore un peu dedans et que mettre de l'argent personnel à ce stade là c'est dangereux quoi.

Du coup on va profiter des réseaux dans lesquels on est, donc la ruche etc. Et du coup on passe pas par les freelances, ils demandent trop cher, ils demandent 1500€ pour le logo et la charte graphique est c'est impossible aujourd'hui de mettre ce prix là pour nous.

Quentin : pourquoi est-ce que vous faites la charte graphique maintenant ?

PNQ-PP4 : j'ai l'impression qu'avec \*nom du coéquipier\* on a le côté hyper sérieux, on fait tous les trucs un peu barbant, l'analyse de la concurrence et tout, et ça on sait que c'est pour le moment la priorité, mais on se laisse un peu rêver sur la partie créative etc, on essaye de se caler au moins une réunion créative par semaine pour justement sortir un peu de la concurrence le Pestel etc. Du coup on sait que c'est pas la priorité mais c'est la partie fun du projet quoi, on fait un point par semaine créatif pour souffler un peu des trucs chiants quoi.

Quentin : tu as quand même l'impression que les outils te servent ?

PNQ-PP4 : ouais quand même, et surtout qu'on le sait, enfin c'est important d'avoir ça dans un business plan quoi tu peux pas arriver avec des trucs un peu pré-fait, on sait que c'est nécessaire quoi, on en aura sûrement besoin de ce business plan ficelé de A à Z pour aller chercher des



investisseurs ou des partenaires. Donc ouais ça fait partie du jeu de faire un Swot un Pestel, donc voilà ça nous sert et on sait que c'est hyper important.

Quentin : est-ce que vous avez modifié votre questionnaire comme vous vouliez le faire ?

PNQ-PP4 : le questionnaire a été terminé la semaine dernière donc on est hyper contente, parce que c'était la base de notre, c'est quand même une des bases du projet, et on attend janvier, là on laisse passer les fêtes, et on le teste en janvier sur nos proches.

Quentin : donc l'intention c'est de voir si le questionnaire fonctionne ?

PNQ-PP4 : oui savoir s'il fonctionne s'il nous permet d'avoir les bonnes informations sur les clients pour qu'on puisse les envoyer dans des endroits où ils ont envie d'aller, enfin qui leur plaisent et qu'on passe pas complètement à côté.

Quentin : vous l'avez fait comment ce questionnaire ?

PNQ-PP4 : on s'est inspiré un peu du questionnaire qui a été fait par la concurrence, par \*nom du concurrent\*, en rajoutant des questions qui nous semblent importantes et nécessaires. Par exemple la question de départ c'est par rapport au nombre de participants, le nom et l'âge, après il y a tout ce qui est financier, donc combien vous êtes prêt à mettre pour la durée du séjour qui a été mentionné avant, pour les hébergements et les activités etc. Enfin on a mis plein de propositions, est-ce qu'ils veulent plutôt partir en covoiturage, en train ou en voiture personnelle, un lieu qu'ils ont visité et qu'ils ont détesté, ça peut être une ville un monument n'importe quoi, enfin plein de question quoi.

Quentin : est-ce que vous savez déjà à qui est-ce que vous allez vendre ?

PNQ-PP4 : alors notre cible principale c'est les jeunes couples actifs sans enfants à charge, mais on est consciente aussi que ceux qui ont l'argent et donc ceux qui peuvent potentiellement nous faire vivre c'est les couples plus âgés qui n'ont plus d'enfants à charge. Donc on se base beaucoup sur les couples qui sont assez aventureux et qui aiment faire des week-ends prolongés.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Quentin : toujours par rapport à notre dernier entretien, tu avais mentionné la possibilité de contacter un étudiant de Epitech, est-ce que c'est quelque chose que vous avez fait ?

PNQ-PP4 : alors on a abandonné l'idée parce que j'ai envoyé 3 mails et j'ai jamais eu de réponse, donc ça m'a gonflé, j'ai dit « on se débrouillera et maintenant qu'on est à la ruche on va peut-être pouvoir avoir des contacts, donc on pourra passer par un intermédiaire ».

Quentin : comment tu l'as vécu le fait qu'il ne te réponde pas ?

PNQ-PP4 : bah mal, franchement mal, ça m'a frustré parce que je me suis dit que j'ai pris le temps d'écrire un mail, je l'avais fait relire par \*nom du coach\* pour que ça soit bien pro et qu'ils se disent pas que c'est un projet comme ça etc. Je l'avais relancé et au final même pas de réponse, j'aurais préféré qu'il me dise non plutôt que pas répondre quoi.

Quentin : tu m'as parlé de quelques actions que vous aviez commencé à mettre sur les dernières semaines est-ce que tu peux aller plus en détail sur ces actions ?

PNQ-PP4 : alors octobre on a eu un rendez-vous avec \*nom du coach\*, ça a été un peu le point de départ pas du projet, mais de « ça y est ça commence, on commence à sortir un peu de notre de notre bulle ». Ensuite il y a eu le sprint pour intégrer la ruche, c'était génial vraiment c'était une expérience de dingue en plus de ça avec \*nom du coéquipier\* on s'était pas vu depuis mars, l'arrêt des cours l'année dernière, donc elle est venue sur Strasbourg pour pitcher donc ça a été trop bien, tant humainement que pour le projet.

Ensuite on a participé au sprint idéation, je pense qu'il voulait voir si notre projet tenait vraiment la route, donc on a participé à la sprint idéation c'était vraiment super bien, on devait faire le chapeau jaune et chapeau vert de chaque projet. C'était hyper intéressant, et puis on a appris après qu'on avait intégré la ruche, donc ça a été la première petite victoire pour nous. On a commencé les séances *entreprendre en équipe* donc trop bien, et ensuite il y a eu ce concours Orange qui a marqué un peu le « ça y est on lance notre projet au-delà de l'EM et de nos proches, ça part un peu plus loin ». Donc ça nous a mis sur une bonne dynamique.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Après on a eu du mal à commencer à travailler sur le questionnaire etc, mais voilà. Sinon il y a eu aussi l'étape aussi importante de créer l'équipe pour le M2, donc on est avec \*nom des coéquipiers\*, et ça nous donne aussi une bonne impulsion. Bon c'est horrible ce que je vais dire mais \*nom du coéquipier\* nous aide beaucoup, mais \*nom du coéquipier\* voilà c'est cool qu'elle soit avec nous, elle ramène des bonnes ondes mais on attend rien d'elle, alors que \*nom du coéquipier\* j'ai l'impression qu'on peut vraiment se reposer sur elle, sur certains trucs parce qu'elle est hyper droite, hyper sincère. Elle est à fond dedans, elle va pas hésiter à me dire « non mais moi en tant que potentiel client ça m'intéresse pas ». Donc c'est vraiment bien d'avoir un regard extérieur, je pense que c'est une étape clé aussi d'avoir d'autres gens dans le projet. Donc je crois qu'en gros en octobre c'était l'idée et aujourd'hui c'est l'idée qu'on a convertie, et puis on est en train de la rendre publique quoi.

Quentin : comment est-ce que toi tu l'as vécu cette officialisation ?

PNQ-PP4 : super bien, vraiment. C'était vraiment ouf quoi, c'était « on y est quoi ». C'est bien beau de dire « j'ai un projet », mais là il y a eu aussi ce truc où on a trouvé le nom aussi, et je pense que ça a été le déclencheur. Quand on disait « le projet » ça faisait vraiment scolaire, et là quand on a trouvé le nom et qu'on s'appelle en disant « oui pour \*nom du projet\* etc » ben ça rend le truc concret quoi, c'est notre bébé on va en prendre soin, c'est trop bien.

Quentin : est-ce que tu as eu des moments de doute sur le fait d'officialiser le projet ?

PNQ-PP4 : pas de doute mais c'est la période où j'ai vraiment compris que c'était pas simple d'entreprendre, c'est vraiment la semaine dernière avec de la fatigue, mais de la fatigue mentale. Enfin je vois mes copines qui sont infirmières, qui sont fonctionnaires et qu'elles font leurs heures et point, et que moi je suis encore étudiante et à côté de ça j'ai le projet, j'encadre une équipe au basket fin j'ai plein de trucs. Et voilà je les appelais et je leur disais « je suis fatigué c'est la première fois de ma vie où je suis épuisée ». Ma journée elle commence à 8/9h00 et elles finissent à 21h00 et encore tu vas te coucher en te disant « pour le projet, on pourrait faire ça » donc tu te lèves, tu vas vite le noter, d'un coup tu vois un autre truc donc au final tu te coucher 1h du mat. Mais voilà c'est un peu la face cachée quoi, tu sais que le fait d'entreprendre c'est de ne pas compter ses heures etc. Enfin ça y est on est dedans, j'ai les deux pieds dedans

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

quoi, avec \*nom du coéquipier\* on appelle 4 fois par jour et ça ne s'arrête pas. Après c'est une sensation énorme, enfin c'est génial mais je pense que c'est important aussi de savoir souffler.

Quentin : comment tu fais pour gérer cette fatigue ?

PNQ-PP4 : alors j'ai acheté un agenda, ça ne m'est jamais arrivé je crois que depuis le collège, je n'en avais plus mais ça m'aide vachement, parce que je planifie tout, même les trucs persos. Et c'est important quand même de garder un côté perso, ça me permet de souffler. Et du coup je note tout, strictement tout ce que je fais, que ça soit projet, que ça soit école, que ça soit basket que ça soit à aller rendre visite à ma grand-mère, je planifie tout heure par heure et du coup ça m'aide. J'arrive forcément à me dégager 2h dans la journée pour moi quoi, ou j'ai pas mon téléphone et voilà.

Du coup c'est hyper drôle la petite anecdote, parce qu'avec \*nom du coéquipier\* on est littéralement opposées là-dessus, et du coup bah là avant la réunion là je lui ai fait un vocal avec les infos des réunions qu'on a cette semaine, donc ce soir de 19h à 20h30 on est avec la ruche, demain etc. Du coup toutes les semaines c'est notre petit rituel, je lui fais le débrief de ce que on a fait les jours donc c'est hyper drôle.

Quentin : est-ce que tu as l'impression que la vie d'entrepreneur est conforme à ce que tu imaginais ?

PNQ-PP4 : c'est conforme, on en a parlé d'ailleurs avec \*nom du coéquipier\* à l'entretien Orange, on a cette impression d'être prise un peu dans un microcosme entrepreneurial, donc que ça soit avec la ruche, avec pépites, bah forcément le master parce qu'on est quand même en M2 entrepreneuriat, mais vraiment les organismes dans lesquels on est, on a l'impression d'être vraiment dans cette bulle de l'entrepreneuriat. Tu vois par exemple pour Orange, bah on pense que ça peut nous faire du bien d'être un peu loin de cet univers start-up etc, et ça nous fait du bien d'en parler à des gens qui sont justement pas dans cet univers entrepreneurial, parce que ça devient presque pesant. Du coup c'est pas un point de divergence, mais je pense que trop être plongé dans un univers ben c'est pas bon non plus, et c'est un peu ce qui peut arriver en étant incubée à la ruche, suivre le programme émergence de pépites, fin voilà.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Quentin : vous avez l'impression d'être rentrés peut-être dans trop de réseau ?

PNQ-PP4 : c'est un peu ça l'idée, mais du coup on a eu cette impression, mais là on a réussi à se le dire enfin on a mis des mots là-dessus, et du coup on contacte des gens ou notre entourage qui n'est pas du cercle de l'entrepreneuriat, on peut leur parler et tout, on essaye de diversifier nos sources et les avis des gens, et pas que la sphère entrepreneuriat. Parce que forcément je dis mon projet à quelqu'un qui est dans l'entrepreneuriat, bah il va penser business plan, il va penser ça ça ça, alors que quelqu'un qui n'est pas dans ce monde là, il va penser à des trucs plus pragmatiques, que quand t'es pas dans cet univers entrepreneurial qui te semblent logique. En fait t'as tendance à les oublier ces trucs pragmatiques quand t'es tout le temps dans le truc entrepreneuriat, du coup quand on a un questionnaire ou quoi, on essaie de diversifier et pas que de poster par exemple sur le groupe de la ruche ou dans le groupe de pépites, on essaie vraiment d'élargir pour avoir le maximum d'avis et de pas être ancré dans cet univers là.

Quentin : quels seraient les bénéfices que tu tires de ces accompagnements ?

PNQ-PP4 : bah déjà comme je l'ai dit précédemment, le fait de parler du projet ça te permet sans cesse de l'améliorer, de te rendre compte qu'il y a des trucs qui vont et qui vont pas. Je pense que c'est hyper important de parler du projet.

Ensuite bah pépite on a fait les 2 premières séances du programme émergence, mais on n'y va plus parce que c'est pas 2h00 perdues, c'est pas ce que je veux dire parce que les gens qui sont pas issus de l'EM c'est hyper intéressant, mais nous on a déjà tout fait en cours quoi, donc on perd 2h à écouter des questions auxquelles on connaît les réponses.

Après, la ruche, les séances entreprendre en équipe c'est trop bien parce que justement t'échanges avec des gens qui sont pas forcément issus du M2 entrepreneuriat, qui ont aussi un projet et puis c'est hyper honnête quoi, quand on a une difficulté on n'est pas là à dire « ah non l'entrepreneuriat c'est trop bien, entreprendre à 23 ans en parallèle de ses études c'est super simple », ben non on est tous là le lundi de 18h00 à 20h, on est fatiguée, au bout du rouleau et on se le dit quoi, genre « aujourd'hui ça va pas, je suis fatigué » enfin on a l'honnêteté de se dire bah en fait on n'est pas les seuls quoi, ça fait du bien.

Quentin : ces liens que vous avez créés, ça s'est fait naturellement où ça a pris un peu de temps entre les étudiants ?

PNQ-PP4 : bah forcément après tu as des affinités avec certaines personnes, même si tu les as jamais vu, par exemple la semaine dernière avec \*nom du coéquipier\* on parlait d'un problème pendant une séance entreprendre en équipe, et il y a 2 filles avec lesquelles on interagit souvent qui nous envoyé un message privé pour me dire « je pense à ton projet, tu pourrais peut-être faire comme ça » enfin je trouve que c'est génial quoi comme situation d'entraide, c'est magnifique.

Après ouais t'as des liens avec certaines personnes quoi, moi j'attends tout le temps que 3 personnes parlent parce qu'en vrai ça aurait pu devenir mes copines je pense, tu vois il y a le lien humain, avec le petit sourire au bon moment, et elle est là aussi pour échanger et pas que pour son projet, mais pour s'enrichir tu vois, c'est génial.

Quentin : et en termes de limites ?

PNQ-PP4 : nous on a juste rencontré une mauvaise expérience au sprint idéation, en gros on présentait notre projet, et certains groupes qui étaient focus sur des questions du questionnaire, et en fait ça nous a bloqué toute la séance parce que nous on avait envie d'en dire plus et au final c'était des questions pas très constructives, enfin c'était pas le but de la séance quoi. Donc on s'est sentie hyper frustrée avec \*nom du coéquipier\* mais du coup on l'avait dit à \*nom de la responsable de la structure\*, et voilà quoi. C'est le seul point négatif, après non je ne vois pas de limite, peut-être juste l'outil discord que je trouve compliqué quand t'as pas l'habitude, c'est hyper compliqué de l'utiliser. Et puis t'as plein de notifs pour lesquelles tu te sens pas concerné donc tu regardes pas forcément, alors que au final c'était hyper intéressant. Ouais enfin l'outil peut être, c'est une des limites je pense.

Quentin : est-ce que vous avez assisté à des ateliers de développement de projets ?

PNQ-PP4 : non on n'a pas participé parce qu'on l'a expliqué à \*nom de la responsable de la structure\*, justement on n'avait rien compris à comment s'inscrire sur le Google drive, donc du

coup elle nous a montré vendredi mais en fait on ne comprenait pas où s'inscrire, enfin où mettre quand tu avais des besoins et tout donc on n'a pas participé.

Quentin : tu évoquais tout à l'heure la nécessité de parler de ton projet à un entourage qui n'était pas forcément entrepreneurial, quel est l'impact de ton entourage proche sur la manière dont tu euh tu développes ton projet ?

PNQ-PP4 : euh déjà pour le nom, c'est hyper drôle parce que on a fait un brainstorming pour le nom avec \*nom des coéquipiers\*, et en fait ma mère était derrière, et je me suis dit bah en fait je vais pas mettre d'écouteurs, et je vais laisser ma mère participer aussi au brainstorming. Et en fait sur les 5 noms qu'on avait retenus, ma mère on avait trouvé 3 quoi, enfin j'ai trouvé ça hyper hyper bien qu'elles soient investies comme ça etc. Et le soir même elle a envoyé un message à tous ses potes en disant « tu préfères quoi », enfin elle est vachement investie dans le dans le projet, donc c'est trop cool. Donc ouais je me sens vachement soutenu, ma mère est à fond dedans et mon père comment dire, mon père est plus pragmatique et du coup il a plus tendance à m'alerter sur les potentiels dangers, et quand il voit que je pars un peu en vrille, genre là par exemple 1500€ tu dis bah vas-y je les ai sur mon compte, ben au final il est là à me dire de faire attention, genre 1500€ c'est pas rien, il y a peut-être d'autres solutions etc. Enfin voilà il temporise un peu donc c'est bien, et puis il a le regard du papa qui veut pas que sa fille dépense 1500€ pour rien, enfin du coup c'est cool, ils sont super investis ouais.

Quentin : et au niveau de ton entourage pro, ça a un impact ?

PNQ-PP4 : honnêtement les profs non ils ont pas d'impact pour le moment, du moins après je sais que \*nom de l'enseignant\* est mon directeur de mémoire et on a échangé il y a 2 semaines en disant « ça y est on regarde on a lancé le projet etc », et ouais je sentais qu'il était hyper content et tout. Au final ça a été grâce à lui quoi au final, parce que on devait faire ce business plan pour la soutenance de fin de M1 et tout est parti de là donc oui il était content. Il m'a dit « bah tu me tiens au courant pour Orange ». Enfin je pense que ça va venir après, j'ai pas eu l'occasion de trop parler avec lui, mais moi je pense que ça va être pour très bientôt.

Quentin : est-ce que les cours que tu suis, c'est des ressources que tu peux transposer dans le cadre de de ton projet ?

PNQ-PP4 : je pense qu'on peut mais avec \*nom du coéquipier\* on a fait le choix de pas travailler sur notre projet pendant les cours genre \*nom de l'enseignant\*, justement pour voir un peu autre chose, et on va quand même être amenée à prendre le lead sur le business plan qui va occuper une bonne partie du 2e semestre et du coup on s'est dit bah non là je vais aller dans un groupe où je ne suis pas leader pour justement apprendre à laisser un peu le lead et voir quoi. Par exemple moi j'étais avec \*nom de l'étudiant\* sur le cours de \*nom de l'enseignant\* sur le vélomobile, et voir comment ça se passait quand t'étais pas leader du projet et comment amener les choses, enfin on a décidé avec \*nom du coéquipier\* de pas se mettre dans le même groupe non plus pour que ça soit plus enrichissant pour notre projet par la suite.

Quentin : comment est-ce que tu l'as vécu ce changement de posture ?

PNQ-PP4 : trop bien, vraiment bien après j'étais dans un groupe avec une super dynamique donc on savait que c'était le projet de \*nom de l'étudiant\* mais j'ai bien aimé sa façon de prendre le lead, parce qu'il était pas directif il laissait le choix, enfin moi je sais que je me suis occupée de tout ce qui était de faire le journal de bord, tout ce qui était un peu visuel et tout, et il m'a laissé complètement libre enfin ouais on savait que c'était son projet, au final on était parti d'une idée donc ça c'était pas vraiment le but de ce cours donc on a dû tout rechanger, et il l'a super bien pris alors que vélomobile c'est quand même son projet aussi, je pense que ça a pas dû être facile de dire bah finalement ça rentre pas dans le cadre du cours donc on change et on fait une autre solution, et il l'a super bien pris, il a écouté nos avis enfin du coup c'était passé de son projet à notre projet, il n'y avait pas un qui dominait plus que l'autre, c'était super bien.

Quentin : et qu'est-ce que tu tires de cette expérience dans le cadre de ton projet ?

PNQ-PP4 : il faut pas partir je pense qu'avec des idées fixes sur la chose, aujourd'hui je vois peut-être un aspect d'une telle manière mais ça se trouve dans 3 semaines ou après avoir parlé avec des gens, ou après les premiers questionnaires qu'on va faire remplir on se rendra compte



que bah pas du tout, ça et je pense que le projet va évoluer encore et que il faut pas rester cantonné à l'idée de base parce que c'est ça qui peut faire qu'on ne lancera pas quoi.

Quentin : est-ce que tu as l'impression que l'équipe est au complet ?

PNQ-PP4 : je pense que pour le moment l'équipe au complet, enfin \* nom du coéquipier\* et moi du coup, mais on est consciente qu'on ne pourra pas tout faire tout seul, et qu'il y a forcément un moment où on va devoir faire appel à quelqu'un. Après est ce qu'il acceptera de simplement nous aider dans le projet, où est-ce qu'il voudra le lancer avec nous après, c'est un peu notre bébé du coup je sens qu'on a du mal à dire « on intègre quelqu'un », après ça marche comme ça pour le moment, mais si un jour on se rend compte que ça va pas du tout bas on aura pas le choix quoi.

Quentin : qu'est-ce qui vous manquerait pour que vous soyez obligé d'intégrer quelqu'un ?

PNQ-PP4 : quelqu'un qui est issu du domaine du tourisme, surtout pour tout ce qui est les législations etc et il faut savoir qu'il déposer un dossier chez Atout France avec des garanties financières, et le problème c'est qu'en général c'est accepté que si t'as fait BTS tourisme, que si t'as déjà de l'expérience et du coup on sait que ça sera la solution pour nous pour pouvoir déposer notre entreprise au sein de la structure Atout France.

Quentin : mais tu ne sens pas encore prête ?

PNQ-PP4 : non et puis on n'est pas à ce stade là, donc ça viendra quand ça viendra, après je pense qu'on préfère prendre quelqu'un et après voilà forcément ça serait pas prendre le premier venu, il faudra qu'il partage les valeurs de l'entreprise, nos valeurs, après ça peut très bien se passer.

Quentin : tu me disais que vous n'y étiez pas encore à ce stade dans le cadre de votre projet mais alors vous en êtes à quel stade aujourd'hui ?

PNQ-PP4 : la grande question, je pense qu'on est à la fin de la du stade de l'idéation, là je pense que nos idées elles sont claires sur le projet, et là on rentre dans l'action quoi, doucement, on n'est pas encore à fond dans l'action mais on commence. Là je pense qu'on est dans la phase de transition entre l'idéation et l'action.

Quentin : tu as l'impression que ta posture a évolué sur ces derniers mois ?

PNQ-PP4 : ouais je me sens plus légitime, j'ai tout le temps envie de parler du projet, tout le temps tout le temps, après la motivation est la même, c'est pas plus, mais elle a évolué ouais elle a quand même évolué, parce que j'ai je me sens plus légitime à parler du projet, je me rends compte que c'est plus un projet mais c'est \*nom du projet\* quoi, voilà on est passé dans le concret.

Quentin : comment est-ce que ça se témoigne cette hausse de légitimité pour toi ?

PNQ-PP4 : bah déjà on s'est rendue compte d'un truc avec \*nom du coéquipier\*, c'est que tout ce qu'on fait avec le projet, enfin La Ruche, Pépite, Orange, en fait pour le moment tout a marché quoi, on ne s'est pas pris pour le moment une grosse baffé en disant « ouais on n'est pas sur le bon chemin » quoi. Enfin voilà on est passé d'abord par le stade idéation, donc voilà on a été incubée et le jury a adoré notre projet, on a une statut Pépite, avec Orange on a eu un premier entretien elle était complètement folle quand elle parlait de notre projet, on a été prises pour les phases finales enfin on se rend compte que franchement tout nous sourit. Et puis plus on en parle, plus les gens nous disent « mais votre projet c'est le tourisme de demain », enfin c'est génial quoi. Du coup tu te dis « il y a quand même de plus en plus de monde qui est au courant, ton projet maintenant il a un nom, on commence à avoir des rendez-vous un peu plus pro » voilà ça reste avec un graphiste, donc c'est quand même à la cool, mais tu te dis bah ouais je suis à ma place quoi. Enfin l'autre jour je me suis dit en fait ça y est on est bientôt co-fondatrice de \*nom du projet\* quoi, enfin le jour je pense qu'on signera le premier papier ça va être la folie, je pense que ça sera vraiment le jour où je me dirais ça y est ce jour-là tu sors le champagne c'est obligatoire.

Quentin : qu'est-ce que ça te procure comme sentiment cette réussite ?

PNQ-PP4 : je le vis comme une fierté, vraiment c'est le mot fierté, et en fait je l'assigne grave au sport. Quand je commençais à bosser sur le projet Ben c'est comme quand je vais faire un footing, mais je ne m'arrête pas tant que je n'ai pas atteint mon objectif tu vois, bah c'est exactement la même chose. Là cette après-midi j'ai décidé de bosser sur la concurrence, ben tant que j'aurai pas fini je m'arrêterai pas même si c'est à 2h du mat cette nuit bah je finirai tout. En fait dans le projet je le sors les crocs comme quand je monte sur un terrain de basket tu vois, c'est pareil, c'est une lutte.

Quentin : tu penses que ça c'est dû à des expériences sportives ?

PNQ-PP4 : oui le sportif joue sur le projet et au final tu vois j'ai l'impression qu'avec \*nom du coéquipier\* on a la même légitimité dans le projet, on a 50/50, après on est sur une période où on sait que \*nom du coéquipier\* elle est plus créative, et pour le moment on n'est pas encore à fond là-dedans. Du coup c'est vrai que je suis beaucoup plus organisée qu'elle, j'ai tendance à prendre un peu le lead, mais enfaite j'ai assimilé trop ça à mon rôle de capitaine dans mon équipe actuelle, tu vas enfin je veux pas dominer parce que ça me procure un sentiment de plaisir de ce qu'elle doit faire ou pas, mais justement j'ai envie de prendre le lead pour qu'elle donne le meilleur d'elle-même pour le projet, et je pense qu'il y a une nuance hyper important là dedans.

Quentin : tu penses qu'elle le vit comment ?

PNQ-PP4 : on a eu notre première engueulade il n'y a pas si longtemps que ça parce que justement elle sentait qu'elle était complètement à l'ouest, que ça soit dans les cours, dans le projet enfin elle était pas motivée et forcément bah elle était pas motivée en cours et moi j'ai assimilé ça au projet, je me disais mais attends moi je peux pas travailler sur un projet avec une personne qui vient quand elle en a envie, qui tire la gueule, qui fait tout au dernier moment. Moi je ne peux pas je suis trop perfectionniste pour ça, et au final elle a eu le sentiment que je la jugeais à chaque fois que je la voyais pas connectée, et au lieu d'en parler ça a un peu empiré puis un jour on a pris notre téléphone et voilà on a mis les choses au clair, et c'est reparti. Et là ça fait bien un mois et demi qu'elle est vraiment bien à fond et c'est tant mieux quoi, et j'ai

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

compris que ça servait à rien non plus de lui mettre la pression, et elle a compris qu'elle devait faire plus d'efforts aussi. Donc on a appris chacune de cette de cette petite querelle.

Quentin : mais tu continues quand même à projeter avec elle ?

PNQ-PP4 : ouais je suis sûr que je peux bosser avec \*nom du coéquipier\*, parce qu'on a vraiment dissocié le fait qu'on soit hyper copine et le fait qu'on travaille sur \*nom du projet\*, quand on travaille sur \*nom du projet\*, on se prend toujours 10 minutes pour se raconter notre semaine ou si on a un truc à se dire du point de vue perso, et après au bout de ce chrono c'est genre « stop c'est bon genre ce que t'as fait hier soir je m'en fou maintenant on bosse sur le projet », et ça marche relativement bien.

Quentin : au regard de ces dernières semaines est-ce que t'as toujours l'impression que vous pouvez aller jusqu'au bout de \*nom du projet\* ?

PNQ-PP4 : ouais et de plus en plus même, de semaine en semaine en fait le projet prend de l'ampleur et du coup ben t'es sur une dynamique, voilà je dirais pas qu'on est sur un petit nuage parce que c'est un peu trop métaphorique, mais ouais on est carrément dans le même wagon et le truc il va 110 kilomètres heure en ce moment quoi, il n'y a pas d'arrêt, on est à fond et le projet il a de l'avenir quoi, au-delà de l'aventure qu'on est en train de vivre il y a le fait d'entreprendre et de se construire personnellement, parce qu'à 23 ans t'as excuse-moi du terme mais t'as les \*\*\* de dire « moi je veux créer mon avenir ». Et le projet en soi c'est une cause qui nous tient à cœur quoi, enfin faire découvrir la France de façon mystère, enfin on est quand même très fiers de nos origines que ça soit \*nom du coéquipier\* pour la Bretagne ou moi pour l'Alsace. Et on sait que c'est vendeur, enfin même \*nom du coach\* nous disait « vous êtes l'opposé mais c'est là-dessus que vous allez jouer ». Et c'est vrai que c'est ça quoi, enfin le projet on le porte à bout de bras parce qu'on sait que c'est l'avenir du tourisme aussi quoi.

Quentin : tu disais que l'entrepreneuriat ça te permettrait de t'enrichir aussi personnellement, quelles seraient les compétences que tu as développées sur ces dernières semaines ?

PNQ-PP4 : déjà l'organisation, je pense que c'est la plus importante, j'ai euh j'ai été hyper procrastinatrice avant de travailler sur \*nom du projet\*, j'étais du genre je le ferai demain, et là non c'est depuis que j'ai mon agenda et tout enfin du coup ça rejoint l'organisation, c'est non il y a écrit dans mon agenda que je dois faire un truc, je le fais. Sinon c'est bien beau d'écrire dans ton agenda 25 tâches si t'en fait que 10.

Sinon y'a la querelle avec \*nom du coéquipier\* aussi, ça m'a beaucoup appris, c'est une compétence je pense d'apprendre à souffler. Et dès qu'il y a un truc bien j'ai tendance à partir mais en 4e quoi, je regarde pas dans les rétros. Avec \*nom du coéquipier\* j'ai appris à me poser, à dire « ok c'est bien on a le nom, on pense avoir l'idée du logo », genre il n'y avait pas eu \*nom du coéquipier\* j'aurais déboursé ces 1500€, je le sais. Je serais partie j'aurais dit bah vas-y on y va, c'est pas grave je dépense 1500€ pour le logo. Alors que là \*nom du coéquipier\* a dit « non attends, le but c'est pas de prendre des risques, on parle pas des 200€, on parle de de 750€ par personne c'est énorme ». Du coup j'ai appris à écouter, à me poser avant de prendre une décision, une chose que j'avais pas l'habitude de faire. Je pense que c'est les 3 gros truc ouais, l'organisation, la procrastination et réfléchir avant de faire. Et ça finalement c'est des choses que tu peux mettre en place aussi dans la vie de tous les jours quoi.

### Annexe 3 : Entretien réalisé avec l'entrepreneur PQ-PP1

Quentin : je te propose qu'on commence, j'aimerais que tu me parles de ton parcours académique et de ton parcours professionnel s'il te plaît

PQ-PP1 : du coup j'ai 23 ans, j'ai fait une licence d'anglais et d'économie, je suis partie en Erasmus aux Pays-Bas dans la ville de Laden où j'ai eu mes premiers cours de posture entrepreneuriale donc tout ce qui était comment créer etc, mais d'une manière très générale, très globale. J'ai adoré, c'était en anglais etc, j'ai adoré ce que j'ai appris. Après je suis retournée en France, et pour la suite de mon parcours il fallait choisir entre l'entrepreneuriat du coup et tout ce qui était relation internationale, parce que c'était le sujet qui m'intéresse beaucoup. Donc je me suis dit que le stage déterminerait un peu la suite, donc j'ai été prise en stage de marketing et en gros ça s'est moins bien passé mais j'ai beaucoup appris. Le stage a été très formateur, et par la suite j'ai voulu continuer mes études et faire un master en marketing. En parallèle j'avais envie de partir de Paris qui est ma ville natale, donc j'ai cherché plusieurs écoles et j'ai décidé de me tourner vers les IAE, à ce moment-là j'ai postulé dans plusieurs écoles et j'ai été prise dans plusieurs d'entre-elles. Je suis allée à l'EM parce que j'ai aimé la complémentarité entre le côté public et le côté privé, et ce que le programme promettait également. Donc je suis partie à Strasbourg, j'ai fait mon M1 de management administration d'entreprises qui était intéressant du point de vue comme je disais théorique sur l'entrepreneuriat, mais beaucoup moins sur le point de vue pratique qui m'a pas du tout donné envie de monter ma boîte. Par contre en parallèle, je suis rentrée dans le master en ayant créé ma première société avec ma meilleure amie qui était basée sur du dropshipping grosso modo, et qui proposait de la vente en ligne de déco d'intérieur, et plus particulièrement de coussins personnalisés. Du coup donc ça je l'ai fait pendant mon temps, en parallèle des cours, et ça, ça a été mon premier déclic entrepreneurial, ça a corrélé à la formation théorique et je me suis dit que j'avais envie de partir dans des études entrepreneuriales. Mais comme j'avais toujours envie de rentrer à Paris, ben du coup rebelote pour le M2, j'ai hésité mais j'ai pris le risque de partir sur une formation un peu plus euh disons spécifique par rapport à un domaine, et j'ai postulé dans plusieurs écoles publiques et privées, et j'ai intégré du coup un Master spécialisé en entrepreneuriat à Centrale Supélec. Du coup j'ai rejoint cette formation pour pouvoir développer ma boîte, une nouvelle parce que du coup j'avais complètement abandonné la première, et donc je suis arrivée avec des idées plein la tête,

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

entourée de gens qui étaient contrairement à mon M1 tous avec des idées plein la tête et du coup en fait petit à petit ben voilà il y a des liens qui se sont créés, il y a des envies de travailler ensemble qui se sont révélées, et on a décidé de partir avec mon associé en janvier, après qu'il ait eu une expérience entrepreneuriale au début d'année qui n'a pas fonctionné moi de même de mon côté, et du coup voilà on a commencé à travailler ensemble.

Quentin : tu me parlais à l'instant du fait que ta promotion elle était constituée d'étudiants qui avaient vraiment des idées plein la tête, est-ce que tu as l'impression de d'être intégré dans un groupe ?

PQ-PP1 : en fait on est arrivé dans une promo de 25, on est arrivé tous en voulant créer quelque chose, on ne savait pas forcément quoi, on avait tous 40 idées par seconde parce que je pense que c'est un peu l'idéal de l'entrepreneur. Genre petit-à-petit tu développes une idée, tu vois au final par exemple que le marché n'est pas faisable en ce moment, que t'as pas forcément la bonne chose que tu dois complètement pivoter, que ça ressemble plus du tout à ce que tu avais au début etc.

Et du coup en fait il y avait une espèce de convergence des idées et tout le monde avait envie même sans savoir où aller mais d'aller dans le même sens, c'est-à-dire tout le monde avait envie de créer quelque chose, d'aboutir à quelque chose du moins, sans pour autant savoir s'ils allaient se lancer sur l'idée à A B ou C. Parce que pendant tout le mois de septembre en fait on a cours avec tous les autres Master, donc on a un tronc commun on appelle ça et donc pendant cette période, c'est que des cours alors que forcément c'est le début de la formation et tout le monde veut se lancer dans sa boîte, et c'est à ce moment-là que toutes les idées arrivent. Et ensuite à partir d'octobre/novembre on commence à canaliser toutes nos idées, on commence à bosser sur un projet. Et là, la première phase en général où ça casse par rapport aux associés ou par rapport à la boîte c'est novembre-décembre, et la deuxième février/mars. Donc voilà en novembre/décembre perso moi ça a été le cas, j'ai arrêté avec la personne avec qui je travaillais, même si on travaillait dans de très bonnes conditions, juste ben ça allait bien personnellement, mais pas sur le plan boulot. Donc j'ai arrêté, mon associé pareil il a arrêté avec son binôme. Et du coup mon actuel associé je l'avais rencontré quand on a passé les entretiens pour l'école, donc en mars, donc beaucoup plus tôt par rapport à la rentrée dans le master, et je savais qu'il

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

avait cette idée mais il était parti sur autre chose, moi j'étais parti aussi sur un autre projet et en janvier/février on s'est retrouvé solo et puis on a monté la boîte ensemble.

Mais en fait pendant la formation il y a eu des associés qui se sont croisés, qui se sont décroisés, qui se sont recroisés. Et par exemple, bon c'est aussi dû à la proximité géographique, mais on a eu beaucoup de de synergie entre les 3 écoles donc HEC ESSEC et ESCP avec les 3 Masters spé entrepreneuriat de ces écoles. Parce que du coup il y a ESSEC Central, XHEC et ESCP, et donc on faisait souvent, c'était notre initiative mais on faisait souvent des apéros inter-MS. Après il me semble qu'on n'a pas eu de personne qui se sont associées ensemble entre les différents MS, par contre juste discuter tous quoi, parce que tout le monde avait la même vision parce qu'en fait en général celui qui avait été pris à l'ESCP avait postulé à l'ESSEC et inversement, donc c'était tout le temps la même vision et c'était le même type de personne que tu rencontrais, qui était vraiment là pour mettre leur boîte en fonctionnement quoi.

Quentin : qu'est-ce que ça t'a apporté tous ces échanges avec les autres étudiants ?

PQ-PP1 : bah déjà beaucoup d'idées, beaucoup d'avis extérieur et je pense que la base de l'entrepreneuriat c'est l'objectivité, donc avoir des personnes qui veut dire « bah écoute moi je connais un tel moi je pense que si moi je pense que ça » c'est toujours bon à savoir. Je pense que tout est bon à tirer de ce qui est dit en fait, par exemple tu vas discuter avec quelqu'un qui va dire « ouais mais pourquoi t'as pas pensé à ça », qui va rebondir sur un point de ton discours qui va te faire penser à autre chose et du coup tu vas avoir ta cible différemment où tu vas penser différemment pour communiquer, où tu vas dire mais en fait le problème principal auquel je m'attaque c'est pas ça c'est beaucoup plus en amont etc.

Et le fait de discuter avec toutes ces personnes c'est ça qui te pousse déjà à avoir la niaque parce que tout le monde est dans la même dynamique que toi, et qu'au début du master personne ne dort tout le monde bosse comme des acharnés, et puis en parallèle ça te permet de confronter ton point de vue et je pense que la base d'un entrepreneur c'est justement de confronter son point de vue pour avancer.



Quentin : mis à part ces étudiants, est-ce que tu avais un autre groupe avec qui tu pouvais échanger sur ton projet ?

PQ-PP1 : nous on a une promo très soudée donc la plupart des personnes avec qui on partageait c'était vraiment la promo, on avait des coachs dans la promo, ça c'est hyper important. Je trouve qu'avoir un coach qui te suit, enfin pour nous c'était un point mensuel mais après on pouvait leur parler un peu toutes les semaines, c'est hyper important ils ont en général une expérience dans l'entrepreneuriat qui est très utile pour toi, ils ont des conseils, ils ont des contacts il faut pas l'oublier, donc voilà j'en parlais beaucoup aussi à ma coach. Par exemple elle était là pour moi notamment en novembre quand j'ai terminé avec mon associé et que je me suis retrouvée en novembre en disant « mais qu'est-ce que je fais ». Je ne me voyais pas continuer seule comme ça, c'était envisageable enfin toute seule pour un projet de cette échelle en tout cas c'était pas envisageable. Et du coup c'est elle aussi qui m'a poussé, qui m'a dit « essaye d'aller chercher ici ou là ect ».

Donc j'ai été chercher un dev à Central, ça a pas fitté etc. En fait bien sûr on a une niaque interne mais sans les gens qui nous pousse au quotidien c'est beaucoup plus complexe donc ouais les personnes avec qui j'en parle c'est vraiment les gens dans ma promo et on se parle tous les jours, nos coachs, directeur de master et puis après bien sûr ta famille, tes amis ton cercle premier quoi.

Quentin : justement ce cercle premier, quelle influence a-t-il sur le développement de ton projet ?

PQ-PP1 : il a une influence positive, je pars du principe que même si les gens ne croient pas en toi, c'est ça qui te motive te qui te booste. C'est comme quelqu'un te dit « mais c'est pas comme ça qu'il faut faire ou tu va pas y arriver » ben justement tu vas lui montrer que tu peux y arriver. Donc même ton cercle quand il n'est pas forcément en adéquation avec ta vision des choses, c'est ça qui va te donner la niaque d'entreprendre, en tout cas c'est ma personnalité mais c'est vrai qu'il va te donner la niaque d'entreprendre et d'aller au bout des choses.

Dans ma famille j'ai été hyper soutenu par certains, moins par d'autres bah ouais c'est ça qui te fait te dire « okay bah maintenant j'ai envie que ça soit eux qui ferment leurs bouches », désolé pour la manière de parler mais c'est à moi de leur montrer. Aujourd'hui c'est eux qui viennent

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

m'envoyer des messages en disant bravo, donc au final au final le fait d'avoir des gens qui vont pas dans ton sens c'est aussi une force, faut pas le voir comme une faiblesse et surtout faut pas s'arrêter à chaque critique parce que sinon ont fait pas une semaine.

Quentin : et au niveau du cercle professionnel ?

PQ-PP1 : tu m'as demandé mon parcours professionnel, j'en ai pas fait grand étalage, parce qu'en fait j'ai jamais eu d'expérience pro en dehors de la société que j'ai montée et de mon stage parce que j'ai enchaîné mes études à la différence de certains étudiants qui font un MS, qui finissent le bac +5 et qui ont une année ou 2 d'expérience, je suis rentrée dans le MS j'allais avoir 22 ans donc j'avais 21 ans donc j'étais assez jeune par rapport à ça. Donc l'expérience pro je n'ai pas eu, après moi je considère que monter sa boîte c'est une expérience pro à part entière et c'est encore plus formateur qu'une expérience pro comme un stage ou comme un CDI ou un CDD. En fait ça n'a rien à voir parce que le métier d'entrepreneur c'est d'être polyvalent, et on dit souvent qu'un entrepreneur il survole tout et c'est vrai, mais il fait pas que survoler, parce quand il veut que sa boîte elle fonctionne il survole pas les choses il les creuse, donc il voit quels sont ses points faibles et il les creuse. Donc à partir du moment où tu sais communiquer à ta cible, que tu sais booster les gens, que tu sais générer des leads, que tu sais vers qui aller quand t'as un problème par rapport à tel sujet etc bah au final c'est que t'as une certaine expérience professionnelle qui a été acquise grâce à ta boîte.

Quentin : comment est-ce que tu as réussi à développer ces compétences, parce que finalement elles sont très techniques et spécifiques ?

PQ-PP1 : je pense que le métier d'entrepreneur c'est de l'auto apprentissage, après j'ai fait une formation et faut dire les choses ça m'a beaucoup aidé où j'ai découvert beaucoup de ressources entrepreneuriales, et j'ai beaucoup appris sur le tas. Enfin ma première campagne mail elle était horrible, enfin c'était un torchon et maintenant on essaye de faire des trucs un peu classes, c'est pareil pour la manière de communiquer au début tu sais pas si tu tutoies, si tu vouvoies, voilà tout ça c'est des choses ben où tu vois comment les gens réagissent par rapport à toi, tu vois si y'a un gap parce que t'es trop amical entre guillemets ou si au contraire ben tu vois genre tu sens que c'est comme ça qu'il faut s'adresser parce que t'es dans la bonne cible. Pour moi c'est

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

qu'une question d'AB testing sur à peu près tout, genre t'as besoin de tout tester pour voir comment ça fonctionne, parce que justement si t'as des préjugés et que tu penses que c'est comme ça et que tu suis ton opinion ton intuition ben tu peux te planter et aller droit dans le mur.

Quentin : est-ce que tu peux me partager tes principaux échecs ?

PQ-PP1 : ben on a une boîte super récente donc on n'a pas encore eu tant que ça, mais personnellement un de mes principaux échecs ça a été de pas avoir réussi à monter ma boîte avant avec la personne avec qui j'étais, c'était juste un feat business qui fonctionnait pas mais après ça m'a aussi permis de revoir ma posture entrepreneuriale par rapport à mon associé. Non pas que la première posture était mauvaise mais juste voilà il y a des choses auxquelles j'ai fait plus attention donc ça c'est un premier truc. Après je pense qu'un de mes principaux échecs c'est de beaucoup attendre, c'est-à-dire qu'on a beaucoup de propositions, des très belles propositions, alors qu'on est une jeune boîte, et il y a des fois tu t'accroches à certaines choses sans prendre de recul et tu peux un peu chuter quand tu te rends compte qu'au final bah ça aboutit pas, où que ça va pas voir le jour pour X ou Y raison ou que les potentiels partenaires n'ont plus le temps ou quoi. Donc voilà je pense que ça serait ça, après j'ai plus eu des frustrations aujourd'hui que d'échec. Comme par exemple quand t'as ta première boulangerie qui te dit qu'elle va signer avec toi et qu'elle a 14 points de vente et que tu me dis que c'est dans la poche, et que du jour au lendemain t'as plus de réponses que tu vois qu'elle a décidé de faire de la bière au pain avec une autre boîte à Paris qui était 10 fois plus grosse que la tienne, ça c'est une frustration.

Quentin : comment est-ce que tu gères ça dans le quotidien ?

PQ-PP1 : bah déjà tu souffles, tu respirez, tu prends un grand bol d'oxygène pour pas t'énerver et puis tu relativises, enfin du moins t'essayes, dans le sens donc il n'y a pas qu'eux comme boulangerie, même si c'est une très bonne boulangerie. Et aujourd'hui pour la petite histoire on bosse avec une grosse boîte qui vend du pain qui est fait par cette boulangerie, et aujourd'hui c'est eux qui sont revenus nous voir et qui nous ont dit on aimerait bien communiquer sur le

produit. Donc à un moment donné tout arrive à point à qui sait attendre. Donc on prend du recul on reste positif.

Quentin : je vais te poser la même question par rapport au succès ?

PQ-PP1 : bah déjà je pense, bon c'est peut-être bête mais ceux qui croyaient pas en toi au début et qui aujourd'hui croient en toi. Enfin voilà dans ta famille comme je disais il y avait des profils un peu plus « tradi » on va dire, plus académique, plus traditionnelle genre « il faut avoir un taf comme ça ». Et ceux qui croient pas en toi au début et qui te disent « tu ferais mieux d'accepter un CDI surtout les circonstances en ce moment » bah quand ils te disent « j'ai commandé des bières et je vais envoyer à mes potes », tu me dis qu'au final t'as quand même réussi à faire passer un message, et ça c'est un succès.

En autre succès c'est d'avoir aujourd'hui des gens qu'on connaît pas qui soutiennent le projet, ça je pense que c'est un truc qui te met énormément de baume au cœur. Ah ouais et sinon moi le truc qui me donne la pêche, c'est qu'il y a des gens qu'on connaît pas, on ne sais pas comment ils sont arrivés sur notre projet, et juste nous envoyer message ils me disent « top l'initiative ». Et à partir de là tu peux recevoir un message négatif et c'est rien par rapport à ça, parce que cette dose de soutien et cette dose d'amour de personnes que tu connaissais pas et qui juste « ton initiative elle est top continue dans ce sens », ben tu peux que avoir envie d'essayer de rendre fiers les gens qui croient en toi et d'aller le plus loin. C'est vrai que nous de base le problème auquel on s'attaque c'est un problème sociétal, donc revaloriser le maximum de pain c'est juste ça qui me donne la niaque.

Quentin : justement j'allais poser la question de pourquoi ce projet, pourquoi entreprendre sur cette thématique, est-ce que tu peux développer un peu plus ?

PQ-PP1 : bah déjà je pense que toute personne de notre génération est consciente aujourd'hui des problèmes environnementaux et sociétaux. Il faut savoir que quand on est étudiant, quand on est à cette période à peu près de notre vie, où on voit le gaspillage alimentaire, on le voit dans les facs, on le voit dans les cantines, on le voit partout, on le voit dans les magasins donc à partir du moment où tu sais qu'il y a 1/3 de la nourriture produite sur terre qui finit à la poubelle, et puis en France on parle de 317 kilos par seconde, je pense que tout être humain se

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

sent concerné. Donc à partir de là pour moi il était évident d'aller dans le sens, donc la première boîte que j'ai essayé de monter elle était dans la récupération des invendus non-alimentaires, parce que ça me tenait à cœur, en fait je voulais avoir une activité qui me permettait d'avoir un impact.

En fait avoir une activité pour avoir une activité et générer de l'argent ça ne servait à rien, je voulais avoir quelque chose de un qui était corrélée à mes valeurs, et de deux était corrélée à mes ambitions. Et le domaine du gaspillage c'est un domaine qui est décrié, qui est mis sur la place publique en permanence, et même s'il y a des très belles initiatives ben ça s'arrête. Donc je ne dis pas que je vais changer le monde, loin de là, mais déjà j'essaye de m'attaquer à un secteur parce que dans le secteur des boulangeries il y a très peu de solutions de valorisation. Le pain c'est un produit extra-frais, parce que les boulangers se lèvent à 3h du mat pour aller faire leurs pains et ils ont pas que ça à faire de mettre une logistique en place etc. Donc voilà moi le gaspillage de manière générale c'est un enjeu, le gaspillage alimentaire encore plus et en rencontrant \*nom du coéquipier\* mon associé qui était gérant de boulangerie ça nous a paru évident de bosser là-dessus. De base c'était son idée parce que lui il était confronté aux invendus de pain dans sa boîte, et il avait trouvé une manière de faire ça et quand moi j'ai vu que mon projet sur les invendus non alimentaires j'arriverai pas à le mettre en place seule parce qu'il fallait des compétences techs que j'arrivais pas à avoir, ben j'ai tout de suite voulu intégrer ce projet.

Quentin : et pourquoi revaloriser en bière ? Il me semble que j'avais vu une équipe qui faisait du textile avec l'amidon ?

PQ-PP1 : en fait il y a déjà plein de choses qui sont faites au niveau des biscuits, donc en fait les boulangeries quand elles ont des invendus y'a une partie qui va à la poubelle, une autre aux assos, ou à l'alimentation bovine etc. Et ce qui est le plus pratiqué aujourd'hui c'est dans les invendus de boulangerie c'est de récupérer ces derniers et de les mixer, de les transformer en chapelure très fine et d'en refaire des gâteaux, et c'est le cas de plein de boîtes qui existent. Par contre les transformer en bière c'est quelque chose qui est très peu présent en France, il y a aujourd'hui on va dire qu'il y a 4 boîtes qui s'occupent de ça, nous inclus. Donc c'est vraiment très petit, il y a les boulangers qui ont décidé de commencer à faire ça mais ça reste des solutions minimales. Et en fait on s'est dit bah il y a plein de trucs qui sont déjà fait pour transformer du

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

pain en chapelure et pour refaire des gâteaux et on a trouvé ce marché parce qu'on est adepte de bière et parce que aussi on a regardé ce qui se faisait dans les autres pays. Encore une fois on n'a rien inventé, c'est une méthode ancestrale la bière au pain, on a regardé ce qui se faisait dans les autres pays et on s'est dit que c'était à notre tour d'apporter notre pierre à l'édifice, et on a trouvé une manière de le combattre le gaspillage alimentaire.

Quentin : et en termes de production ça se passe comment ?

PQ-PP1 : aujourd'hui on travaille en circuit court c'est-à-dire qu'on récupère notre pain à Paris, on a appelé tous les brasseurs qui ont bien voulu répondre, et puis on les a classés selon des critères par expérience leur expérience en bière, leur expérience en bière au pain, selon leur prix, selon leur feeling. Et en fonction de ça il y a 3 acteurs qui sont sortis avec lesquels on a hésité, et on a fini par en choisir un et on s'est engagé du coup pour faire un nombre de brassins avec eux et on a co-créé la recette avec eux. Donc on avait déjà fait des tests de recette auparavant mais là on a refait avec eux pour choisir les houblons etc, on a mis en place une recette et on est parti sur des productions. Donc on a fait notre première prod de 1700 litres le 10 septembre, on a récupéré les bouteilles 2 semaines avant le reconfinement, euh et ensuite là on a une nouvelle prod qui arrive dans quelques semaines de 6000 litres. Donc le but c'est de toujours être en circuit court. En fait le but premier de \*nom du projet\* c'est de combattre le gaspillage alimentaire et de montrer aux boulangers qu'il y a des solutions, des alternatives durables pour gérer leurs invendus. Et du coup comme on veut rester dans cette logique de circuit court on veut aussi se développer dans d'autres villes, parce qu'aujourd'hui on réalise notre bière en circuit court mais on la distribue forcément au-delà de Paris donc pas en circuit court. Donc on veut s'implémenter dans d'autres villes type Strasbourg ou Bordeaux et développer des partenariats avec des boulangers et brasseurs, qui permettront du coup de revaloriser les invendus dans ces régions et de proposer \*nom du projet\* dans un périmètre étendu.

Quentin : comment est-ce que tu gères le COVID ?

PQ-PP1 : ah ben c'était pas l'année pour se lancer. On bosse sur ce projet depuis février, la première prod devait avoir lieu en mars elle a eu lieu en septembre du coup on a du décaler, ce

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

qui nous a pas permis d'avoir la saison d'été, la bière c'est une boisson saisonnière donc ça nous a beaucoup embêté. Le second impact c'est que ça nous a demandé d'énormément pivoter, de base on devait vendre notre bière en B2B2C, donc notre principal c'était les cafés hôtels restos bars, et cette cible on l'avait taragété, on avait une liste de prospection on avait plus de 3000 adresses, on était rodé on avait préparé toute notre communication etc. Quand on a vu que le confinement s'éternisait et que 30% des bars et restaurants parisiens mettaient la clé sous la porte on a compris que c'était pas eux qu'il fallait cibler donc on a pivoté on est parti sur les épicerie fines et les cavistes. Et ça a plutôt fonctionné parce que les gens qui tenaient des épicerie fines ou des caves de vin ou de bière, on va dire que le confinement leur a été bénéfique, parce qu'on a retrouvé un peu ce truc de circuit court, on a retrouvé cette envie d'aller chercher chez les commerçants du coin etc donc on a essayé d'aller par là, on a vendu à quelques épicerie. Et avec l'annonce d'un re-confinement ben toutes les commandes ont été annulées, avec l'annonce d'un re-confinement ben les épicerie fines et les cavistes voulaient pas reprendre la bière pour plusieurs raisons, il savait pas quand ils allaient fermer surtout à Paris où la situation est vraiment tendue, il y a le fait aussi que c'est un coup parce que forcément comme on est une bière artisanale on n'a pas le prix d'une bière industrielle, et puis en parallèle il y a aussi le fait qu'on n'avait aucune visibilité du public, on n'a pas fait nos preuves parce qu'on a pas eu le temps de faire la preuve, donc c'est pas un compte Instagram avec 400 abonnés à l'époque qui allait nous faire gravir les échelons, et du coup euh on s'est retrouvé avec un stock de bière sur les bras et on s'est dit bah okay qu'est-ce qu'on fait.

On l'avait un peu anticipé, et on s'était dit que à ce moment-là il faudrait qu'on vende notre bière en B2C, parce que si toutes les cibles B2B commencent à nous rejeter on n'allait pas rester avec notre bière en attendant mars. Donc on s'est dit qu'on allait partir en B2C vu la tournure des choses en fait on a été très très rapide, en 2 semaines on s'est dit que si les clients pouvaient pas aller à notre bière, ben on allait aller au client, même si on les avait pas encore du coup on a pris la décision de passer par une campagne de financement, on a été approché par ULULE, longue histoire mais on a été approché par ULULE en juin/juillet pour participer à des appels à projets qui n'ont pas abouti parce qu'on était une marque d'alcool, et qu'en l'occurrence personne ne voulait s'engager avec une marque alcool sauf que sûr 2 appels à projets sur 3 on a été finalistes donc bref grosse frustration parce qu'on a on passe du temps sur ces appels à projets sur ce concours etc. Et donc on a été approché par ULULE qui nous ont dit écoutez nous le projet on l'aime et on pense que vous pouvez faire quelque chose donc on va vous aider, et ils

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

nous ont beaucoup aidé vraiment et grâce à eux on a fait en 2 semaine un dossier pour monter la campagne on a fait le mur on a fait la vidéo on a fait les contreparties le plan de financement par rapport à ça. Et on est parti en campagne ULULE avec un objectif de 400 préventes et en fait on s'est dit que la raison pour laquelle on passait pas directement par notre site c'était que encore une fois on n'avait pas de visibilité, et si on était passé uniquement par notre site alors oui on n'aurait pas eu la commission ULULE et ça aurait été plus simple, ça aurait été moins cher pour nous sauf qu'on n'aurait eu personne alors que là on a eu des relais presse, on a eu un article dans la newsletter de 20 minutes, on a eu des relais influenceurs enfin voilà des choses qui nous aident et c'est comme ça qu'on arrive à targeter des gens qui ne sont ni de notre 1<sup>er</sup>, 2<sup>ème</sup> ou 3<sup>ème</sup> cercle.

Et donc ça c'est vraiment une des conséquences du COVID, mais en fait il faut le prendre positivement dans le sens où tout le monde va avoir des problèmes par rapport au COVID, tout le monde a été retardé. Que ce soit produit ou service tout le monde a été impacté, après plus ou moins ça je suis d'accord mais il faut rebondir et il faut re-pivoter. De toute façon c'est le métier d'entrepreneur de savoir s'adapter, donc à partir de là tu fais tout ce que tu peux pour essayer de t'adapter à la situation et tu donnes tout et si tu vois que ça fonctionne pas ben tu re-change.

Et c'est ce qu'on a fait puisqu'on est repassé encore en B2C donc voilà enfin pour moi le COVID ça a été une plaie, ça a été beaucoup de temps gâché, mais ça a aussi été une opportunité parce que ça permet même si on le dit beaucoup c'est vrai que ça me permet aussi de remettre les petites start-up et eux et les valeurs d'entraide et les valeurs de consommation responsable au centre du débat.

Quentin : justement au sujet de ces valeurs, quel est l'impact attendu sur ta personne ?

PQ-PP1 : en fait moi je ne me voyais pas bosser dans une boîte dans laquelle je me sentais pas utile pour la société. Donc bosser dans une boîte où certes le travail me plaît mais qui change pas les choses, aucun intérêt pour moi et ça ne constituait pas un challenge. Et à partir de là, si ça constitue par un challenge comment tu veux être motivé par ce que tu fais ? Du coup je suis partie du principe que pour être motivée par ma boîte, pour avoir la niaque pour avoir l'envie de faire des choses, bah il fallait que ça me ressemble, il fallait que ce soit quelque chose dont



j'ai envie, il fallait que ce soit quelque chose qui allait avoir un impact, qui allait être utile au final et c'est pour ça j'ai décidé de partir là-dedans.

Quentin : est-ce que tu pourrais me parler des principales capacités personnelles que tu estimes avoir ?

PQ-PP1 : déjà je dirais, c'est bête hein, mais la motivation. Si t'as pas de motivation ben ça sert à rien d'essayer quoi. Par « motivation » je parle aussi de niaque quoi, enfin je pense que ça va vraiment ensemble parce que parce que si t'as pas la volonté la plus profonde et la plus sincère d'arriver à faire quelque chose, ou au moins d'essayer de faire quelque chose, autant mettre la clé sous la porte direct.

Donc ça c'est la première chose, et après je dirais la curiosité parce que sans curiosité tu découvres pas de nouvelles choses, tu découvres pas de nouvelles personnes et t'avances pas, parce que la curiosité te permet d'aller parler aux gens, elle te permet de cibler réellement quels sont leurs problèmes. Par exemple c'est en parlant aux boulangers qu'on s'est rendu compte des problèmes dans les boulangeries, donc ça nous permet aussi de nous projeter par rapport à ce qu'on veut plus tard avec \*nom du projet\* parce qu'on va pas rester sur un mono-produit. Donc voilà curiosité, et on en revient à ce que je disais, la polyvalence.

Quentin : est-ce que tu peux schématiser les étapes du développement d'un projet entrepreneurial ?

PQ-PP1 : nous on nous a appris à l'ESSEC de ne pas faire de business plan, on te le dit souvent « fait pas de business plan et lance toi », je suis d'accord et en même temps pas d'accord. Le « lance toi » je suis d'accord il n'y a pas de souci, si tu attends que ton bébé soit parfait tu le lances jamais, ça c'est la première chose. Par contre te lance pas dans la nature, et ai un minimum évalué ton environnement, les personnes que tu cibles, ton modèle de financement etc, tout ça il faut quand même que tu l'ais évalué. Parce que si t'as juste une idée que tu dis go, ben tu vas partir dans tous les sens, ça va tellement être peu structuré qu'au final ça va servir à rien, et ça va être de la perte d'énergie.

Après je crois beaucoup en la théorie de l'effectuation, en gros c'est « je suis là, je veux aller là et bah okay il faudra peut-être que je passe par ça ça ça et ça mais je vais y aller et je vais pas

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

tout le temps attendre que l'étape d'avant soit validée, que ce soit planifié etc ». Et ça j'y crois beaucoup parce que je pense que le métier d'entrepreneur c'est avancer, essayer, reculer, refaire etc donc le schéma pour moi c'est réfléchir à son idée, avoir au minimum une idée de ce que tu veux faire et de pourquoi tu veux le faire, parce que c'est ça qui va te permettre d'avancer, c'est ça qui va te permettre d'expliquer ton idée aux gens donc ça c'est la première chose.

Ensuite avoir une idée de tes cibles et de la manière dont tu veux procéder, et puis se rapprocher des différents acteurs, voir si le problème auquel tu t'attaques c'est vraiment le bon, si tu as ciblé la bonne personne ou si au final tu oublies la cible prioritaire par rapport à ce que tu veux faire. Donc voilà tout ça c'est essayer, refaire, rechanger et continues tout le temps jusqu'à ce que tu montes en compétence.

Et en fait ta boîte va évoluer parce que tu vas te rendre compte que tu te rapproches de ce que tu voulais ou de ce que tu voulais pas d'ailleurs, parce que au final l'image que t'as de ta société au tout début c'est pas du tout ce que tu vas obtenir parce que tu vas piloter 40 fois et c'est normal donc il n'y a pas de schéma entrepreneurial parfait, si ce n'est de croire en son idée, d'essayer et de pivoter tout le temps. Mais faut pas se baser sur des étapes genre « faut que je fasse ça, si j'ai pas si je peux pas avancer sur etc ». Il y en a qui sont comme ça, et je le vois d'ailleurs dans mon Master et c'est drôle, parce que même si on nous dit de faire de business plan, chacun fait un peu à sa sauce. Et ceux qui sont avec une rigidité extrême et qu'ils veulent pas avancer tant qu'ils ont pas validé entre guillemets l'étape d'avant, où qui n'ont pas de certitude par rapport à quelque chose ben tu mets 10 fois plus de temps.

Quentin : est-ce que tu as eu des personnes qui t'ont inspirées ?

PQ-PP1 : alors c'est horrible ce que je vais dire mais je pense que déjà la première personne qui m'a inspiré c'est moi, parce qu'au début j'y croyais pas pour être sincère. Parce que je viens d'une famille très académique avec que des professeurs, donc quand tu veux partir dans l'entrepreneuriat c'est un peu opposé je pense. Et au début quand j'ai commencé à y penser je n'y croyais pas, et j'ai étudié par exemple Sarasvathy etc plus ça me donnait envie d'essayer moi même en plus j'ai eu envie du coup de me lancer mais corps et âme. Dans tous les cas quand t'as 23 ans, t'es en étude t'as rien à perdre. Si ça marche pas ben tu refais un Master, t'as 25 ans, tu termines et t'as un CDI ou un CDD. Donc pourquoi pas commencer à ce moment-là ? C'est pas à 70 ans sur ton lit quand tu pourras à peine te déplacer que tu vas dire ouais mais

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

l'idée que j'avais il y a 50 ans était génial quoi pourquoi je l'ai pas fait ? Et si tu le fais pas maintenant peut-être que quelqu'un le fera avant toi, et en plus de ça tu auras des regrets et je pense que mieux vaut avoir des remords que des regrets. C'est bête hein mais vraiment mieux vaut avoir des remords que des regrets.

Et après il y a quelque chose qui m'a beaucoup inspiré personnellement et j'en parle très peu souvent, il y a une chaîne youtube qui s'appelle la Yes Theory Family, et en fait c'est 4 gars qui ont une vision de la vie qui m'a transcendé pour être honnête parce qu'ils ont peur de rien. Donc c'est des personnes qui vont se lancer des défis mais complètement loufoque, complètement décalé etc et qui essaient de faire passer le message « faut pas avoir peur du regard des gens ». Et je pense que la première peur de l'entrepreneur c'est d'avoir peur du regard des gens. Il ose pas se lancer parce qu'il ne sait pas ce qu'on va penser de lui. Et en plus en France on a un rapport à l'échec qui est horrible tu vois alors, que aux États-Unis ton premier succès c'est ton échec. Et à partir de ce moment là où t'as une mentalité qui est celle-ci, genre un échec c'est un échec, tu peux pas avancer positivement.

En fait c'est vrai que j'ai pas mal d'inspiration, comme le dirait une Youtubeuse, le positif attire le positif. Donc si t'es dans une posture où tu te dis « j'ose pas me lancer j'ai peur etc », jamais tu ressortiras du positif de tes actions, et jamais t'iras encore plus loin.

Et pour revenir sur la chaîne Yes Family, c'est un truc qui m'a fait me dire « ben alors si eux ils sont capables de sauter en parachute en ayant peur du vide et de danser en caleçon au milieu de Montréal, pourquoi moi je peux pas juste essayer de monter ma boîte ? ». Et ça c'est un truc où tu prends confiance en toi, de qui tu es réellement et de ce que t'as envie et tu te libères du jugement et du regard des autres personnes. Et du coup au pire tu te crashes, mais dans tous les cas tu te crasheras dans d'autres domaines dans ta vie.

Bon maintenant c'est vrai que l'entrepreneuriat commence à être démocratisé, mais c'est vrai que je n'étais pas encore la profession la plus répandue, ce n'est pas la profession de la sécurité voilà tout ça c'est vrai. Mais de toute façon sur plein d'autres choses, que ce soit l'amour, la famille, et les amis il y a plein de choses où tu feras des énormes boulettes, il y aura un impact énorme donc autant essayer d'avoir un impact avec ce que tu veux vraiment faire. Et si tu te crashes ben tu te crashes tu te crashes, et tu réessayes si t'as envie mais au moins tu auras déjà mis un pied dedans. Une fois que tu as mis un pied dedans en général je pense que c'est difficile d'en sortir.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Quentin : tu parlais juste avant d'une montée en compétences grâce au développement du projet, est-ce que tu peux me donner quelques exemples ?

PQ-PP1 : je sais pas si par exemple t'as un projet qui s'adresse au personnel hospitalier, ben tu vas aller interroger le personnel hospitalier, tu vas prendre des infos et tu vas te rendre compte petit à petit en discutant avec les gens que peut-être c'est pas eux qui sont les premiers impactés par le problème que tu vises, et tu vas commencer à interroger d'autres qui seront peut-être beaucoup plus impactés par ça donc en fait t'as été voir quelqu'un, t'as eu des retours, t'as reculé, t'as réfléchi t'as synthétisé etc. Et en petit à petit tu gagnes en connaissances par rapport à ce que tu recherches, tu trouves les infos par rapport à tes questions et du coup ta boîte elle se concrétise. Et peut-être qu'à un moment donné tu vas complètement changer ton produit où ton projet. Et là ça revient à la logique d'aller voir le client, d'aller voir les prospects, les partenaires etc.

Quentin : est-ce que cette logique d'aller voir le terrain c'est inné chez toi, ou est-ce que tu l'as développé ?

PQ-PP1 : le premier projet que j'avais c'était en ligne donc rien à voir, mais je savais qu'il fallait le faire, qu'il faut aller interroger les gens dans le sens où tu sais que c'est en confrontant tes idées aux personnes que tu vas avancer. Mais c'est pas évident au début, c'est pas évident parce que t'as une part d'appréhension, tu sais pas comment t'y prendre mais il n'y a pas de bonne manière. Faut poser des questions, faut discuter avec les gens c'est ça qui est formidable c'est ça qui te permettra d'avancer. Parce que tu trouveras jamais ta solution comme ça, enfin le nombre de prospects que je suis allée voir pour pouvoir avancer sur le projet, enfin j'ai fait que ça quasiment. Et en fait t'es obligé parce que si tu pars avec un postulat et que tu l'as pas testé auprès des gens ben tu fonces dans le mur.

Quentin : et ça c'est quelque chose que tu as compris dès le début ?

PQ-PP1 : oui je pense que c'est assez clair dès le début qu'une aventure entrepreneuriale même si c'est toi qui la réalise, ben tu le fais pour des gens, tu le fais pour d'autres personnes. Donc à

partir de là si tu prends que ta personne en compte, mais pourquoi tu fais ça ? C'est pas une aventure entrepreneuriale c'est un passe-temps quoi.

Quentin : j'aimerais bien parler un petit peu de de ton équipe, tu m'as dit tu m'as dit tout à l'heure que tu n'envisageais pas le fait de développer un projet seule, pourquoi ?

PQ-PP1 : déjà on va pas se mentir c'est les montagnes russes entrepreneuriat, tu vas avoir des pics d'émotion mais extrême, parce que tu vas être dans notre situation mais génial et tu vas avoir des moments où tu vas te dire mais pourquoi je me lance là-dedans ? Enfin si tu veux te lancer seul je pense que déjà faut avoir une très grande confiance en toi et faut aussi être sûr que tu vas pas te planter, parce que si tu te plantes seul t'en assumes aussi toutes les conséquences. Donc voilà pour entreprendre seul faut avoir une grande confiance en toi, faut être sûr d'aller au bout et de ne pas lâcher au milieu parce que sinon ça n'aurait servi à rien.

Et au final pour moi monter une boîte c'est comme quand tu vas voir des prospects. Ton cofondateur il sera jamais 100% d'accord avec toi et tant mieux parce que si tu trouves quelqu'un qui est aligné sur ta vision à 100% ça n'a aucun intérêt. Avec \*nom du coéquipier\* on est de deux mondes opposés, il vient de l'Aveyron il a fait des études dans le sport et il est rentré dans la boulangerie de son père alors que moi je sors de l'école. Lui il a 29 ans, pendant 4 ans il a remonté la boîte qui avait coulé de son grand-père, il a ouvert 2 autres boulangeries moi je sors d'un stage de 4 mois dans les éditions quoi. Donc à un moment donné on s'apporte énormément parce que moi j'ai le côté beaucoup plus théorique, je suis habituée à faire des dossiers je réfléchis, j'ai une logique, et lui il est sur le terrain et il m'apprend énormément et je lui apprends énormément, et je pense que tu as besoin d'avoir quelqu'un comme ça parce que ça permet de se confronter aussi les idées, et sinon encore une fois tu fonces dans le mur.

Quentin : quelles seraient les principales compétences de \*nom du coéquipier\*?

PQ-PP1 : déjà l'optimisme, c'est hyper important parce que il est beaucoup plus optimiste que moi. Je suis une personne qui prend beaucoup de pincettes, donc voilà c'est ce que je te disais tout à l'heure t'as des moments où t'as l'impression que tout va bien, et juste après t'as une grosse déception. Et en général dans ce genre de moment je suis assez down, et même si tu veux remonter c'est difficile. Et \*nom du coéquipier\* il a ce côté euh « okay vas-y on avance »

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

et c'est un moteur. Alors c'est pas toujours facile, c'est pas l'entente parfaite, je pense que c'est comme un couple d'amis, c'est comme un couple tout court, ça peut pas être sur la même longueur d'onde tout le temps et c'est important tant que ça reste dans le respect c'est important. Et justement il est très bon pour communiquer, pour faire confiance. Voilà il y a une différence entre lui et moi, c'est que lui il a monté sa boîte pendant 4 ans, il a dirigé des équipes etc et il a une certaine agilité que je n'ai pas, et il a une confiance en soi aussi que j'ai pas forcément. Et il sait me dire « tu peux le faire » alors qu'il y a des trucs au début je lui disais « c'est toi qui les gères, impossible que ça soit moi ». Et ça c'est important, il faut avoir quelqu'un qui te complète mais il faut aussi avoir quelqu'un qui te qui te pousse et mutuellement.

Quentin : et quelles sont les limites de l'équipe constituée ?

PQ-PP1 : Ah bah des fois ça pète hein, c'est une des principales limites. T'as 2 gros caractères, parce que les entrepreneurs en général ils ont des têtes comme ça, il y en a beaucoup qui pensent qu'ils sont les meilleurs du monde, même pas volontairement mais juste voilà qui sont corps et âme dans leur projet et qui pense plus qu'à ça etc et qui pensent tout savoir. Donc encore une fois l'importance de prendre du recul et de parler aux gens.

Donc voilà les complications d'un duo ça peut être le caractère, parce qu'en général les deux pensent avoir la bonne vision par rapport à la boîte. Nous on est à 50/50, on est égaux et des fois on va avoir des manières différentes de voir les choses. Et pour ça il est très cool parce que il se prend pas la tête, genre sait lâcher quand y'a besoin de lâcher et vice-versa.

Après en limites ça peut aussi être que même si ta vision primordiale c'est d'amener ta boîte le plus loin possible est commune, ben les manières de faire ben des fois elles sont pas communes. Et c'est hyper important d'en discuter parce que tu peux avoir des propositions de partenariat qui vont te faire par exemple gagner énormément d'argent mais vont changer l'image de ta marque. Et là t'en as un qui va dire oui, et l'autre qui va dire non, et là faut discuter. La clé pour moi c'est la communication, la communication et le respect, sans ça t'as pas de binôme. Si t'as pas ça t'as un stagiaire en fait, c'est horrible mais c'est vrai, ça veut dire que t'as quelqu'un qui travaille pour toi, tu vas délégué alors que là on parle pas de délégué on parle de co-construire.

Quentin : est-ce que tu as l'impression que l'équipe est au complet ?

PQ-PP1 : ouais on n'a pas besoin d'un autre cofondateur parce que parce qu'on a réussi à aller jusqu'ici, par contre en termes de force de travail on a besoin d'autres, parce qu'on est 2 à tout géré. Donc c'est le développement du produit, c'est la récupération du pain qui nous prend énormément de temps, c'est la commercialisation, c'est la communication, c'est les prospects, c'est les projets annexes parce que t'en as 40 qui arrivent, qui partent, qui arrivent... Donc c'est dur de tout gérer, c'est très dur surtout en ce moment où tu essayes d'avancer mais tu peux pas avancer au rythme que tu voudrais, on est tous les 2 conscients, on a besoin de quelqu'un qui va nous aider par rapport au pain et de quelqu'un qui va nous aider en communication, en business development en tout cas.

Quentin : et à ce niveau, vous avez des perspectives ?

PQ-PP1 : ouais on en a plein ! Ben déjà passer à 6000 litres c'est une perspective assez importante pour nous, on ferait du fois 4. Après on veut en fait travailler avec les meilleures boulangeries de Paris parce qu'on a un produit anti gaspi mais aussi un produit où vraiment on met la qualité en avant puisqu'on bosse avec les meilleurs ouvriers de France, des boulangeries médaillées. Donc voilà on veut continuer à proposer des solutions à Paris et on veut se développer dans d'autres villes pour montrer qu'il existe des alternatives durables à des boulangers d'autres régions qui peut-être ne connaissent pas ça. Donc voilà on veut s'étendre dans d'autres villes puis forcément dans d'autres pays, et s'attaquer à d'autres produits en boulangerie parce qu'aujourd'hui on récupère 2 types de farine pour faire la seule blonde qu'on a aujourd'hui. Aujourd'hui on a qu'une bière, et ça sera possible en récupérant d'autres types de pain, et d'autres produits sucrés.

Quentin : est-ce que vous vous faites accompagnés dans le développement de votre projet ?

PQ-PP1 : oui c'est hyper important. On se fait accompagné par plusieurs trucs, déjà on s'est fait accompagner dans le Master, forcément, en parallèle on est l'ESSEC dans 2 incubateurs donc ESSEC Ventuire et l'incubateur social de l'ESSEC qui lui est ouvert à tous les porteurs de projets qui ne sont pas de l'ESSEC, et qui s'appelle Entropia. Et ça c'est super important, c'est

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

beaucoup de visio, c'est beaucoup de rencontres c'est hyper important. Et je suis accompagnée aussi par, et je pense que c'est le truc le plus important à mes yeux aujourd'hui, le programme Live For Good, donc c'est Entrepreneur for Good le nom de la promo. Donc on est 70 entrepreneurs à impact social et environnemental, et c'est une mine d'or. C'est-à-dire qu'on a chacun un coach, par exemple moi ma coach c'est l'ancienne directrice merchandising de la Fnac, donc hyper important étant donné mon projet. Et ça c'est vraiment hyper important d'être accompagné par quelqu'un qui a bossé sur les problématiques qui sont essentielles dans ton business nous la logistique et le merchandising voilà 2 point hyper importants. Ah et d'ailleurs on est aussi accompagné par le Pépète. Bon voilà on se comprend.... Moi les 2 choses que je retiens c'est Entropia et Live for Good.

Mais Live for Good c'est clairement au-dessus, parce que t'as des groupes qui se créent, enfin je vais te montrer qu'on a un truc qui s'appelle Rocket chat et en gros ça me permet de communiquer, et on a plein de canaux différents par rapport aux thématiques et tout le monde apporte à tout le monde ! Et du coup quand on a besoin de soutien, bon là pour le coup pour la campagne n'a pas trop marché, mais quand on a besoin de soutien sur des concours, quand on a besoin de visibilité quand on a besoin de contact quand on a besoin de truc en RH ou quoi on se parle entre nous. Et surtout à chaque fois t'as un admin qui va faire un atelier, donc là il y en a un qui a dit qu'il voulait avoir des alternants, il y a eu un truc qui a été organisé dans la promo 2020 pour te chercher des alternants, etc.

Ils sont hyper actifs, en fait il y a des admins sur tous les canaux, sauf sur le canal entre toi et ton coach qui est lui privé pour le coup. Et du coup par ben y'a les étudiants qui partagent leurs besoins, les admins prennent tout ça en compte et après ils mettent des ateliers. Mais c'est super rapide quoi, en une semaine c'est fait.

Quentin : comment est-ce que vous avez réussi à créer cette synergie entre vous ? Parce que finalement ce qu'on remarque c'est que la plupart du temps on veut pas parler de son projet parce qu'on a peur qu'on nous le prenne. Comment est-ce qu'on arrive finalement à créer des synergies aussi rapidement ?

PQ-PP1 : ça c'est pas un entrepreneur, désolé hein mais quelqu'un qui parle pas de son projet il est égoïste. Je pars de ce principe là parce que après je suis dans la promo Live For Good, mais si tu fais ta boîte et que t'as peur qu'on prenne ton idée et que tu bosses dans ton coin pour juste



être fameux, quel est l'intérêt ? Si tu développes quelque chose c'est pour apprendre au contact des gens, c'est pour avoir des ressentis des idées sur ce que tu fais. Enfin moi si j'avais pas parlé de mon projet aux gens, jamais j'en serais là. Quand on m'a contacté sur LinkedIn en me disant « j'ai des questions à te poser par rapport à ton business model et tout » alors ok il y a des trucs que tu vas pas à donner, tu vas connaître toutes les infos financières etc et c'est normal mais si tu commences à avoir peur à chaque réponse, à quel moment tu veux avancer ? Tu te mets toi-même des freins donc pour moi tu peux pas créer si tu parles pas aux gens, et les gens qui se comportent de cette manière ils vont pas avancer ils vont reculer. Ils sont tout seul comment tu vas avancer si t'es tout seul, si t'es pas aidé, si t'as aucune aide extérieure.

Quentin : quel est le conseil que tu pourrais leur donner à ces étudiants ?

PQ-PP1 : fonce, parles-en ! Sans dévoiler ton business model forcément, mais parle de ton projet, écoute ce que les gens disent, va parler aux personnes qui sont concernées, elles vont te rediriger, tu vas rebondir, tu vas avoir des contacts, donc c'est comme ça que t'avances. Si t'es juste bloqué sur ton idée de base, ben t'es pas en train d'entreprendre là, t'es en train d'idéaliser ton utopie. T'es juste en train de te dire je vais faire ça alors que tu ne te sers pas de ce qu'il y a à ta disposition. Le but d'un entrepreneur c'est d'être polyvalent, c'est d'apprendre et aussi de faire apprendre. Donc moi ce qui m'importe le plus c'est de parler aux gens d'une manière générale, quand tu parles avec des entrepreneurs t'as une synergie encore plus importante parce que tout le monde sait ce que c'est que d'entreprendre, tout le monde est confronté à ça et tout le monde va être genre complètement dédié à t'aider et dévoué à ça. Enfin dans ma promo il y a un admin qui est intervenant à la Sorbonne en cours entrepreneuriat, il a proposé à des étudiants d'intervenir dans son cours, donc j'en fais partie, où les étudiants peuvent bosser sur une de tes problématiques. Mais si tu arrives là-bas et que tu leur dis ça c'est ma problématique mais je vous donne aucune info pour vous permettre de la résoudre et juste débrouillez-vous avec ce que vous avez sur internet, ben c'est pareil c'est pas entreprendre. Tu vas là-bas, tu leur donnes ton business model, tu leur donnes tes matrix tu leur donnes tout. Alors ok il y a des trucs que tu peux cacher encore une fois parce que c'est normal, il y a une certaine part de confidentialité mais t'es obligé de communiquer. Et si t'as peur que quelqu'un vienne semer ton chemin d'embuche, alors n'entreprends pas, parce que c'est que t'as pas confiance en toi et que t'as pas confiance en tes idées. Parce que si tu crois en ton idée tu iras jusqu'au bout.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Annexe 4 : Observation directe au sein du PROG-ACC-N°1, atelier pitch training du 07/01/21

L'atelier pitch training du 07 janvier 2021 est présenté par \*nom du coach\*. L'intention est de permettre aux étudiants de constituer un pitch deck d'environ 1 minute, en utilisant la technique de la princesse, du dragon, du chevalier et du héros.

4 équipes sont présentes :

- \*équipe 1\*
- \*équipe 2\*
- \*équipe 3\*
- \*équipe 4\*

Après une rapide explication de la méthodologie, \*nom du coach\* envoie les étudiants en salle virtuelle pendant 20 minutes pour qu'ils construisent leur pitch. Le chercheur n'intervient pas dans les salles pour ne pas interférer les échanges (d'après les expériences en amont).

Après ce temps de préparation, les étudiants reviennent en salle principale. \*nom du coach\* demande qui veut débiter ; de longues secondes où chaque étudiant se regarde d'une manière bienveillante sans que personne n'ose débiter.

**\*Nom de l'étudiant\* prend finalement les devants :**

Impressions personnelles	Remarques sur les feedbacks des étudiants	Remarques sur les feedbacks de *nom du coach*	Réaction de l'équipe	Attitude des autres étudiants quant aux feedbacks
<p>La méthodologie est bien respectée, le déroulé est plutôt clair. Une difficile transition vers le chevalier et le héros.</p> <p>A l'aise à l'oral, pitch fluide et assez décontracté ; pas d'impression de réciter un texte.</p>	<p>Les feedbacks des étudiants arrivent facilement : le pitch était plutôt bien réalisé, donc la discussion s'installe rapidement. Les étudiants donnent des feedbacks positifs et négatifs d'une manière concrètes : on sent qu'ils ne sont pas obligés de donner des feedbacks, ils le font par eux-mêmes et par envie.</p>	<p>*nom du coach* facilite les échanges : un sentiment d'horizontalité est perçu avec les autres étudiants. Et rebondi et donne plusieurs axes d'améliorations en lien avec les commentaires des étudiants.</p>	<p>*équipe 1* semble comprendre les remarques, mais sont davantage axés sur une justification de leurs choix que sur une logique d'amélioration continue.</p>	<p>Les étudiants sont dans l'ensemble attentifs aux remarques : certains prennent des notes (notamment *équipe 2*) et modifient en simultané leur pitch. Cela n'altère en rien la qualité des échanges, tout le monde est impliqué.</p> <p>L'équipe de Blue Eyes participe activement aux échanges, mais ne semblent pas adapter en même temps leur pitch.</p>

**\*équipe 4\* prend le relais :**

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Impressions personnelles	Remarques sur les feedbacks des étudiants	Remarques sur les feedbacks de *nom du coach*	Réaction de l'équipe	Attitude des autres étudiants quant aux feedbacks
<p>La structure de la méthode est respectée, presque trop académique : *équipe 4* n'est pas à l'aise et lit son texte. Le pitch perd en efficacité, et les liens ne sont pas visibles.</p>	<p>Le pitch étant de moins bonne qualité que le précédent, les feedbacks ont plus de mal à arriver. Après quelques secondes et des remarques « polies », les vrais commentaires arrivent. Ces derniers proposent des axes d'amélioration concret : « on ne comprend pas le lien avec le projet », « ça se voit trop que tu lis », ... On sent une facilité de la part des étudiants à communiquer ce genre de retour, qui de prime abord sont difficiles à formuler.</p>	<p>*nom du coach* garde la même posture horizontale et booste les échanges. Ses feedbacks sont très pertinents, et il n'hésite pas à « rentrer dedans ». Une proximité réelle est à noter.</p>	<p>*équipe 4* est ouvert aux feedbacks. Au vu du nombre de ces derniers, ils réexpliquent leur projet ; leur explication est largement plus claire que leur pitch. Peut-être du fait que le caractère académique de l'exercice ne soit plus présent ; tous deux sont décontractés et donnent des éléments de compréhension concret.</p>	<p>De même, les étudiants participent activement aux échanges. Moins de prise de note, et moins de travail en simultané.</p> <p>*équipe 3* participe bien aux échanges en enchérissant sur les commentaires de *nom du coach*. La logique horizontale est respectée.</p> <p>*équipe 1* ne réagit pas.</p>

**\*équipe 3\* enchaîne :**

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Impressions personnelles	Remarques sur les feedbacks des étudiants	Remarques sur les feedbacks de *nom du coach*	Réaction de l'équipe	Attitude des autres étudiants quant aux feedbacks
<p>Le pitch est très peu audible ; les parties semblent toutefois être respectées. *équipe 3* est plutôt à l'aise dans son pitch, en lisant quelque peu ses notes.</p>	<p>Le pitch étant peu audible, les commentaires mettent du temps avant d'arriver. Une fois de plus, ce sont des commentaires « polis » qui arrivent au début, mais aucun feedback plus constructif n'est réellement proposé.</p>	<p>*nom du coach* prend les devants et souligne - avec la forme- que le pitch n'était pas audible. Il propose d'une manière implicite que les 2 collègues s'occupent du pitch.</p> <p>Il arrive toutefois à proposer des axes d'amélioration quant au fond, en aidant les étudiants à travailler sur leur proposition de valeur, mal exprimée dans la présentation.</p>	<p>L'équipe semble comprendre les retours, et les 3 étudiants réagissent. Ils ne cherchent pas à justifier leurs choix, et sont vraiment dans l'écoute des commentaires de *nom du coach*.</p>	<p>Peu de retours constructifs avant que *nom du coach* ne prenne la parole. Dès lors, quelques axes d'amélioration mais les étudiants sont moins concernés.</p> <p>*équipe 1* n'interagit toujours pas, caméras coupées.</p>

**\*équipe 2\* clôture :**

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Impressions personnelles	Remarques sur les feedbacks des étudiants	Remarques sur les feedbacks de *nom du coach*	Réaction de l'équipe	Attitude des autres étudiants quant aux feedbacks
Le pitch est dans l'ensemble bien réalisé, mais difficile transition vers le chevalier ; proposition de valeur confuse (propose différents éléments sur un même pitch).	Les feedbacks arrivent rapidement (*équipe 4*, *équipe 3*). De même, des bonnes propositions et une implication certaine des étudiants dans les échanges.	Toujours la même posture de la part de *nom du coach*; horizontale pour faciliter les échanges, et des retours très pertinents.	*équipe 2* est vraiment ouverte aux feedbacks, mais a toujours la même difficulté : présenter succinctement ce qu'est un vélo mobile. Le passif d'ingénieur l'empêche peut-être de partager des éléments audibles à tous. Les feedbacks vont en ce sens.	Tous attentifs, prise de note et modification des pitches. Sauf *équipe 1*

\*nom du coach\* propose de faire un deuxième tour de pitch en fonction des feedbacks. Au vue du temps restant, seul \*nom du coach\* donne des feedbacks ; voici les observations :

Équipe	Observations
*nom projet 1*	C'est *équipe 1* qui prend la parole ; la structure du pitch est totalement modifiée, ce qui témoigne d'une bonne prise en compte des feedbacks. Le pitch est pertinent et audible, avec une plus forte personnalisation de la princesse. *équipe 1* est à l'aise à l'oral, même si le pitch est encore trop académique. Quelques améliorations encore au niveau de la proposition de valeur (peut-être trop confuse encore). *équipe 1* répond aux feedbacks de *nom du coach*, et semble quelque peu monopoliser la parole. Les membres ne participent pas aux échanges concernant les autres projets, mais exploitent significativement le temps qui leur est accordé.
*nom projet 2*	*équipe 4* prend le relais sur *équipe 3*. Le plan a été modifié, le pitch est beaucoup plus pertinent. Le déroulé est bien respecté. *équipe 4* est à l'aise à l'oral, un membre lit un peu son texte mais l'ensemble reste cohérent et audible. Bonne analyse des feedbacks du premier tour.
*nom projet 3*	*équipe 3* refait le pitch (surprenant au vu des feedbacks de *nom du coach*; les 2 autres étudiants sont-ils davantage là en soutien ?). Le pitch n'a pas beaucoup évolué en termes de structure, bien que *équipe 3* ait fait un gros effort dans la diction.
*nom projet 4*	La structure du pitch de *équipe 2* ne change pas énormément, mais il a fait le tri dans la proposition de valeur. Le discours gagne en pertinence et cohérence ; bonne analyse des feedbacks du premier tour.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Dans l'ensemble, voici les principales observations concernant la séance :

- L'implication des étudiants lors des échanges est notable
  - Tous (sauf \*équipe 1\*) participent activement ; il y a autant de prise de parole lorsqu'il s'agit du projet de l'étudiant ou d'un autre
  - Les feedbacks sont de très bonne qualité, on sent qu'il n'y a pas d'obligation à les délivrer, et que les étudiants le font d'eux-mêmes
- \*nom du coach\* facilite les échanges
  - Hormis la qualité des feedbacks proposés, \*nom du coach\* fait en sorte qu'une horizontalité soit présente lors de la séance, afin d'éviter l'autocensure au niveau des feedbacks
  - Une très grande proximité avec les étudiants, mais gardant une réelle posture professionnelle ; du respect dans les échanges, \*nom du coach\* et les étudiants ne font pas non plus « copain/copain »
- Des passagers clandestins ?
  - \*équipe 1\* témoigne d'un désintérêt lorsqu'on ne parle pas de leur projet
  - Ils semblent davantage être à la recherche d'un accompagnement individuel que de participer collectivement à la création de contenu
  - Peut-être ne font-ils pas le lien entre les feedbacks proposés aux autres projets et leur projet

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

## Annexe 5 : Observation participante au sein du PROG-ACC-N°4, 4<sup>ème</sup> cours du 04/12/20

Le 4<sup>ème</sup> cours projet à l'attention des bachelors se déroule le 4 décembre 2020 de 9h à 11h par visio. 13 étudiants sur 17 sont présents ; les absents sont toujours les étudiants \*nom projet 1\*.

Une semaine avant le cours, nous avons envoyé un mail aux étudiants les prévenant que la session sera consacrée à des présentations afin de préparer la soutenance. Le mail laissait la place à l'échange, afin nous puissions valider les outils mobilisés par les étudiants dans le but de les mobiliser avec efficacité dans leur présentation. Aucun étudiant n'a répondu au mail.

En début de session, nous soulignons donc la non-réponse des étudiants, et mentionnons que les présentations seront notées.

Dans l'ensemble, les étudiants semblent surpris et quelque peu paniqués. Ils seront envoyés en salle virtuelle durant 50 minutes afin qu'ils préparent ensemble la présentation à proposer lors de la 2<sup>ème</sup> heure.

Ce délai ne permettait pas aux étudiants d'alimenter les outils vus pendant le cours ; il était donc nécessaire qu'ils les aient terminés en amont.

Nous demandons si les étudiants ont des questions concernant les présentations : aucune réponse (pas même au niveau du format de la présentation, ni du temps disponible pour la réaliser).

Les étudiants sont envoyés en salle virtuelle à 10h10. Nous passons une fois dans chaque groupe pour s'assurer que tout se passe bien. Quelques questions sont alors posées sur la structure de la soutenance, et notamment au niveau de l'ordre dans lequel les outils doivent être présentés ; nous avons l'impression que les étudiants utilisent des outils car on le leur demande, mais ne se les approprient pas, ce pourquoi la question concernant l'ordre de ces derniers est posée.

A 11h, les étudiants reviennent en salle principale. Le projet \*nom projet 2\* se propose de démarrer les présentations.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.



Se pose alors la question du temps disponible pour la soutenance. Nous renvoyons la question à tous les étudiants ; les réponses oscillent entre 5 et 20 minutes. Nous faisons un partage d'écran sur les modalités d'évaluation des projets sur lesquelles sont mentionnées les 10 minutes accordées. Ces modalités ont été transmises aux étudiants une semaine en amont.

Suite à cette découverte, l'ensemble des étudiants est surpris. Nous voyons que la plupart des étudiants essaient de retravailler leur présentation ; dans un souci d'équité, nous demandons aux étudiants de nous les envoyer par mail.

\*nom projet 2\* débute, voici les observations :

- Les étudiants commencent par présenter le plan, ce qui prend au moins 45 secondes ; de plus, ils ne disent rien de plus par rapport à ce qui est marqué sur le PowerPoint
- Ils enchainent sur le PESTEL :
  - \*nom de l'étudiant\* garde la parole, en expliquant qui va présenter quoi parmi les 6 dimensions de l'outil
  - Les 6 dimensions sont présentées ; les éléments proposés sont concordants avec le projet, mais aucun chiffre n'est proposé ; de même, la plupart des dimensions de l'outil n'a pas d'impact sur le projet mais sont tout de même présentés.
  - \*noms des étudiants\* qui présentent l'outils ne parlent pas de signaux faibles ni de tendances lourdes, pourtant demandés dans le cadre du cours
  - Ils ne parviennent pas à synthétiser les éléments de l'outil ; l'impression est que ce dernier ne sert à rien dans la configuration du projet, ils ne prennent pas en considération les facteurs énoncés
  - La présentation du PESTEL prend 3'30
- Ils poursuivent avec le SWOT :
  - Les éléments sont concordants, mais toujours pas de chiffres présentés
  - L'outil semble une fois de plus être présenté par défaut ; au-delà du fait qu'il n'est pas censé être présenté à ce moment de la présentation, une fois de plus il n'y a pas de lien entre les variables de l'outil et le projet

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- Ils continuent avec PORTER :
  - Seulement quelques éléments présentés, avant que le timing soit écoulé

L'équipe admet qu'il manque les 2/3 de la présentation, et qu'ils ont mal géré leur temps. Nous donnons des feedbacks sur le manque de chiffres et de lien avec leur projet ; les étudiants ne semblent pas réellement comprendre ces retours.

L'équipe de \*nom équipe 3\* prend la suite des présentations. Voici les observations :

- Les étudiants débutent par présenter la mission, vision et valeurs de l'entreprise, élément positif. Quelques retouches sont encore à faire mais l'intention est là
- Ils enchainent avec le PESTEL
  - Ils présentant quelques éléments d'une manière concise, qui s'apparentent à des signaux faibles ; toutefois le terme n'est pas utilisé
  - De même, pas d'élément concernant les tendances lourdes
  - Pas de chiffres
  - Aucun lien n'est proposé entre l'outil et le projet
- Ils partagent par la suite PORTER
  - L'outil ne semble pas avoir été compris
  - Pas de lien avec le projet
  - Pas de synthèse concernant les apprentissages liés à l'outil
  - Pas de chiffres
- Ils parlent du SWOT
  - Les éléments proposés sont concordants, mais pas de chiffres
  - Les éléments proposés reposent davantage sur des hypothèses que des données factuelles
- La présentation des 3 outils prend 5 minutes, puis ils enchainent avec le mapping concurrentiel :
  - Il est cohérent, mais il n'y a pas d'explication concernant le choix des variables
  - De même, il repose sur des hypothèses
- Ils poursuivent avec le marketing mix :
  - Trois offres différentes sont proposées, avec 1 marketing mix par offre

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- On ne comprend pas d'où sortent les informations, puisqu'aucune EDM n'a été faite
- Les étudiants restent sur des hypothèses
- Ils concluent en présentant leur intention quant au développement de leur projet
  - Débuter par une feuille Excel pour tester leur offre
  - Cela s'apparente à un MVP, sans donner le terme

La structure de la présentation est concordante avec les attentes du cours, et le timing est respecté. Toutefois, la principale problématique se porte au niveau des hypothèses : aucune d'entre-elles n'est vérifiée, l'équipe n'a pas fait d'EDM. Nous soulignons ce point, en mentionnant que l'EDM est au centre des projets, et que sans elle, il est impossible de construire une offre. Nous rappelons par ailleurs que l'EDM concentre la plus grosse partie de la notation.

L'équipe \*nom équipe 1\* prend le relais. Voici les observations :

- L'équipe débute par quelques éléments de contexte, pourquoi pas
- Ils enchainent sur le PESTEL
  - Les éléments proposés sont peu compréhensibles, la présentation part dans tous les sens
  - Nous remarquons que \*nom de l'étudiant\*, bien qu'avec sa caméra coupée, lit son texte et rend peu compréhensibles les informations partagées
- Ils poursuivent avec l'EDM
  - La présentation part une fois de plus dans tous les sens, alliant une EDM avec une stratégie de développement sur le long terme sans expliquer les liens
  - L'EDM quantitative réalisée par les étudiants permet de dégager seulement 2 statistiques qui ne sont pas mises en lien avec le projet
  - La cible proposée est celle des 20/40 ans soucieuse de l'environnement
- Ils enchainent avec le SWOT
  - De même, trop d'éléments sont proposés sans mentionner de lien
  - Les éléments inhérents au SWOT ne semblent pas pertinents (entreprise jeune dans les forces, sans aller plus loin dans l'explication)

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

- Nous nous posons la question de l'intérêt du SWOT ; l'impression est qu'il ne sert à rien pour le projet
- Le timing se termine, les étudiants avaient encore 3 slides à présenter

Nous partageons avec l'équipe nos feedbacks. Premièrement, il s'agit de la seule équipe à avoir réalisé une EDM, donc positif. Toutefois, attention à bien présenter la cible, qui pour le moment est trop large. Par ailleurs, la présentation est confuse ; l'impression est que les étudiants savent dans les grandes lignes ce qu'ils souhaitent proposer, mais n'arrivent pas encore à le partager. Ici encore, les outils sont utilisés par défaut, et ne semblent pas leur donner de pistes de réflexion quant au développement de leur projet.

L'équipe de \*nom équipe 4\* termine les présentations. Voici les observations :

- Aucune caméra d'allumée, et comme d'habitude une seule étudiante prend la parole
- Les éléments partagés durant les 5 premières minutes sont relatifs à ce qu'est le projet, en reprenant les arguments des ex-2A
- Les phrases se construisent comme suit : « on va faire .... » ; mais on ne sait pas ce que les étudiantes font réellement depuis septembre
- Elles soulignent toutefois avoir contacté une nouvelle école, mais sans en dire plus
- Elles mobilisent un SWOT et un PESTEL avec des informations éloignées de la réalité des choses

Nous coupons la présentation lorsque nous nous rendons compte que les étudiantes ont modifié leur présentation par rapport à la version envoyée à la fin du temps de préparation. Nous rappelons à ce titre que l'objectif des présentations des autres étudiants est d'écouter afin d'améliorer la sienne, et non pas de travailler en parallèle.

Les feedbacks proposés sont les mêmes depuis septembre. Les étudiantes ne témoignent pas d'un grand intérêt à leurs égards.

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.

Impressions générales de la séance :

- Les étudiants ont fourni un effort afin d'intégrer dans leur présentation les outils vus en cours
- Ils sont dans l'ensemble toujours demandeurs d'un cadre pour présenter leur projet ; ce cadre semble biaiser les informations proposées ne permettant pas de mettre en avant des liens
- Dans ce sens, aucun lien n'est présenté entre les outils et les projets ; l'impression générale est que les outils n'apportent rien dans les projets
- De même, les EDM ne sont pas effectuées : les étudiants demeurent être dans des hypothèses, et ne semblent pas vouloir aller vérifier la concordance de ces dernières avec la réalité du marché

Les influences perçues du collectif sur l'engagement entrepreneurial des étudiants. Une approche processuelle, dynamique et collective du champ de l'entrepreneuriat.