

L'intention entrepreneuriale : analyse conceptuelle et perspectives théoriques.

Entrepreneurial Intention : Conceptuel Analysis and Theoretical Perspectives.

Auteur 1 : Meriem OUBEKHANE,

Auteur 2 : Abdelaziz ELABJANI,

OUBEKHANE Meriem Doctorante en sciences de gestion, Laboratoire des Etudes et Recherches en Management, Economies, Sciences Sociales, Administration et Droit (L-ERMESSAD) Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales, MARRAKECH, Maroc.

ELABJANI Abdelaziz, Professeur de l'enseignement supérieur Laboratoire des Etudes et Recherches en Management, Economies, Sciences Sociales, Administration et Droit (L-ERMESSAD) Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales, MARRAKECH, Maroc.

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : OUBEKHANE .M & ELABJANI .A (2026) « L'intention entrepreneuriale : analyse conceptuelle et perspectives théoriques », African Scientific Journal « Volume 03, Num 36 » pp: 0887 – 0903.



DOI : 10.5281/zenodo.20539615

Copyright © 2026 – ASJ



Résumé

L'intention entrepreneuriale désigne la volonté consciente d'un individu de se lancer dans un projet entrepreneurial avant de passer à l'action. Elle se construit à travers un processus mental impliquant les attitudes personnelles, les normes sociales et la perception de sa propre capacité à entreprendre. Les perceptions de désirabilité et de faisabilité jouent un rôle clé dans l'évaluation de l'intérêt et de la viabilité du projet. L'environnement social, notamment les réseaux et l'accès aux ressources, influence fortement cette intention. Comprendre ce concept demande donc de prendre en compte les dimensions individuelles, sociales et contextuelles. L'intention entrepreneuriale est un indicateur pertinent pour prédire le comportement futur d'un entrepreneur. Elle permet également d'identifier les facteurs qui encouragent l'engagement dans l'entrepreneuriat.

L'analyse de l'intention entrepreneuriale montre qu'elle résulte de l'interaction entre des facteurs individuels, sociaux et contextuels. Son développement dépend non seulement des caractéristiques personnelles de l'individu, mais également de son environnement relationnel et de son accès aux ressources. Ainsi, renforcer les conditions favorables à la désirabilité et à la faisabilité perçues de l'entrepreneuriat apparaît comme un levier essentiel pour stimuler l'engagement entrepreneurial, notamment chez les femmes porteuses de projets.

Mots clés :

« *Approche intentionnelle* », « *Faisabilité* », « *Desirabilité* », « *Paradigmes* ».

Introduction

Au cours des dernières décennies, l'entrepreneuriat s'est imposé comme un moteur essentiel du développement économique, de l'innovation et de la création d'emplois. Face aux transformations économiques et sociales, la promotion de l'esprit entrepreneurial constitue désormais une priorité pour de nombreux pays, notamment dans les économies émergentes où l'entrepreneuriat est souvent perçu comme un levier de dynamisation du tissu économique et de réduction du chômage. Dans ce contexte, la recherche en entrepreneuriat s'est progressivement orientée vers la compréhension des mécanismes qui conduisent les individus à s'engager dans un projet entrepreneurial.

Initialement, les travaux en entrepreneuriat se sont principalement concentrés sur les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur, cherchant à identifier les traits de personnalité susceptibles d'expliquer le comportement entrepreneurial. Toutefois, ces approches ont rapidement montré leurs limites, dans la mesure où elles ne permettaient pas d'expliquer de manière satisfaisante pourquoi certains individus choisissent de créer une entreprise alors que d'autres, disposant de caractéristiques similaires, ne s'engagent pas dans une telle démarche. Cette limite a conduit les chercheurs à adopter une perspective plus processuelle de l'entrepreneuriat, considérant la création d'entreprise comme le résultat d'un processus complexe qui se construit progressivement dans le temps.

Dans cette perspective, l'étude des intentions entrepreneuriales a pris une place centrale dans la littérature scientifique. L'intention entrepreneuriale renvoie à l'état d'esprit qui oriente l'attention, l'expérience et le comportement d'un individu vers la création d'une nouvelle organisation ou vers l'engagement dans une activité entrepreneuriale. Elle constitue ainsi une étape préalable à l'action entrepreneuriale et représente un indicateur particulièrement pertinent pour anticiper la probabilité qu'un individu s'engage effectivement dans un projet entrepreneurial. En effet, plusieurs travaux ont souligné que les comportements intentionnels, tels que la création d'entreprise, sont généralement précédés par une phase de réflexion et de planification, durant laquelle l'individu évalue les opportunités, les ressources disponibles ainsi que les contraintes potentielles.

L'importance accordée à l'intention entrepreneuriale s'inscrit dans une perspective issue des théories du comportement intentionnel, selon lesquelles les actions humaines sont largement déterminées par les intentions qui les précèdent. Dans ce cadre, l'intention est considérée comme le meilleur prédicteur du comportement futur, puisqu'elle reflète le degré de motivation et la volonté d'un individu de réaliser une action donnée. Appliquée au domaine de

l'entrepreneuriat, cette approche permet d'expliquer pourquoi certains individus développent une forte propension à entreprendre tandis que d'autres privilégient des trajectoires professionnelles alternatives.

La littérature en entrepreneuriat a ainsi mobilisé plusieurs cadres théoriques afin d'expliquer la formation et le développement de l'intention entrepreneuriale. Parmi les approches les plus influentes figurent notamment la théorie du comportement planifié, qui met en évidence le rôle des attitudes individuelles à l'égard de l'entrepreneuriat, des normes sociales perçues et du contrôle comportemental perçu dans la formation des intentions. Par ailleurs, d'autres modèles théoriques ont également contribué à enrichir la compréhension de ce phénomène, notamment les approches fondées sur les notions de désirabilité et de faisabilité perçues, qui mettent l'accent sur la manière dont les individus évaluent l'attractivité et la possibilité de réaliser un projet entrepreneurial.

Au-delà des facteurs strictement individuels, les recherches récentes ont également souligné l'importance de l'environnement social dans la formation de l'intention entrepreneuriale. Les interactions sociales, les réseaux relationnels, ainsi que l'accès aux ressources matérielles et immatérielles peuvent influencer significativement la perception des opportunités entrepreneuriales et renforcer la capacité des individus à envisager la création d'une entreprise. Cette dimension sociale de l'entrepreneuriat souligne le caractère multidimensionnel du processus intentionnel et met en évidence l'importance d'intégrer différents niveaux d'analyse pour mieux comprendre l'émergence des intentions entrepreneuriales.

Dans ce contexte, l'analyse conceptuelle et théorique de l'intention entrepreneuriale apparaît comme une étape essentielle pour clarifier les fondements de ce concept et identifier les principales perspectives mobilisées dans la littérature scientifique. Une telle analyse permet non seulement de mieux comprendre les mécanismes qui sous-tendent l'émergence de l'intention d'entreprendre, mais également de mettre en lumière les différents facteurs susceptibles d'influencer sa formation.

Ainsi, cette section vise à proposer une analyse approfondie du concept d'intention entrepreneuriale, en mettant en évidence ses principales définitions, ses caractéristiques ainsi que les différentes approches théoriques mobilisées pour expliquer sa formation. Cette réflexion constitue un cadre de référence essentiel pour appréhender les déterminants du comportement entrepreneurial et pour mieux comprendre les dynamiques qui favorisent l'émergence de projets entrepreneuriaux.

1. Revue de littérature

L'esprit d'entreprise est un sujet d'actualité : éducateurs, chercheurs, managers, chefs d'entreprise, consultants et hommes politiques s'y intéressent. Aujourd'hui, nous en savons plus sur ce phénomène. Certaines hypothèses courantes ont été remises en question, par exemple celle selon laquelle la recherche du profit et de l'enrichissement personnel est le principal moteur de la créativité (Bruyat, 1993). Certains changements dans l'environnement et leurs conséquences au niveau de la société, des entreprises et des individus (...) sont susceptibles d'accroître l'importance de l'entrepreneuriat en tant que phénomène et ensemble de comportements individuels et collectifs (Fayolle, 2007). La contribution de l'entrepreneuriat à la société et à l'économie ne peut plus être niée, " elle concerne la création d'entreprises, d'emplois, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprise dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement des changements structurels (Fayolle, 2007). Compte tenu de l'état actuel de la recherche, il semble crucial de cibler les définitions et d'exposer notre champ de recherche. Nous considérons différents courants de pensée dans le développement de la recherche en entrepreneuriat. Nous proposons notre propre interprétation du concept, en le plaçant dans une logique de création de valeur et de créativité organisationnelle. Dans un deuxième temps, nous mettons en évidence différentes approches pour rendre compte de la multi dimensionnalité, de la diversité et de la complexité du phénomène de l'entrepreneuriat. Nous partons du principe que l'intention se situe à l'intersection de différentes approches de l'entrepreneuriat.

1.1. Circonscription du champ de l'entrepreneuriat : Une analyse des approches

Que signifie l'expression "le champ de l'entrepreneuriat" ? Cette question ne se limite pas à la définition des limites d'un domaine de recherche. Elle implique également la manière dont les connaissances sont organisées et la façon dont les chercheurs se positionnent dans le champ scientifique (Gartner, 1990). Étant donné que le paradigme est contingent, il est crucial de déterminer le ou les paradigmes qui ont contribué à façonner la recherche en entrepreneuriat telle qu'elle est actuellement, avec toute sa diversité et sa richesse.

1.2. Quels paradigmes dominants en recherche sur l'entrepreneuriat

Le concept d'entrepreneuriat a toujours été sujet à débat et il n'a jamais été unanimement accepté depuis son introduction. De nombreux auteurs ont tenté de l'aborder sous différents angles. Dans ce paragraphe, nous allons le considérer selon les quatre paradigmes les plus couramment utilisés, à savoir le processus entrepreneurial, l'opportunité, l'émergence organisationnelle et la

création de valeur et la production de produits, la création d'une organisation et la réponse aux besoins du gouvernement et de la société (Gartner, 1985, pp. 699-700).

L'idée principale de cette approche est donc de se concentrer sur le processus entrepreneurial pour comprendre l'acte d'entreprendre. Toutefois, la question qui se pose est de savoir sur quoi se concentrer dans ce processus. En d'autres termes, doit-on se concentrer sur l'environnement et la notion d'opportunité, sur l'émergence organisationnelle ou sur le dialogue individu création de valeur ?

L'approche d'opportunité : Les partisans de ce paradigme se basent principalement sur des travaux spécifiques, qui s'inscrivent dans la tradition de recherche de l'école autrichienne dont des auteurs tels que Hayek, Mises, Kirzner et Schumpeter ont laissé leur marque. Ils cherchent à clarifier les différentes visions de l'opportunité. Ce paradigme souligne l'importance de distinguer entre les opportunités de profit, qui visent simplement à maximiser les ressources rares en utilisant une relation moyens-fins préalablement établie, et les opportunités entrepreneuriales. Ces dernières sont caractérisées par une vision à long terme et dépassent la simple relation moyens-fins. En d'autres termes, les décisions non entrepreneuriales cherchent à maximiser les ressources rares, tandis que les décisions entrepreneuriales créent ou identifient de nouvelles relations entre moyens et fins qui n'ont pas encore été détectées ou utilisées par les acteurs du marché. Pour certains auteurs, les opportunités sont toujours présentes, quels que soient l'état et l'efficacité du marché. Ainsi, ils proposent une prémisse double : d'une part, la plupart des marchés sont inefficients, offrant des opportunités de profit à ceux qui les détectent ; d'autre part, même lorsque le marché se rapproche de l'équilibre, la nature humaine, la tentation de profit et l'avancée des connaissances et des technologies finiront par détruire l'équilibre, conformément au concept de la destruction créatrice de Schumpeter (1935).

L'école autrichienne est également liée à l'individualisme méthodologique, qui affirme que les phénomènes sociaux ne peuvent jamais être étudiés sans comprendre les comportements individuels. Le courant de l'opportunité partage cette position et met l'accent sur trois caractéristiques clés :

La rationalité : Contrairement à la position de Mises (1986) qui soutient que l'agir humain est toujours rationnel, Kirzner pense que les décideurs se trompent souvent dans leur choix de moyens, créant ainsi des déséquilibres qui offrent des opportunités à ceux qui les détectent. D'autres auteurs comme Hayek (1945) soulignent que la détection des opportunités peut être facilitée par la disponibilité d'informations disséminées dans la société, tandis que Venktaraman

et Shane (1988) estiment que le stock d'informations idiosyncrasiques de chaque individu lui permet de donner un sens aux opportunités détectées.

Le subjectivisme : Cette caractéristique souligne que les individus ont des visions différentes des choses. Mises (1986, p. 32) soutient que "la plupart des objets de l'action humaine et sociale ne sont pas des faits objectifs... les choses sont ce que les gens qui agissent pensent qu'elles sont". Ainsi, une personne peut détecter des opportunités entrepreneuriales là où une autre ne les voit pas.

L'intentionnalité : Cette troisième caractéristique stipule que les décisions sont prises en connaissance de causes, précédées d'une réflexion. Cette idée est partagée par plusieurs auteurs et a donné lieu à un courant important dans le domaine de l'entrepreneuriat : le courant de l'intention entrepreneuriale. Ajzen (1991) considère la décision entrepreneuriale comme un comportement planifié, bien que cette vision soit critiquée par Hayek (1980, p. 32) qui estime que "l'homme est tout autant un animal obéissant à des règles qu'un animal cherchant des objectifs", en évoquant ainsi la notion d'action non consciente.

Il y a eu un débat intense autour de la nature des opportunités et de ce qui en découle. Certains auteurs pensent que les opportunités sont construites socialement, créées par les individus, tandis que d'autres soutiennent que les opportunités existent préalablement et que les individus ne font que les découvrir.

L'approche de l'émergence organisationnelle : Les partisans de l'approche émergentiste considèrent que l'entrepreneuriat est un processus qui aboutit à la création d'une nouvelle organisation, dépassant ainsi la simple création d'entreprise. Gartner s'est intéressé à l'émergence de cette organisation, qui nécessite une définition claire. Bien qu'il y ait plusieurs définitions, la définition la plus courante est celle de François Bourricaud, qui décrit une organisation comme une forme sociale qui assure la coopération des individus en appliquant une règle et sous l'autorité de leaders, pour atteindre un objectif commun et répartir les bénéfices. Pour distinguer les formes qui ne constituent pas des organisations, quatre caractéristiques ont été identifiées : la division du travail, les règles et procédures officielles, la hiérarchie et la stabilité.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, de nombreux auteurs ont adopté la définition de McKelvey, qui considère l'organisation comme un système d'activités finalisées contenant des ratios de ressources entrées-sorties permettant de survivre dans des environnements imposant des contraintes particulières. Quatre propriétés principales des organisations sont identifiées : l'intention entrepreneuriale, l'existence d'échange, la disponibilité des ressources et les limites.

L'intention mesure la volonté de créer une organisation, tandis que les ressources sont de différentes natures (financières, humaines, matérielles, etc.). La notion de limites renvoie à l'interaction entre l'environnement et l'organisation, et entre le créateur et l'organisation créée. L'échange permet à une organisation de devenir complète en permettant des interactions internes ou externes.

Ces quatre composantes n'apparaissent pas toutes en même temps, et l'émergence d'une organisation nécessite une attention particulière pour comprendre comment elles sont mises en place. L'approche émergentiste considère l'organisation comme un processus plutôt qu'un état, et l'émergence organisationnelle a lieu avant que l'organisation n'existe. Cette approche permet de traiter l'organisation de manière dynamique, en mettant l'accent sur les interactions et les processus qui permettent son émergence.

L'approche de la création de valeur : La théorie de la création de valeur a été développée par Gartner en 1990, et a été utilisée pour la première fois dans le domaine de l'entrepreneuriat par Bruyat en 1993. Selon Bruyat, l'objectif scientifique du domaine de l'entrepreneuriat est la "dialogue individu-crédation de valeur", où l'entrepreneuriat est considéré comme un dialogue entre l'individu et la valeur qu'il contribue à créer grâce à ses idées et sa capacité d'innovation. Selon Ronstad (1984), la définition la plus représentative de cette conception est que l'entrepreneuriat est un "processus dynamique de création de richesses supplémentaires", créées par des individus qui prennent des risques importants en termes d'équité et de temps. Ces richesses supplémentaires se traduisent par une augmentation de la valeur de certains produits ou services, qui peuvent être nouveaux ou uniques.

Cette conception met en avant l'importance de l'individu dans le processus de création de valeur, ainsi que l'impact de celle-ci sur son sentiment de réalisation personnelle. Le dialogue à double sens souligne l'importance du rôle de l'individu dans la création de valeur, car il détermine les modalités et l'ampleur de la production de cette valeur. Selon Bruyat (1993, p. 58), l'individu est l'acteur principal de la création de valeur et sa participation est une condition essentielle à sa réalisation.

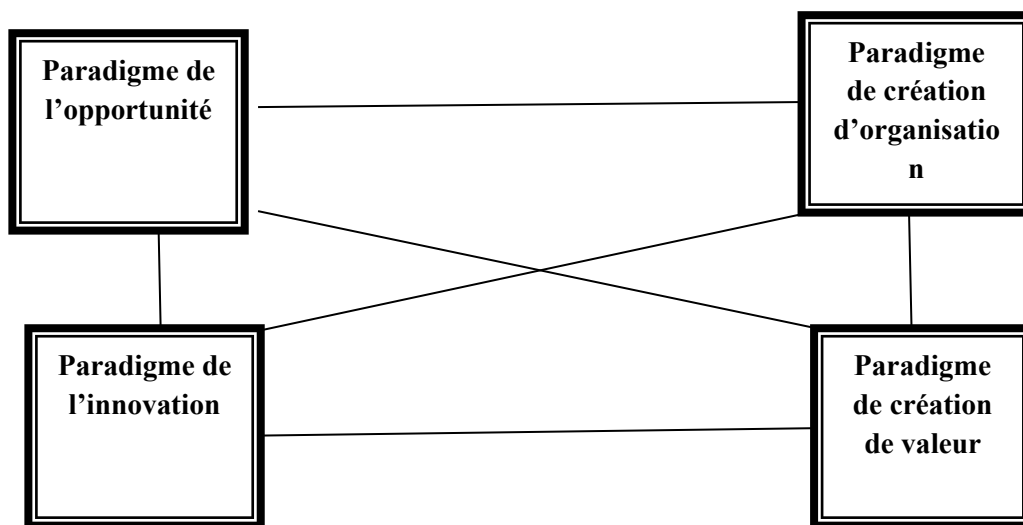
1.1.L'étude de la complémentarité entre les différents paradigmes

Paturel (2007) définit l'entrepreneuriat comme le processus par lequel une personne physique seule ou en équipe exploite une opportunité à partir d'une idée, dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée par la suite. Ce processus est souvent déclenché par un changement important dans la vie de l'entrepreneur. L'objectif de l'entrepreneur est de créer une valeur nouvelle ou d'économiser une valeur

existante qui serait autrement gaspillée. Cette définition fait appel aux quatre paradigmes de l'entrepreneuriat, à savoir l'opportunité, l'organisation, l'individu et la création de valeur.

Verstraete et Fayolle (2005) ont élaboré une représentation graphique pour approfondir la notion de complémentarité en entrepreneuriat, en identifiant quatre dimensions clés : la création de valeur, la création organisationnelle, l'innovation et la détection d'opportunité. Les deux premières dimensions sont centrées sur le résultat final du processus entrepreneurial, tandis que les deux dernières se concentrent sur les ressources nécessaires pour mener à bien le processus. Les auteurs ont illustré les liens entre ces paradigmes dans le schéma ci-dessous.

Figure 1 : les paradigmes de l'entrepreneuriat



(Verstraete et Fayolle, 2005)

Notre étude s'inscrit dans le cadre du paradigme de la Création d'Organisation ainsi que du paradigme de la Création de Valeur Nouvelle. En effet, selon Verstraete et Fayolle (2005), pour assurer sa pérennité, une organisation doit répondre aux attentes de ses parties prenantes en leur fournissant une valeur ajoutée, qui constitue également la source de ses ressources opérationnelles.

Contrairement aux deux autres paradigmes, les paradigmes de la Création d'Organisation et de la Création de Valeur Nouvelle ne limitent pas le potentiel de croissance et de profit, ni la nature innovante des activités créées. Cependant, la recherche sur l'entrepreneuriat féminin a révélé une tendance à la surreprésentation des femmes dans des activités traditionnelles, ce qui peut différer des secteurs innovants et à forte croissance. Dans notre étude, nous nous concentrons sur l'intention entrepreneuriale, qui constitue la première étape du processus entrepreneurial. Cependant, les modèles d'intention ne prennent pas en compte la question de l'opportunité de

création, qui est difficile à intégrer dans une chaîne causale impliquant l'intention (Boissin et al., 2009).

En revanche, la création d'entreprise peut impliquer la naissance d'une nouvelle offre sur le marché, alors que la reprise d'entreprise vise à maintenir une activité existante. Dans le paradigme de la création d'organisation de Verstraete, la création de valeur nouvelle nécessite la mise en place d'une organisation qui répond aux besoins et aux demandes du marché. Cela peut impliquer la création d'une nouvelle entreprise, mais cela peut également impliquer la reprise ou la transformation d'une entreprise existante. Le processus de création d'organisation de Verstraete met l'accent sur la compréhension des besoins du marché, la mise en place de structures organisationnelles efficaces, la gestion des ressources et la création de valeur pour toutes les parties prenantes. En fin de compte, la création d'organisation de Verstraete vise à créer de la valeur nouvelle en répondant aux besoins du marché de manière durable et rentable.

1. Différentes approches de recherche en entrepreneuriat

Il existe différentes manières d'approcher le domaine de l'entrepreneuriat, et plusieurs chercheurs ont présenté l'évolution des recherches en distinguant trois approches chronologiques : descriptive, comportementale et processuelle. La première approche répond à la question "qui est l'entrepreneur ?", tandis que la deuxième répond à la question "que fait l'entrepreneur ?", et la troisième répond à la question "comment et pourquoi ?". Audet a analysé cinq approches différentes : celle des traits, environnementale, comportementale, des intentions et des entrepreneurs naissants. De son côté, Hernandez a étudié une quinzaine de modèles proposés par divers auteurs et a divisé les approches en trois grandes catégories : le fondamentalisme qui se base sur une conception unitaire du champ abordé selon une logique unique, la contingence qui met l'accent sur des solutions adaptées aux caractéristiques de la situation, et l'approche processuelle qui s'intéresse à la relation et à l'interaction entre les différents éléments impliqués dans l'entrepreneuriat.

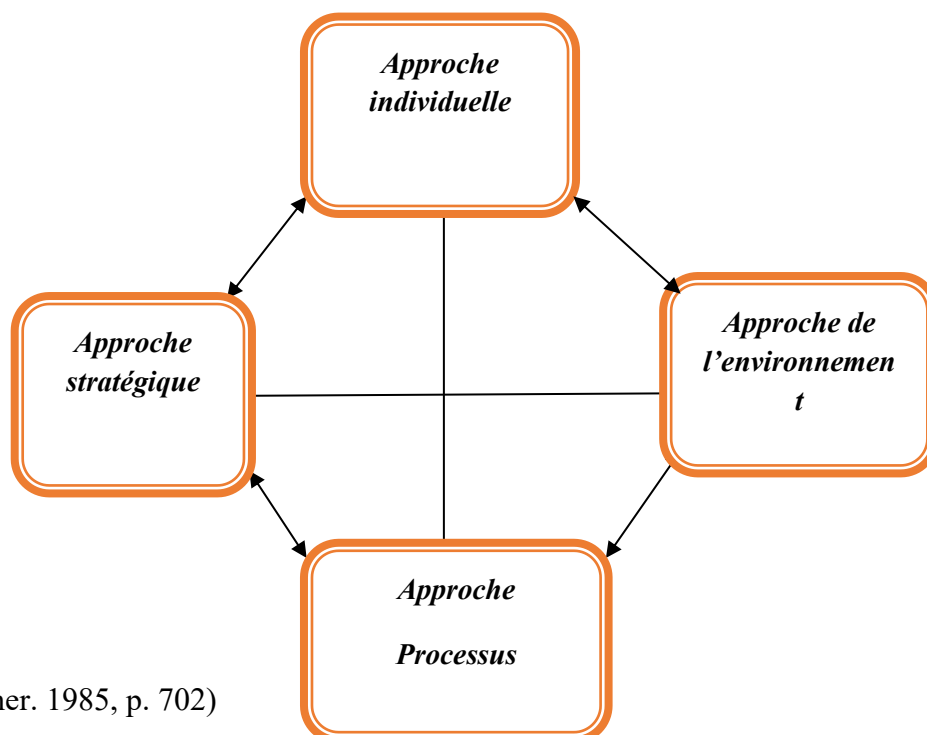
Casson (1991) a distingué deux approches pour définir l'entrepreneur : l'approche fonctionnelle qui se concentre sur ce que l'entrepreneur fait et l'approche descriptive qui fournit une description de ce que fait l'entrepreneur pour l'identifier. Paturel a identifié huit approches différentes de l'entrepreneuriat, qui peuvent toutes être regroupées selon le modèle de Gartner (1993) en quatre approches principales : l'approche individuelle qui se concentre sur l'entrepreneur lui-même, l'approche contextuelle qui se concentre sur l'environnement de l'entrepreneur, l'approche interactionniste qui met l'accent sur le processus entrepreneurial et

l'approche des questionnaires qui est basée sur la stratégie. Ainsi, toutes les tentatives d'approche de l'entrepreneuriat peuvent être résumées selon ces quatre approches principales (Gartner).

1.1. Différentes approches basées sur le modèle de Gartner en matière d'entrepreneuriat

Dans ses travaux sur l'épistémologie de la création d'entreprise, Bruyat (1993, p. 62 et 96) met en évidence le fait que de nombreux chercheurs ne prennent pas suffisamment en compte l'environnement et l'individu dans l'évaluation du processus entrepreneurial. Selon lui, tout modèle d'analyse doit tenir compte de plusieurs éléments, notamment l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus. Le modèle de Gartner est composé de plusieurs variables, dont la plupart ont été étudiées de manière empirique. Le terme "individu" inclut des variables telles que les caractéristiques démographiques, le contexte, les expériences éducatives et professionnelles ainsi que les caractéristiques psychologiques. Le terme "organisation" comprend des éléments de stratégie, les caractéristiques de l'organisation interne, le type d'entreprise, la structure et les problèmes rencontrés. Le terme "processus" comprend l'identification des opportunités, l'acquisition des ressources, le renforcement des organisations, la gestion de l'entreprise et la réponse à l'environnement. Enfin, le terme "environnement" comprend les ressources, les aspects juridiques, l'industrie et les facteurs technologiques (Gartner, 1985, p. 702).

Figure2. Le processus de création d'entreprise



(Gartner, 1985, p. 702)

1.2. Approche intentionnelle : Croisement de différentes approches

Les chercheurs sont généralement d'accord sur le fait qu'il y a quatre dimensions clés à prendre en compte lors de l'analyse de l'entrepreneuriat : le processus, l'acteur, l'environnement et la nouvelle organisation. Cependant, selon notre point de vue, c'est l'interaction de ces dimensions qui représente véritablement l'entrepreneuriat et qui guide notre approche intentionnelle.

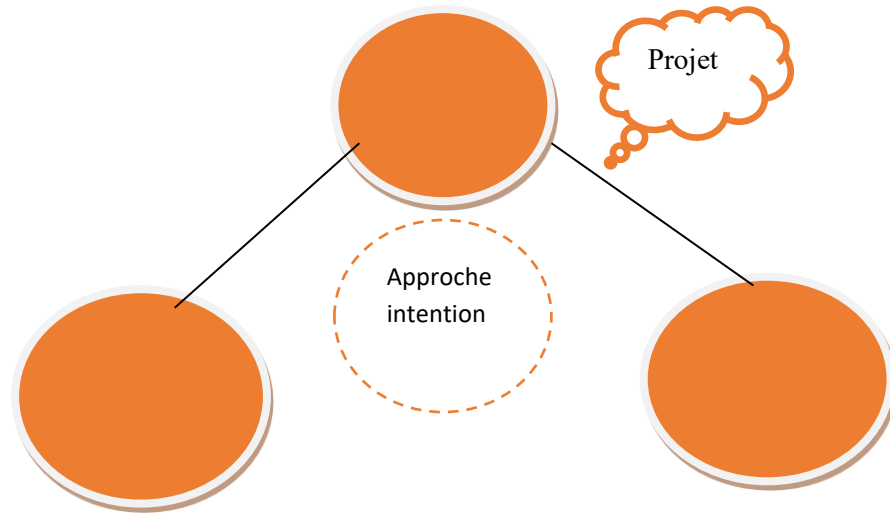
Pour surmonter les limites des approches précédentes et aborder la création d'entreprise de manière plus complète, une approche plurielle est nécessaire, comme l'a souligné Bruyat en 1994. L'approche intentionnelle vise à décrire en détail le phénomène entrepreneurial et ses antécédents afin de mieux le comprendre et de l'expliquer.

Les tenants de cette approche se basent sur les fondements théoriques de la psychologie sociale, en particulier sur la théorie des comportements planifiés d'Ajzen (1991). Selon cette théorie, l'intention de l'individu est au cœur de la genèse du comportement, et tout comportement qui nécessite une certaine planification, comme la création d'une entreprise, peut être prédit par l'intention de l'individu d'adopter ce comportement.

En étudiant les intentions d'un individu en matière d'entrepreneuriat, il est possible de prédire s'il créera effectivement une entreprise. La psychologie sociale s'intéresse à l'analyse de l'interaction entre les variables individuelles et le contexte de l'individu pour prédire le comportement social. Les théories comportementales peuvent nous aider à comprendre comment les variables individuelles et contextuelles influencent l'intention entrepreneuriale.

Selon cette approche comportementale, la création d'une entreprise est un événement influencé par de nombreux facteurs contextuels et l'entrepreneur joue un rôle dans ce processus complexe. Ses actions ont pour conséquence la création d'une organisation. Ainsi, toute personne qui a une attitude entrepreneuriale dans un contexte qui encourage l'esprit d'entreprise et lui donne les compétences nécessaires pour maîtriser le processus entrepreneurial est considérée comme un entrepreneur potentiel. En résumé, l'approche intentionnelle implique une interaction entre la désirabilité et la faisabilité. L'approche projet est une extension de l'approche intention. La traduction de l'intention en projet entrepreneurial fait appel à des démarches favorisant non seulement la production de connaissances, et donc la structuration du projet, mais aussi le travail de collecte d'information.

Figure. L'interaction entre les différentes approches.



Source : Auteutr

Nous allons examiner l'importance du projet en matière d'entrepreneuriat. Un projet est une vision d'un avenir souhaité qui repose sur des éléments existants et qui est conceptualisé par son porteur. Il ne représente pas encore une organisation concrète. Cependant, le projet est en réalité une forme ancienne d'organisation productive. Par exemple, lorsqu'un pharaon décidait de construire une pyramide, cela impliquait de réaliser un travail spécifique dans un délai limité avec des ressources limitées. Dans tout projet, il est donc essentiel de prendre en compte simultanément les aspects temporels, les ressources disponibles et les spécifications techniques pour créer quelque chose de complexe qui n'a jamais été réalisé auparavant dans ces conditions particulières. Le projet permet de relier l'entrepreneur à sa représentation du contexte dans lequel il opère, ce qui rend la projection et la problématisation cruciales. Le projet entrepreneurial stimule l'évolution des représentations initiales de l'entrepreneur et des parties prenantes, pouvant même révéler des liens inconnus ou inenvisageables auparavant. C'est le lieu où l'intention de l'entrepreneur est exprimée sous la forme d'une image d'un état futur désiré, en combinant les moyens et les fins.

Conclusion

L'analyse conceptuelle et théorique de l'intention entrepreneuriale a permis de mettre en lumière la place centrale de ce concept dans la compréhension du processus entrepreneurial. En effet, l'intention entrepreneuriale n'est pas simplement l'expression d'un désir ou d'une motivation passagère, mais constitue une étape fondamentale qui précède et oriente l'action réelle de création d'entreprise. Elle représente le résultat d'un processus cognitif complexe au cours duquel l'individu évalue les opportunités, les ressources disponibles, ainsi que les contraintes et les risques associés à son projet entrepreneurial.

Cette perspective met en évidence que la décision d'entreprendre ne se limite pas à la possession de certaines caractéristiques personnelles ou à l'existence d'une idée de projet. Au contraire, elle s'inscrit dans une dynamique progressive où la formation de l'intention agit comme un moteur qui structure le passage à l'acte. L'intention permet ainsi d'expliquer pourquoi certaines personnes, malgré un contexte favorable et des compétences adéquates, choisissent de ne pas se lancer dans l'entrepreneuriat, tandis que d'autres s'engagent activement. Elle traduit la convergence entre la motivation personnelle, les perceptions de faisabilité et de désirabilité, et l'influence des facteurs sociaux et environnementaux.

Les travaux théoriques sur l'intention entrepreneuriale, notamment ceux inspirés de la théorie du comportement planifié, ont montré que trois composantes principales déterminent la formation de l'intention : les attitudes personnelles envers l'entrepreneuriat, les normes sociales perçues et le contrôle comportemental perçu. Ces dimensions soulignent que l'intention n'est pas seulement un état interne, mais qu'elle est également façonnée par les interactions sociales, les expériences passées et l'environnement dans lequel l'individu évolue. Par ailleurs, les modèles basés sur la désirabilité et la faisabilité perçues offrent une lecture complémentaire en montrant que l'engagement entrepreneurial est également influencé par la perception que l'individu a de l'attractivité du projet et de sa capacité à le concrétiser.

Au-delà de ces dimensions individuelles, la littérature récente insiste sur l'importance de l'environnement social et relationnel dans la construction de l'intention entrepreneuriale. Les réseaux de soutien, les relations de confiance, l'accès à des ressources tangibles et intangibles ainsi que la présence de modèles entrepreneuriaux influencent fortement la décision de s'engager dans la création d'entreprise. Cette approche souligne que l'intention entrepreneuriale est le produit d'interactions multidimensionnelles où s'entrelacent facteurs psychologiques, sociaux et contextuels. Elle démontre également que la formation de

l'intention ne peut être pleinement comprise si elle est étudiée de manière isolée, sans considérer l'influence de l'environnement immédiat et des ressources disponibles.

L'intérêt académique porté à l'intention entrepreneuriale se justifie donc par sa capacité à prédire le comportement entrepreneurial futur. Comprendre comment se forme cette intention permet non seulement de mieux expliquer la dynamique du processus entrepreneurial, mais aussi de proposer des interventions ou des politiques susceptibles de stimuler l'engagement entrepreneurial. Dans le contexte spécifique de l'entrepreneuriat féminin, par exemple, l'analyse de l'intention peut éclairer les obstacles et les leviers qui déterminent la volonté des femmes à créer et à gérer des entreprises, notamment en lien avec l'accès aux ressources, les réseaux sociaux, et les normes socioculturelles qui peuvent faciliter ou freiner leur engagement. Enfin, l'étude des perspectives théoriques sur l'intention entrepreneuriale offre un cadre solide pour le développement de recherches empiriques. Elle fournit les bases nécessaires pour identifier les variables clés à mesurer, pour construire des modèles conceptuels cohérents et pour analyser les interactions entre les dimensions individuelles et sociales dans le processus de formation de l'intention. Cette approche conceptuelle constitue ainsi un outil indispensable pour mieux comprendre les mécanismes sous-jacents à l'acte entrepreneurial et pour orienter les stratégies visant à soutenir la création d'entreprise dans différents contextes.

En somme, l'intention entrepreneuriale apparaît comme un concept central et multidimensionnel, qui articule motivation personnelle, perceptions de faisabilité et désirabilité, et influence de l'environnement social. Elle constitue à la fois un indicateur précurseur du comportement entrepreneurial et un levier potentiel pour la promotion de l'entrepreneuriat. L'exploration approfondie de ses déterminants théoriques offre un cadre précieux pour comprendre les facteurs qui favorisent ou freinent l'émergence de projets entrepreneuriaux, en particulier dans des contextes spécifiques comme l'entrepreneuriat féminin ou l'entrepreneuriat dans les économies émergentes. La compréhension fine de l'intention entrepreneuriale ouvre ainsi la voie à des recherches futures, capables de guider des interventions adaptées et de renforcer l'écosystème entrepreneurial.

BIBLIOGRAPHIE

Ajzen I (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2):179-211

.Aloulou, W. (2006, April). Sensibiliser et former à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise à l'Institut Supérieur d'Administration des Affaires de Sfax. In 2èmes Rencontres des pratiques pédagogiques en Entrepreneuriat autour de la Méditerranée ?Tunis, Hôtel Acropole Les berges du lac(p. 18).

AL-Qadasi, N., & Gongyi, Z. (2020). Entrepreneurship in crisis situations: Determinants of entrepreneurial intentions among University Students in Yemen. *African Journal of Business Management*, 14(7), 196-208.

Arlotto, J., Jourdan, P., Sahut, J. M., & Teulon, F. (2012). Les programmes de formation à l'entrepreneuriat sont-ils réellement utiles? Le cas des concours pédagogiques de création d'entreprise. *Management Avenir*,

Aude d'Andia, (2008) : Entre volonté entrepreneuriale et réalité entrepreneuriale: une illustration dans le secteur de l'hôtellerie-restauration indépendante, la *Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion* n°234-organisation, novembre-décembre 2008.

Bachiri, M. (2016). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants, quels enseignements pour l'université marocaine ? *Management Avenir*, 89(7), 109-127.

BAMBA, M., TUO, S. K., & DUGUAY, B. (2021). Perception de l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire : Un état préliminaire de la situation chez les étudiants. *Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation*, 3(10).

Barès, F., & Jacquot, T. (2009). La dynamique entrepreneuriale en phase projet: contribution à travers l'analyse d'une équipe de jeunes diplômés. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 8(1), 55-76.

Baubonienė, Ž., Kyong, H. H., Puksas, A., & Malinauskienė, E. (2019). Factors influencing student entrepreneurship intentions: the case of Lithuanian and South Korean universities.

Belas, J., Gavurova, B., Čepel, M., & Kotaskova, A. (2018). Relationship of gender to the position of Slovak University students on the socio-economic determinants of the business environment and the development of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*.

Belas, J., Gavurova, B., Čepel, M., & Kotaskova, A. (2018). Relationship of gender to the position of Slovak University students on the socio-economic determinants of the business

environment and the development of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*.

Belattaf, M., & Nasroun, N. (2013). *Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise: cas de Béjaïa*. *Management & sciences sociales*, 14(14), 83-98.

.Belladitta, S., Caccianiga, A., Diana, A., Moretti, A., Severgnini, P., Pedani, M., ... & Della Ceca, R. (2022). *Central engine of the highest redshift blazar*. *Astronomy & Astrophysics*, 660, A74.

Benredjem, R. (2009). *L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu*.

Bird BJ, West GP (1998). *Time and Entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory and Practice* 22(2):5-9.

Boissin, J. P., Branchet, B., De Almeida, F., Bittar, S., Freitas, H., & Martens, C. D. P. (2009, May). *Intentions entrepreneuriales des étudiants: une comparaison Brésil-France*. In 5^{eme} colloque de l'IFRAE(pp. 18-19).

.Boissin, J. P., Casagrande, A., Janssen, F., & Surlemont, B. (2008). *Etudiants et entrepreneuriat. Etude France-Belgique*. *Congrès International Francophone en entrepreneuriat et PME*.

Boissin, J. P., Chollet, B., & Emin, S. (2007). *Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise*. *Revue française de gestion*, 180(11), 25-43.

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*, 12(1), 28-51.

.Boubakari, A., Alimi, K., Djodjo, G. E., & Laghzaoui, S. (2021). *Chômage Et Entrepreneuriat En Afrique Francophone: Cas Du Bénin, Cameroun, Maroc Et Tunisie*. *Global Journal of Management And Business Research*.

BOUKRIF, M. (2016). *La création d'entreprise comme voie d'insertion professionnelle chez les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur en Algérie: Analyse de l'intention entrepreneuriale par l'approche PLS* Mourad MAHMOUDI Doctorant en économie et gestion.

BOURGUIBA, M. (2007), *De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de tpe françaises et tunisiennes*. Thèse présentée en vue d'obtention du grade de docteur en gestion des entreprises à l'université nancy 2 institut d'administration des entreprises.

- Boutillier, S., & Uzunidis, D. (2006). L'aventure des entrepreneurs(Vol. 625). Studyrama.
- Coovi, G., & Noumon, C. R. (2020). Insertion Socioprofessionnelle des Jeunes au Bénin. African Sociological Review/Revue Africaine de Sociologie, 24(1), 105-130.
- D Barbosa, S., Marinho De Oliveira, W., Fayolle, A., & Vidal Barbosa, F. (2010). Perceptions culturelles et intention d'entreprendre : une comparaison entre des étudiants brésiliens et français. Revue internationale PME Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, 23(2), 9-41.
- D'Andria, A. (2008). Entre volonté entrepreneuriale et réalité repreneuriale. La Revue des sciences de gestion, (6), 65-74.
- Davidsson P (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. Paper Prepared for the RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, Nov. 23-24. Available at: https://eprints.qut.edu.au/2076/1/RENT_IX.pdf
- Dougnon, I., Cisse, M. G., Bello, L., Koné, B., Touré, S., Langevang, T., & Gregersen, C. (2013). L'ENTREPRENEURIAT JEUNE AU MALI-ETUDES DE CAS: BAMAKO, SEGOU, KONOBOUGOU ET NIONO. Bamako: CBDS-FSHSE.
- Dzaka-Kikouta, T. H. E. O. P. H. I. L. E., Kamavuako-Diwavova, J. U. S. T. I. N., Bitemo-Ndiwulu, X., Makiese-Ndoma, F., Manika Manzongani, J. P., & Masamba-Lulendo, V. (2020). L'entrepreneuriat Des Jeunes Africains Francophones.