

- Morin Edgar, Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur, éditions du seuil, Paris 2000.
- Morin Edgar, Kern Brigitte, Terre partie, éditions du seuil, Paris, 1993.
- Prades J.A, L'ethnique de l'environnement et du développement, éditions presses universitaires de France, Paris, 1995.
- Paul A fortin, Devenez entrepreneur, préface de Claude Béland pour un Québec plus entrepreneurial, les éditions transcontinentales INC. 2<sup>ème</sup> édition, Canada (Québec) 1992.
- Pierre Jeanblanc, L'entrepreneur, chez Economica, 1991.
- Sauve Lucie, Sous la direction de, Education relative à l'environnement, éditions d'Hurtubise, Montréal, 2001.
- Sfez L. La Santé parfaite, Critique d'une nouvelle utopie, Paris, Seuil, 1995.
- Stephen Robbins, Timothy Judge, Comportements organisationnels, 12<sup>ème</sup> éditions, Pearson éducation, France, 2006.
- Theys Jacques, L'environnement à la recherche d'une définition, éditions IFEN, Paris, 1993.
- Tissier Bernard, Education formation environnement, éditions Economica, 1998.
- Thierry Verstraete, Alain Fayolle, Entrepreneurship theory and practice, 2004.
- Timmons J.A., New Venture Creation, Irwin – McGraw- Hill, 1994
- Viardot Eric, L'environnement dans l'entreprise, éditions l'Harmattan, Paris, 1997.
- Rix. R, Systèmes d'information et management des organisations, Ouilbert, Paris, 2004.
- YannickRumpala, Régulation publique et environnement. Questions écologiques, réponses économiques, Paris, L'Harmattan, 2003.
- Amit, R; Glosten, L; Mueller, E. "Lawrence Challenges to theory development in entrepreneurship research", Journal of Management studies, 1993.
- Brigitte Dumas et Carmen Gendron, Culture écologique : étude exploratoire de la participation de médias québécois à la construction de représentations sociales de problèmes écologiques, sociologie et sociétés, vol XXIII, n°1, printemps 1991.
- Debos Franck, L'intégration de la dimension éthique dans la stratégie de développement et de communication de l'entreprise: une nécessité dans contexte de mondialisations des échanges, CIFSIC, Bucarest, 2003.
- DEFIS, Entreprendre et réussir le 1<sup>er</sup> magazine de l'entreprise, mensuel n°155, septembre 1997.
- Hartwick J – M –, Intergenerational Equity and the Investing of rents from Exhaustible Ressources, The American Economic Review, vol.67, N°5, Nashville, Dec, 1977.
- Thierry Verstraete, Alain Fayolle, Les paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat, Montpellier; 2004.
- Millennium Ecosystem Assessment, ONU, Synthesis Report, mars 2005.
- Solow R. M., The Economics of Ressources or the Ressources of Economics, The American Economic Review, vol, 64 n° 2, Nashville, May 1977.
- Shane, S., Venkataraman, S, The Promise of entrepreneurship as a field of Research, Academy of Management Review, 2000.
- Serge Mongeau, La simplicité volontaire : plus que jamais, Montréal, Eco société, 1998.

**2. Revues, Articles, Thèses:**

qui l'identifie (l'identification peut renvoyer à la détection, à la construction ou à la combinaison des deux).

Force est de constater l'existence plus ou moins explicite de la notion de « nouveauté » qui peut être assimilée indéniablement comme le liant entre les paradigmes: nouvelle organisation, valeur nouvelle, opportunité non encore exploitée (donc nouvelle) et innovation.

### Conclusion

On constate que c'est à un champ paradigmatique évolutif. Et que Cette conception constructiviste de l'entrepreneuriat, qui est portée par les évolutions en manière de vision de la rationalité (Sarasvathy) et de cognition débouche sur de nouveaux questionnements, de nouvelles perspectives de recherche, d'accompagnement et de pédagogie.

Si cet écrit n'est pas le lieu d'une discussion approfondie, qu'il permette en tout cas de signaler combien sont nécessaires les initiatives qui conduisent à penser le champ de l'entrepreneuriat et les situations entrepreneuriales.

### Bibliographies

#### 1. Ouvrages:

- Albert Kalin (coordination éditoriale), l'art du management, village mondial, paris, 1997.
- Alain Touraine, La société postindustrielle. Naissance d'une société. Paris, Denoël, 1969.
- Alain Touraine, la voix et le regard, Paris, Editions du seuil, 1978.
- Boutaleb Kouider, Théorie de la décision, OPU, Alger 2006.
- Blanchet A, L'entretien dans les sciences sociales, Dunod, Paris, 1985.
- Bajoit Guy, Le changement social ; approche sociologique des occidentales contemporaines, éditions Armand Colin, Paris, 2003.

- Boy D. et Bourg D., Conférence de citoyens : mode d'emploi, Descartes et Cie/ Charles Léopold Mayer, Collection « techno Cité », Paris, 2005.
- Bairoch, Victoires et déboires 1, Histoire économique et sociale du monde du XV<sup>e</sup> siècle à nos jours, Paris, Gallimard, 1997.
- Chantal Bussenault, Martine Pretet, Economie et gestion de l'entreprise, 2<sup>ème</sup> édition, Unibert, Paris, 1999.
- Don Hellriegel, John Wslocum, Management des organisations, 2<sup>ème</sup> édition, De Boeck, Bruxelles, 2006.
- D'Humieres Patrick, Chuveau Alain, Sous la direction des pionniers de l'entreprise responsable, éditions d'organisation, Paris, 2001.
- Drucker Peter, les entrepreneurs, Hachette, Paris, 1985.
- Etchegoyen Alain, Le pouvoir des mots, éditions, Dunod, 1994.
- François Constantin (sous la direction de), Les bien public mondiaux : un mythe légitimateur pour l'action collective? Paris , L'Harmattan , 2002.
- Fernandez, Les nouveaux tableaux des managers, le projet décisionnel dans sa totalité, 3<sup>ème</sup> éditions, Edition organisation, Paris, 2003.
- Jacques Araszkievitz, et all, L'héritage d'une utopie, Edisud, Aix en provence, 2003.
- Jouvenel B., La Civilisation de puissance, Paris, Fayard, 1976.
- Kalaora Bernard, Theys Jacques, La Terre outragée, éditions Diderot, Paris, 1998.
- Laville Elisabeth, L'entreprise verte, éditions, village Mondial, Paris, 2002.
- Laville Elisabeth, L'entreprise verte, 2<sup>ème</sup> édition, village Mondial Pearson éducation, Paris, 2007.
- Michael E .porter, Competitive Strategy: Techniques for Analysing industries and Competitors, New York, the Free Press, 1980.

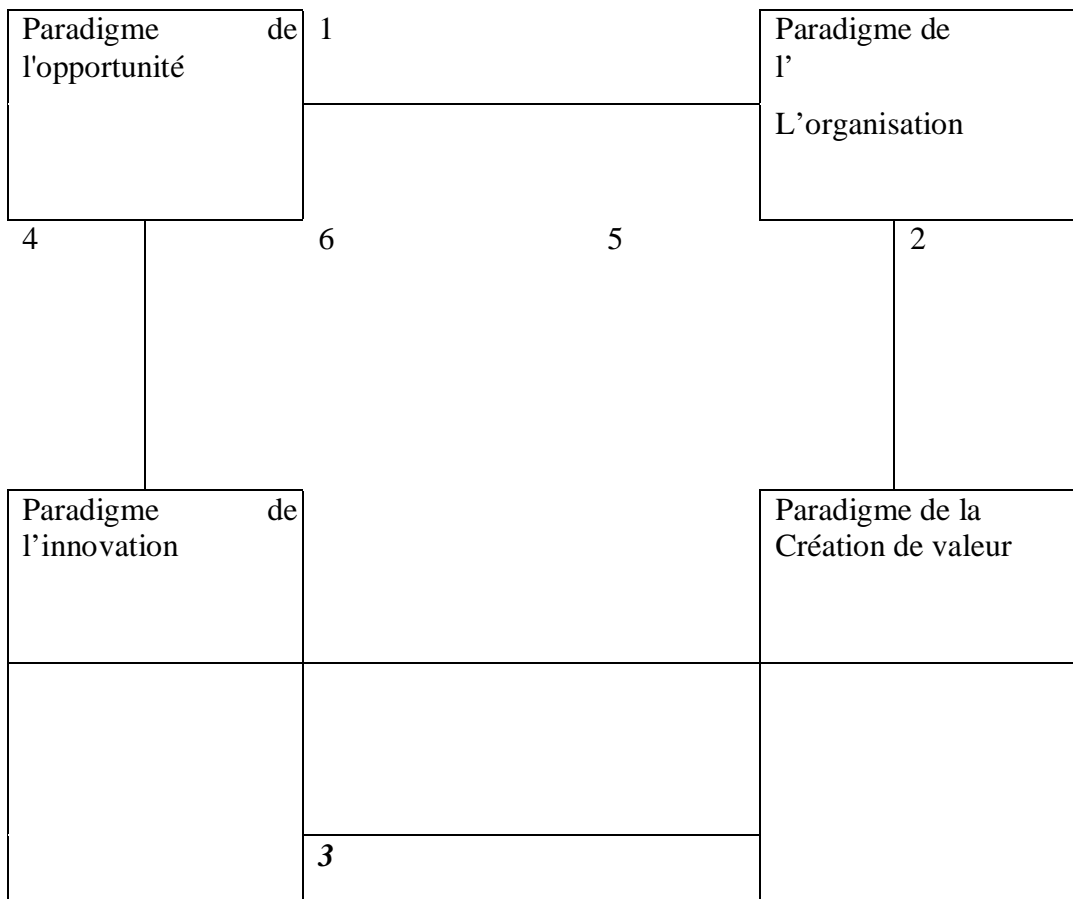


Figure 1. Représentation de quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens

Nous pouvons mettre ici en évidence six liens (qui ne sont sans doute pas les seuls) qui sont résumés de la façon suivante :

- **Lien 1** : pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient, explicitement ou implicitement, de s'organiser. Les ressources diverses se cristallisent dans une organisation.
- **Lien 2** : l'organisation ne peut exister durablement (et l'entrepreneur conserver son statut par rapport à cette organisation-là) sans fournir à ses parties prenantes les valeurs qu'elles attendent et dont elle tire les ressources nécessaires à son bon fonctionnement.
- **Lien 3** : lorsque la valeur apportée est importante, une innovation en est souvent à l'origine, qu'elle soit organisationnelle, technique ou commerciale. Par ailleurs, si l'on associe innovation et nouveauté,

l'organisation naissant du phénomène entrepreneurial peut être considérée comme nouvelle (quand bien même si cette dernière s'appuie sur une entité préexistante), la valeur apportée est donc nouvelle parce que venant d'une nouvelle organisation, ou parce que résultant d'une offre originale).

- **Lien 4** : une innovation peut correspondre à l'élaboration d'une opportunité mise sur le marché (on peut également appréhender l'innovation comme un processus de socialisation d'une nouvelle technique, organisation ou façon de commercer), à la fourniture d'un nouveau produit ou service, à l'apparition d'une organisation nouvelle au sein du marché ou du secteur.
- **Lien 5** : toute utilisation d'une innovation, à l'instar d'une opportunité renvoie à une organisation et l'existence de celle-ci favorise les interactions créatives nécessaires à cette dernière.
- **Lien 6** : une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme moyen d'apporter de la valeur au moins pour celui

sociale, sans pour autant négliger ou occulter les obligations financières qui seront de toutes façon exigées par les parties prenantes (Bonder, Hlady-Rispal, 2003).

Verstraete considère le paradigme de la création de valeur comme tout à fait complémentaire avec celui de la création d'une organisation (1999, 2002). Il justifie son point de vue en prenant comme terrain d'expérimentation les *stakeholders* ou parties prenantes en français. Dans son modèle, il essaye de montrer que les paradigmes de la création d'une organisation et de la création de valeur sont tout à la fois complémentaires et intégratifs. La valeur se traduit surtout dans ce cas par le niveau de satisfaction des parties prenantes de l'organisation vis-à-vis de cette dernière.

#### 4. Paradigme de l'innovation

Ce paradigme permet de montrer que les PME peuvent être directement ou indirectement des acteurs innovants à l'instar des grandes entreprises.

L'innovation est dans ce cadre définie comme la concrétisation de la nouveauté et peut être considérée comme actrice du changement réalisé.

L'idée que l'innovation est à l'origine du développement économique va au-delà de la seule diffusion et commercialisation de produits ou de services innovants par une organisation et met en exergue le besoin d'entreprendre. Dans ce contexte nous pouvons dire que l'entrepreneuriat correspond à une étape d'un processus plus large, comme le schématise ci dessous Martin (1994) :

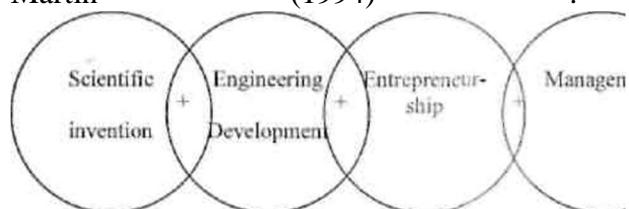


Figure. *The innovation chain equation* (Martin, 1994)

«*Commercially successful innovations require the synthesis of scientific, engineering, entrepreneurial, and managerial skills, combined with a social need and a supportive sociopolitical environment, if a sustained chain reaction*

*is to be achieved.* » (p.30). Ici, l'auteur considère l'entrepreneuriat comme la condition *sine qua non* de l'exploitation de l'innovation. Les actions présentent dans ce cas des formes diverses qui vont de la création *ex-nihilo* au partenariat entre firmes établies.

5. Les relations entre les paradigmes  
Compte tenu de ce qui précède, nous pouvons souligner plusieurs complémentarités entre ces quatre paradigmes.

A ce propos, Gartner (1990) montre qu'à la notion d'entrepreneuriat nous pouvons associer de façon empirique certaines dimensions clés telles que l'innovation, la création d'organisation, la création de valeur... Le schéma ci-dessous permet d'approfondir et d'illustrer cette idée de liens.

l'opportunité « Shane et Venkataraman » « 2000 »<sup>3</sup>.

La recherche et l'analyse de l'information peuvent susciter une idée qui une fois explicitée, peut devenir une opportunité d'affaires. Il faut, intégrer le fait que l'entrepreneur « débutant », donc manquant d'une certaine pratique doit disposer de plus d'informations que l'entrepreneur expérimenté qui par ses connaissances et ses réseaux exploite mieux les informations pour le développement des affaires. Par ailleurs, il est possible d'analyser l'environnement général de l'entreprise ainsi que l'environnement concurrentiel afin d'en déceler l'opportunité à saisir puis à exploiter.

## 2. Paradigme de la création d'une organisation

La création d'une organisation impose d'abord la clarification du terme organisation.

Dans ce contexte, comme en atteste les travaux de Verstraete « 1999, 2003 » le concept d'entrepreneuriat implique une vision systémique intégrant à la fois les actions menées par l'entreprise et les résultats obtenus. Dans la veine des travaux de Gartner, il indique de façon pertinente la distinction qu'il convient de faire entre le processus et le phénomène auquel il s'intéresse plus particulièrement. Il présente en fait une modélisation originale et générique du phénomène en tenant toutefois compte du contexte singulier au sein duquel ce phénomène s'exprime (2002).

Il s'agit, somme toute, de ne pas oublier que chaque processus de création possède son modèle propre. L'auteur relève que le fait que le phénomène entrepreneurial (qui ne doit pas seulement être associé à une entreprise à l'instar de l'économie sociale et solidaire) et que de multiples formes organisationnelles peuvent naître, formes qui en plus peuvent être une simple étape au sein de l'impulsion d'un phénomène plus large. A ce niveau l'auteur parle d'ailleurs plus d'impulsion que de création.

Le paradigme de la création d'une organisation est principalement centré sur la relation liant l'entrepreneur et l'organisation créée. Il s'agit d'une réelle spécificité de ce paradigme dans la mesure où les autres sont dans des logiques de partages de concept avec d'autres champs disciplinaires (ex : l'innovation avec l'économie de l'innovation) ou spécialités (ex : l'opportunité que l'on retrouve dans des modèles comme l'analyse SWOT en management stratégique).

## 3. Paradigme de la création de la valeur

L'entrepreneuriat est souvent considéré comme apporteur de richesse et d'emploi, donc au cœur d'enjeux économiques et sociaux (Fayolle 2003) comme l'attestent plusieurs études aussi bien au niveau des grandes entreprises que des PME et TPE. Nous pouvons à titre d'exemple citer le programme de recherche international GEM (Global Entrepreneurship Monitor) coordonné par Paul Reynolds. Celui-ci tente de démontrer l'existence de corrélations significatives entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique et ce au plan international. Sur un plan purement agissant de l'académique, nous pouvons noter que plusieurs revues présentent explicitement et ce même au niveau de leur politique éditoriale le fait que l'entrepreneuriat est un phénomène ou un processus créateur de valeur.

Il nous paraît important d'arriver à un consensus sur la définition même de la valeur. Si l'on prend le point de vue de la vision traditionnelle en sciences économiques (Bryat et Julien, 2001), nous pouvons la considérer comme l'expression des échanges effectués entre des agents par le biais de prix déterminés par les marchés. Ainsi appréhendé, la vision de l'entrepreneuriat peut être ramenée au secteur marchand au sens large intégrant également les organisations à but non lucratif, les coopératives ainsi que toute activité transactionnelle en termes de biens et services au niveau du secteur public.

Si l'on prend en compte l'ensemble des travaux actuels traitant de l'économie solidaire, la valeur revêt une dimension

<sup>3</sup> Shane .S, Venkataram. S, «The promise of entrepreneurship as a field research.

Academy of Management Review, 2000. P 25.

**ملخص**

إن هذا التأليف يسعى إلى عرض مرجعية نظرية لمصطلح جديد النشأة و هو مصطلح المقاولتية الذي لم يجلب بعد انتباه الباحثين بالفعل. نحن نحاول التفكير في نقل منطق المقاولتية إلى وسط المحيط الحالي و بالتالي الباحثون في المقاولتية ما يزالوا يتسالون باستمرار على الأسس النظرية لبعده الاختصاص . أهمية هذه المساهمة تكمن في محاولة اقتراح تجسيد معرفي و نظري للمقاولتية عبر قراءة متعددة النماذج لهذه الظاهرة . هذه المساهمة تتمحور حول مسألتين . الأولى تحظى توضيح التموّج المعرفي للأبحاث حول المقاولتية

الثانية تتعلق بإدماج ظاهرة المقاولتية في المحيط الحالي

فالمسألة الأولى تطرح مشكلة معرفية و نظرية لظاهرة المقاولتية و الثانية تسعى إلى تحديد حقل المقاولتية الأكاديمي و البراقماتي للمفهوم في ذاته الجوانب النظرية و من حيث المفاهيم التي نريد التطرق إليها تشكل أيضا واجهة للعمل المعروف

**Résumé :**

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

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

**Introduction**

Les fondamentaux de l'entrepreneuriat sont une assise de la recherche en la matière pour tous les membres de la communauté universitaire, quelle que soit leur discipline d'origine, et une assurance de ne pas réinventer la roue et/ou d'oublier des éléments cruciaux dans un raisonnement qui se doit d'être rigoureux...

**Les paradigmes de l'entrepreneuriat**

La recherche en entrepreneuriat, étant en pleine évolution, peut être appréhendée sous divers paradigmes présentés ci-dessous.

## 1. Le paradigme d'affaires :

De nombreux travaux ont été menés sur le paradigme d'affaires. Nous pouvons notamment citer les travaux de Timmons<sup>1</sup> qui met en exergue l'importance du contrôle des ressources au niveau de la saisie d'opportunités ou encore Bygrave et Hofer<sup>2</sup> (1991) qui associent création d'une entité au paradigme de l'opportunité en se focalisant plus sur l'entrepreneur plus que l'entrepreneuriat.

D'autres auteurs intègrent l'approche processus : découverte, évaluation, exploitation de l'opportunité et les individus qui interviennent au niveau de la découverte, l'évaluation et l'exploitation de

<sup>1</sup> Timmons J.A. New Venture création, Irwin – Mc Graw – Hill. 1994.

<sup>2</sup> Bygrave W.D. Hofer C.W. « Theorizing about entrepreneurship in thierry Verstraete, Alain Fayolle, in entrepreneurship theory and practice, 2004 P. 16.

*REPRESENTATION DES  
PARADIGMES DE  
L'ENTREPRENEURIAT*

*Dr. Lamia MOUMENE*

*Département des sciences de l'information et de la  
communication*

*UNIVERSITE BADJI MOKHTAR ANNABA*