

Les effets de l'engagement affectif, continu et normatif sur l'intention de rester dans le métier d'entrepreneur

The effects of affective, continuance, and normative
commitment on intentions to remain an entrepreneur

Patrick VALÉAU

Professeur à l'IAE de la Réunion

E-mail : pvaleau@univ-reunion.fr

Cette recherche examine les effets de l'engagement affectif, continu et normatif sur l'intention de rester entrepreneur. Nous importons dans le champ de l'entrepreneuriat le concept d'engagement dans le métier développé par Meyer, Allen et Smith (1993). Nos données s'appuient sur les réponses de 315 entrepreneurs, membres du Mouvement des Entreprises de France. Nos résultats concernant le modèle de mesure confirment que les trois dimensions du modèle d'engagement métier s'appliquent de façon satisfaisante aux entrepreneurs. Notre modèle d'équations structurelles indique des effets distincts et potentiellement complémentaires des engagements affectifs et continus, alors que l'engagement normatif a un effet non significatif. Nous discutons les apports de ces résultats aux recherches sur la psychologie de l'entrepreneur

— *Mots clés : engagement dans le métier, engagement affectif, engagement continu, engagement normatif, intention de rester entrepreneur*

This research examines the effects of affective, continuance and normative commitment on intentions to remain an entrepreneur. We import Meyer, Allen and Smith's (1993) concept of occupational commitment into the field of entrepreneurship. Our data draws on the responses of 315 entrepreneurs, members of the two main French professional syndicates. Our results regarding the measurement model confirm that the three components of occupational commitment apply to entrepreneurs. Our structural equation model shows that affective and continuance commitment have distinct and potentially additional effects, while normative commitment has no significant effect. We discuss the contribution of our results for research on the psychology of entrepreneurs.

— *Keywords: occupation commitment, affective commitment, continuance commitment, normative commitment, intentions to remain an entrepreneur*

Introduction

La littérature en entrepreneuriat s'est souvent intéressée aux motivations qui poussent certains individus à devenir entrepreneur, mais beaucoup moins à ce qui les amène à poursuivre dans ce métier. Le fait de rester en affaire plutôt que de redevenir salarié (Bruyat, 1994 ; Saint-Jean et Jacquemin, 2012 ; Valéau, 2006, 2007) constitue pourtant un comportement nécessaire que partagent tous les entrepreneurs et qui conditionne tous les autres développements entrepreneuriaux possibles en termes de croissance, d'innovation et prises de risques. Concrètement, rester entrepreneur peut se traduire de deux façons : soit par la survie de l'entreprise à laquelle l'entrepreneur choisit de donner une chance ; soit par la création d'une nouvelle entreprise. Dans les deux cas, l'entrepreneur contribue à l'existence d'au moins une entreprise et participe ce faisant à l'économie de son territoire. En période de crise plus que jamais, l'enjeu n'est plus seulement d'amener de nouveaux individus à devenir entrepreneur, mais aussi de soutenir ceux qui ont précédemment franchi le pas. Comme le montrent Ronstadt (1986), Sharma et Irving (2005), Valéau (2006, 2007) ou plus récemment Saint-Jean et Jacquemin (2012), l'intention de rester entrepreneur peut, à tout moment, être minée par les doutes et les découragements. Comprendre pourquoi certains entrepreneurs poursuivent leurs activités alors que d'autres « jettent l'éponge » est au moins aussi important que de comprendre les raisons initiales qui les avaient amenés à devenir entrepreneurs.

Face aux doutes et aux découragements, Sharma et Irving (2005) et Valéau (2007) opposent l'engagement des entrepreneurs dans leurs organisations. Ces deux études qualitatives partagent un même modèle théorique : le modèle de l'engagement affectif, continu et normatif d'Allen et Meyer (1990) issu de la psychologie des organisations. Selon Meyer et Herscovitch (2001), ces trois dimensions rassembleraient l'ensemble des forces susceptibles de lier un individu à une ligne d'action donnée. Nous retrouvons effectivement, à travers elles, différentes motivations précédemment identifiées par la littérature en entrepreneuriat. L'engagement affectif repose sur l'attachement et l'identification, il n'est pas sans rappeler la passion entrepreneuriale (Cardon et Kirk, 2012). L'engagement continu se réfère aux risques de perdre des investissements passés et au manque d'alternatives, il s'inspire des travaux de Staw (1976), ces derniers étant régulièrement repris par les auteurs en entrepreneuriat (ex. DeTienne *et al.*, 2008). L'engagement normatif évoque un sens des responsabilités et des obligations morales, ces considérations étaient au cœur des travaux de Weber (1905), elles se retrouvent dans la littérature moderne en termes de responsabilité sociétale des entrepreneurs (ex. Valéau, 2001). Les explorations qualitatives de Sharma et Irving (2005) et Valéau (2007) ont été suivies, à ce jour, par deux études quantitatives qui ont permis de valider les mesures de l'engagement organisationnel d'Allen et Meyer (1990) dans le champ de l'entrepreneuriat : Dawson, Sharma, Irving, Marcus et Chirico (2015) ont validé les liens entre l'engagement affectif et normatif et l'intention des héritiers de rester dans l'entreprise familiale. Mignonac, Vandenbergue, Perrogot, El Akremi et Herrbach (2015) ont montré les effets de l'engagement affectif et continu sur l'intention des franchisés de rester avec leurs franchiseurs.

Cependant, la généralisation du concept d'engagement organisationnel à l'ensemble des entrepreneurs pose problème, notamment lorsqu'il s'agit d'organisations qu'ils ont eux-mêmes créées. Comme le soulignent certains auteurs (Fayolle, 2007 ; Fillion, 1997 ; Verstraete, 2002), pour les entrepreneurs, à la différence des salariés, l'organisation constitue une activité plutôt qu'un contexte. Qui plus est, garder cette organisation n'est pas la seule façon de rester entrepreneur, celui-ci peut également la liquider pour en créer une nouvelle. Bruyat (1994) définit cette activité par opposition au salariat. Parmi d'autres, Dyer (1994), Douglas et Shepherd (2002), Kaplan et Katz (2008) ou encore Sinclair (2008) évoquent l'entrepreneuriat comme choix de carrière. Compte tenu de ces différentes recherches, nous proposons, dans le cadre de cette étude,

d'importer (Stenger, 1987) dans le champ de l'entrepreneuriat, l'engagement dans le métier, également évoqué en termes d'engagement professionnel ou d'engagement dans la carrière (ex. Adam, Webster et Buyarski, 2010 ; Blau, 2007 ; Carson et Bedeian, 1994 ; Morrow, 1993). Plus précisément, nous nous référons au modèle tridimensionnel de Meyer, Allen et Smith (1993), celui-ci appliquant au métier les trois dimensions établies par Allen et Meyer (1990). Deux premières études ont appliqué le modèle tridimensionnel à l'engagement dans le métier d'entrepreneur. Felfe, Schmook, Schyns et Six (2008) ont appliqué le modèle tridimensionnel à l'engagement des travailleurs indépendants vis-à-vis de ce statut, et ont mesuré les effets de cet engagement sur leur niveau de satisfaction et leurs comportements de citoyenneté. L'étude qualitative de Valéau (2007) évoque l'engagement affectif, normatif et continu vis-à-vis de l'activité entrepreneuriale et explore ses liens avec la persévérance. Dans le cadre de notre étude, nous questionnons plus généralement les effets de l'engagement affectif, continu et normatif dans le métier sur l'intention de rester entrepreneur.

Cette recherche menée en partenariat avec le Mouvement des Entreprises de France (MEDEF) s'appuie sur des données recueillies auprès de 315 entrepreneurs français. Elle vise à contribuer à la littérature en entrepreneuriat de deux façons. Premièrement, notre recherche a pour objectif de valider un outil de mesure consistant à étendre le modèle tridimensionnel d'Allen et Meyer au métier d'entrepreneur. Nous comblons ainsi un vide entre les travaux récents introduisant le modèle tridimensionnel de l'engagement organisationnel dans le champ de l'entrepreneuriat (Sharma *et al.*, 2005 ; Dawson *et al.*, 2015 ; Mignonac *et al.*, 2015) et les nombreux travaux abordant l'entrepreneuriat en tant que métier (ex. Dyer, 1994 ; Douglas et Shepherd, 2002 ; Kaplan et Katz, 2008 ; Sinclair, 2008). Deuxièmement, notre recherche vise à mesurer la validité prédictive de l'échelle ainsi établie. Les travaux sur la carrière évoquent, de façon très générale, la diversité des forces qui sous-tendent l'intention de rester entrepreneur. Concrètement, nous souhaitons montrer empiriquement que l'engagement affectif, continu et normatif dans le métier constitue des forces distinctes dont les effets sur l'intention de rester entrepreneurs sont susceptibles de s'ajouter les uns aux autres.

Notre étude montre que le modèle de mesure composé des trois formes affectives, normatives et continues d'engagements dans le métier présente une validité discriminante et convergente satisfaisante. La validité prédictive du modèle est partiellement validée, avec des effets significatifs des dimensions affectives et continues, mais un effet non significatif de l'engagement normatif sur l'intention de rester entrepreneur.

Nous commençons par établir nos hypothèses, puis présentons notre méthode et nos résultats. Nous discutons les apports, les limites de notre étude et identifions un certain nombre de voies ainsi ouvertes pour de futures recherches.

1. Théories et hypothèses

Nous commençons par définir la variable dépendante l'intention de rester entrepreneur, nous évoquons ensuite les développements récents autour du modèle tridimensionnel de l'engagement organisationnel dans le champ de l'entrepreneuriat, puis nous posons nos hypothèses relatives à l'engagement dans le métier

1.1. L'intention de rester entrepreneur

De nombreuses recherches en entrepreneuriat ont pour objet ce que « fait » effectivement l'entrepreneur (Gartner, 1988). Dans ce sens, l'entrepreneuriat peut être défini comme un

ensemble d'activités associées à la création et au développement d'une ou plusieurs entreprises. Ainsi, l'entrepreneur est avant tout un innovateur (Schumpeter, 1935) et un preneur de risques (Mill, 1848 ; Say, 1897 ; Knight, 1921) sans cesse à la recherche de nouvelles opportunités d'affaires à exploiter (Cantillon, 1755 ; Say, 1803 ; Kirzner, 1993). Ces activités identifiées par les auteurs classiques des siècles passés constituent aujourd'hui encore le cœur de la littérature sur l'entrepreneuriat.

Pour de nombreux auteurs, ces activités caractérisent la phase de création (Van de Ven, Huston et Schroeder, 1984 ; Bygrave et Hofer, 1991 ; Gartner, Bird et Starr, 1992 ; Gatner et Gatewood, 1992 ; Davidson, Low et Wright, 2001). Pour d'autres, la phase entrepreneuriale se poursuit aussi longtemps que l'entrepreneur saisit de nouvelles opportunités et développe son entreprise (Carland, Hoy, Boulton et Carland, 1984 ; Davidsson, 2016 ; Fayolle, 2007 ; Fillion, 1997 ; Shane et Vankatamaran, 1997 ; Ucbasaran, Westhead et Wright, 2001). Pour ces auteurs, le défi de l'entrepreneuriat consiste à perpétuer et faire croître l'entreprise au moins autant qu'à la créer. Dans ce sens, la phase entrepreneuriale se poursuit aussi longtemps que l'individu impulse l'entreprise (Davidsson, 2016 ; Verstraete, 2002).

Nous posons le fait de rester entrepreneur comme un comportement entrepreneurial nécessaire, à défaut d'être suffisant, pour que les autres comportements ci-dessus évoqués puissent être ensuite envisagés. Au-delà des débats sur ce qu'est un « vrai » entrepreneur (voir discussion et conclusion), nous posons le fait de rester dans ce métier comme le plus petit commun dénominateur à l'ensemble des entrepreneurs. Le fait de rester entrepreneur ne saurait être tenu pour acquis : il peut être ainsi défini par opposition à l'abandon pur et simple de l'activité entrepreneuriale, le plus souvent pour redevenir salarié (Bryat, 1994 ; Callanan et Zimmerman, 2016 ; Chevalier, Fouquereau, Gillet et Bosselut, 2017 ; Luzzy et Sasson, 2016 ; Ronstadt, 1986 ; Saint-Jean et Mathieu, 2015 ; Ucbasaran, Westhead et Wright, 2001). L'« intention » de rester entrepreneur, telle que mesurée dans le cadre de notre recherche (cf. méthodologie), correspond aux processus cognitifs qui anticipent et souvent précèdent ce comportement (Chevalier *et al.*, 2017 ; Mobley, Horney et Hollingsworth, 1978 ; Paillé, 2007). Outre sa forte corrélation avec les comportements effectifs mesurés par ces auteurs, l'intention de rester constitue, présentement, en tant que telle, une projection dans l'avenir. Dans le cadre du métier d'entrepreneur, elle constitue la représentation d'une trajectoire future participant à la construction de la carrière (Dyer, 1994 ; Katz, 1994 ; Demetry, 2017). Cette intention de rester entrepreneur s'oppose aux doutes évoqués dans le premier paragraphe de l'introduction (Chevalier *et al.*, 2017 ; Saint-Jean et Jacquemin, 2012 ; Valéau, 2006, 2007). Nous proposons, dans le cadre de cette recherche, à travers le modèle tridimensionnel de l'engagement dans le métier, de mieux comprendre les facteurs psychologiques qui influencent cette intention.

Notre recherche rejoint la position de Verstraete (2002) qui définit l'entrepreneuriat comme une dialectique cognitive, praxéologique et structurale mettant en relation l'entrepreneur et son entreprise. Sur un plan plus pratique, Bryat (1994) met en perspective les interactions dialogiques entre la condition de l'entrepreneur et les innovations liées à son projet d'entreprendre. Dans ce sens, l'entrepreneur « impulse » l'organisation (Verstraete, 2002), il la conçoit tout d'abord sous la forme d'une vision qu'il réalise ensuite (Fillion, 1997). Ces cadres d'analyse permettent de penser simultanément la diversité de l'entrepreneur et des activités entrepreneuriales. À travers la notion d'engagement, nous focalisons ainsi notre attention sur la relation entre l'entrepreneur et son activité.

1.2. Le modèle tridimensionnel l'engagement organisationnel appliqué aux entrepreneurs

Récemment introduit dans le champ de l'entrepreneuriat (Sharma et Irving, 2005 ; Valéau, 2007a ; Dawson *et al.*, 2013 ; Mignonac *et al.*, 2015), l'engagement organisationnel est un concept venu de la psychologie des organisations. Il décrit la relation entre l'individu et son environnement de travail (Allen et Meyer, 1990). Mowday, Steers et Porter en 1979 en avaient proposé une version affective unidimensionnelle très utilisée dans les années 1990. Le modèle tridimensionnel d'Allen et Meyer (1990) est devenu la norme dès la fin des années 1990. Ce modèle comprend 18 items : trois séries de 6 items (cf. partie Méthode) reflétant la dimension affective, la dimension normative et la dimension continue.

L'engagement organisationnel affectif correspond à un attachement émotionnel fondé sur une identification envers l'organisation (Sharma et Irving, 2013). L'employé avec un fort engagement affectif reste dans l'organisation parce qu'il le souhaite (Allen et Meyer, 1990). Cette définition rejoint celle de Mowday, Steers et Porter (1979) : elle décrit une appartenance fondée sur le partage des buts et des valeurs de l'organisation. L'engagement affectif a toujours donné les meilleurs résultats en termes de « prédiction » comportementale (Allen et Meyer, 1990 ; Meyer, Stanley, Herscovitch et Topolnytsky, 2002). Selon Sharma et Irving (2005) et Dawson *et al.* (2015), cette forme d'engagement s'applique parfaitement aux héritiers des familles entrepreneuriales et explique de façon significative leur intention de rester. Mignonac *et al.* (2015) ont validé les effets de cette forme sur l'intention des franchisés de rester avec leurs franchiseurs.

L'engagement continu est défini comme une attention donnée aux coûts associés à un éventuel départ (Sharma et Irving, 2005). L'employé ayant un fort engagement continu reste dans l'organisation par intérêt et par nécessité (Allen et Meyer, 1990). Ces formes d'engagement ont tout d'abord été abordées en termes d'échanges avant d'être reformulées en termes d'investissements engageant peu à peu l'individu dans une ligne d'action donnée (Becker, 1960 ; Staw, 1976 ; Allen et Meyer, 1990). Le terme de « continu » est ainsi généralement préféré à celui de « calculé », notamment utilisé par Etzioni (1961). Sharma et Irving (2005), Dawson *et al.* (2015), Mignonac *et al.* (2015) ont montré les effets de l'engagement continu des entrepreneurs sur l'intention de rester dans leur organisation actuelle.

L'engagement normatif repose sur un sentiment d'obligation morale vis-à-vis des personnes dans l'entreprise (Sharma et Irving, 2005). L'employé avec un haut niveau d'engagement normatif a le sentiment qu'il « doit » rester dans l'organisation. L'expression idiomatique « *ought to* » utilisée par Allen et Meyer (1990) évoque un devoir moral de l'ordre de celui indiqué par Kelman (1958) et Kanter (1968). Wiener (1982) assimile cette forme d'engagement aux pressions normatives internalisées par le salarié, l'incitant à agir conformément aux intérêts de l'organisation. Cette dimension n'avait pas été mobilisée par Mignonac *et al.* (2015) dans le cadre des franchises. Sharma et Irving (2005) et Dawson *et al.* (2015) ont montré qu'elle pouvait s'appliquer aux héritiers des entreprises familiales.

1.3. L'extension du modèle tridimensionnel au métier d'entrepreneur

Les recherches de Sharma et Irving (2005), Dawson *et al.* (2015) et Mignonac *et al.* (2015) ont contribué à l'importation du concept d'engagement dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, nous considérons que l'engagement dans l'organisation ne peut être généralisé en l'état à l'ensemble des entrepreneurs. Dans la lignée de Fayolle (2007), de Fillion (1997) et de Verstraete (2002), nous affirmons que l'entrepreneuriat ne se limite pas à l'entreprise créée. Pour Bruyat (1994), le projet d'entreprendre constitue un projet de vie en rupture avec le salariat.

Cet argument peut être appliqué aux trois dimensions de l'engagement dans le métier et l'intention de rester entrepreneur.

De très nombreux travaux abordent l'entrepreneuriat en termes de carrière (ex. Burton, Sorensen et Dobrev, 2016 ; Demetry, 2017 ; Douglas et Shepherd, 2002 ; Dyer 1994 ; Kaplan et Katz, 2008 ; Sinclair, 2008) : ces auteurs évoquent des aspects très différents, certains sur les aspects affectifs, d'autres sur les investissements, mais tous considèrent l'entrepreneuriat du point de vue de l'entrepreneur en tant que trajectoire commençant avec la création de la première entreprise et se terminant soit par la retraite, soit par un retour au salariat. Dans ce sens, Valéau (2007) évoque un engagement au-delà de l'organisation créée, plus largement orienté vers l'activité entrepreneuriale, il mentionne notamment la notion de métier : « Comme pour les autres métiers, le travail des entrepreneurs reste soumis aux contingences de leur engagement. » Suivant cette approche, nous empruntons à présent le concept d'engagement dans le métier.

Le métier a été le premier objet à bénéficier de l'extension théorique et empirique du modèle tridimensionnel d'Allen et Meyer (1990) avec les travaux de Meyer *et al.* (1993), puis ceux d'Irving, Coleman et Cooper (1997) ou de Stinglhamber, Bentein et Vandenberghe (2002). Nous appliquons ce concept au métier d'entrepreneur. Suivant les objectifs de cette recherche, nous entendons, ce faisant, relier les travaux récents introduisant le modèle tridimensionnel de l'engagement organisationnel dans le champ de l'entrepreneuriat (Sharma *et al.*, 2005 ; Dawson *et al.*, 2015 ; Mignonac *et al.*, 2015) et les nombreux travaux abordant l'entrepreneuriat en tant que métier (ex. Dyer, 1994 ; Douglas et Shepherd, 2002 ; Kaplan et Katz, 2008 ; Sinclair, 2008).

Parmi les effets de l'engagement dans le métier, le principal et le plus direct reste, selon Meyer et Herscovitch (2001), l'intention de rester dans le métier. Notre recherche est, à notre connaissance, la première à appliquer le modèle tridimensionnel de l'engagement dans le métier aux entrepreneurs. Nous retrouvons cependant dans la littérature des écrits évoquant des phénomènes du même ordre en relation avec des comportements en lien avec la poursuite de l'activité entrepreneuriale. Nous nous appuyons ainsi à la fois sur les travaux validés dans le contexte du salariat et sur les indices identifiés dans le cadre de littérature entrepreneuriale pour poser nos trois hypothèses.

1.4. Les effets de l'engagement dans le métier sur l'intention de rester entrepreneur

1.4.1. *Les effets de l'engagement affectif dans le métier sur l'intention de rester entrepreneur*

L'engagement affectif dans le métier a pour fondement le désir et l'identification à ce dernier (Meyer *et al.*, 1993 ; Meyer et Herscovitch, 2001). Une première série de recherches étaient exclusivement consacrées à cette dimension, posant la vocation personnelle et l'intégration sociale comme principales caractéristiques des salariés dit professionnels (ex. Adam, Webster et Buyarski, 2010 ; Blau, 2007 ; Carson et Bedeian, 1994 ; Morrow, 1993). Ces études ont démontré les effets de l'engagement affectif dans le métier sur l'intention de rester dans ce dernier : le sentiment d'appartenance crée un attachement qui se concrétise par des comportements portés par le désir de rester membres du groupe professionnel ainsi identifié. La méta-analyse de Lee, Carswell et Allen (2000) concluait ainsi que l'engagement affectif constituait le meilleur prédicteur de l'intention de rester dans un métier donné.

L'engagement affectif dans le métier d'entrepreneur peut être défini comme un attachement à la fois psychologique et social fondé sur une identification envers cette profession : l'entrepreneur aime son métier, l'entrepreneur est fier d'être entrepreneur. On pourra, comme le font Dyer (1994) et Katz (1994) ou plus récemment Demetry (2017), parler de vocation. L'article de Katz (1994) évoque plus particulièrement les différents aspects et attributs de cette construction identitaire des entrepreneurs et du sentiment d'appartenance qui en découle. Moreau (2004) et Demetry (2017) insistent également sur la dimension identitaire de l'entrepreneuriat : sur le fait que l'individu puise dans le statut d'entrepreneur une image positive de lui-même. Le désir évoqué par Meyer *et al.* (1993) et Meyer et Herscovitch (2001) n'est quant à lui pas sans rappeler la passion entrepreneuriale développée par Cardon, Wincent, Singh et Drnovsek (2009) : un sentiment positif intense mêlant plaisir et identification associé à l'activité entrepreneuriale, que ces auteurs distinguent de la passion liée à l'entreprise créée. Felfe *et al.* (2008) indiquaient que l'engagement affectif des travailleurs indépendants vis-à-vis de leur statut avait un effet sur les comportements de citoyenneté organisationnelle. Valéau (2007) montrait que l'engagement affectif envers l'activité entrepreneuriale peut aider l'entrepreneur à dépasser ses moments de doute face à des situations décourageantes. L'engagement affectif donne à l'activité entrepreneuriale une valeur intrinsèque rendant l'option de continuer plus désirable qu'un éventuel retour au salariat, au-delà des avantages et inconvénients matériels. Nous généralisons ces propos à travers l'hypothèse suivante.

Hypothèse 1. L'engagement affectif dans le métier d'entrepreneur a un effet positif sur l'intention de rester dans ce métier.

1.4.2. Les effets de l'engagement continu dans le métier sur l'intention de rester entrepreneur

L'engagement continu dans le métier a pour base des formes de calculs fondés sur l'éventualité de perdre les ressources et les efforts précédemment investis, compte tenu des alternatives possibles (Meyer *et al.*, 1993 ; Meyer et Herscovitch, 2001). Concernant les salariés, l'étude de Meyer *et al.* (1993) reste à ce jour l'une des seules à avoir examiné cette dimension en lien avec ce comportement, elle confirme que quitter son métier d'origine peut être coûteux et a un effet négatif sur l'intention de changer de métier. Les investissements en question portent principalement sur la maîtrise des compétences liées au métier. Ainsi, Meyer *et al.* (1993) identifiaient une relation significative entre l'engagement continu dans le métier et l'intention de rester dans ce dernier.

Dans le cadre du métier d'entrepreneur, l'engagement continu peut être défini comme une attention donnée aux coûts associés à un éventuel abandon de cette trajectoire de carrière, en comparaison notamment aux possibilités et aux avantages de devenir salarié. Felfe *et al.* (2008) montraient que l'engagement continu des travailleurs indépendants vis-à-vis de leur statut avait un effet négatif. Cependant, deux autres séries d'études évoquent de tels investissements et alternatives et nous permettent de poser l'hypothèse d'un lien avec l'intention de rester entrepreneur : les études sur la surenchère engagementale et celles sur les mobilités entre l'entrepreneuriat et le salariat. Les études sur la surenchère engagementale développées par exemple par McCarthy, Schoorman et Cooper (1993) ou plus récemment DeTienne *et al.* (2008) partagent avec l'engagement continu certains fondements théoriques, notamment ceux de Staw (1976). Le phénomène observé par cet auteur est que la plupart des individus préfèrent surenchérir plutôt que d'accepter de perdre leurs investissements. Staw (1976) explique cette tendance par le jeu de la dissonance cognitive et des logiques d'autojustification dans le cadre d'orientations comportementales au départ librement choisies. Les études sur les alternatives en termes

d'emploi salarial ont été récemment reprises et approfondies par Burton *et al.* (2016) et Luzzi et Sasson (2016). Ces auteurs resituent le métier d'entrepreneur dans le cadre plus large de carrières au cours desquelles les individus peuvent se réorienter. L'un des paramètres mis en avant est la possibilité de maintenir un salaire équivalent suite à ces mobilités. Ils proposent un modèle contingent mettant en avant les barrières à l'entrée en termes d'efforts pour devenir entrepreneur, puis des possibilités contrastées de retour au salariat en fonction de la transposabilité des compétences acquises. Ils montrent ainsi que les entrepreneurs-ingénieurs ont plus de facilité à retrouver un emploi avec le même niveau de revenu que des entrepreneurs « *self-made-men* ». L'étude qualitative de Valéau (2007) confirmait les effets de ces investissements progressifs sur la tendance des entrepreneurs à persévérer face aux doutes. Suivant des approches quantitatives, les travaux de DeTienne *et al.* (2008) expliquent sur la base de ces investissements que certains entrepreneurs restent en affaires, du fait de ces investissements passés, malgré des résultats inférieurs à leurs attentes. Il importe cependant de rappeler que les entrepreneurs ont également la possibilité de poursuivre ce métier à travers la création d'une nouvelle entreprise (Westhead et Wright, 1998), cette option pouvant être également interprétée comme une surenchère d'investissement dans cette voie de carrière. Nous faisons ainsi l'hypothèse d'une relation entre cette forme d'engagement et l'intention de rester dans le métier.

Hypothèse 2. L'engagement continu dans le métier d'entrepreneur a un effet positif sur l'intention de rester dans ce métier.

1.4.3. Les effets de l'engagement normatif dans le métier sur l'intention de rester entrepreneur

L'engagement normatif repose sur un sentiment d'obligation morale (Meyer *et al.*, 1993 ; Meyer et Herscovitch, 2001). Cette dimension de l'engagement dans le métier rejoint, à certains égards, l'éthique au travail et les normes professionnelles étudiées par Morrow (1993) et Blau (2007), ces éléments définissant des corporations et des cultures qui, selon ces deux auteurs, influencent les comportements des professionnels et notamment leur intention de rester dans le métier (Blau, 2007). L'étude de Meyer *et al.* (1993) montrait effectivement une relation significative entre l'engagement normatif dans le métier et l'intention de rester dans ce dernier.

Dans le cadre du métier d'entrepreneur, en prolongeant les réflexions développées à propos des métiers salariés, l'engagement normatif consisterait à se définir par rapport à ce que l'activité entrepreneuriale apporte à la communauté en termes de richesse et de bien-être. Dans la littérature, la dimension normative apparaît plutôt en marge des deux précédentes. Nous le retrouvons cependant chez Weber (1905), dans ce cadre de l'éthique protestante, au sein de laquelle l'activité entrepreneuriale prend une dimension morale : l'ascétisme de l'entrepreneur contribue au développement de l'entreprise qui elle-même bénéficie à la communauté. Dans un contexte plus contemporain, Felfe *et al.* (2008) relevaient que l'engagement normatif des travailleurs indépendants vis-à-vis de leur statut n'avait pas un effet sur les comportements de citoyenneté organisationnelle. Nous retrouvons cependant certains éléments de cette dimension normative à travers la notion de responsabilité sociale des entreprises qui resitue l'activité de l'entrepreneur dans son contexte environnemental et sociétal (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2007). Les écrits sur la responsabilité sociale des entrepreneurs mettent en avant des comportements visant à éviter ou limiter les conséquences négatives de l'activité pour les autres parties prenantes. Valeau (2001) ou Yunus (2010) vont plus loin en montrant que certains entrepreneurs, souvent qualifiés de « sociaux », ont pour principal objectif d'aider ceux qui les entourent et poursuivent leur activité entrepreneuriale malgré les découragements personnels, afin, par exemple, de maintenir les emplois qu'ils ont créés. L'engagement normatif dans le métier d'entrepreneur

est sans doute plus rarement développé que les autres dimensions, nous faisons cependant l'hypothèse que sa présence est suivie d'effets sur l'intention de rester entrepreneur :

Hypothèse 3. L'engagement normatif dans le métier d'entrepreneur a un effet positif sur l'intention de rester dans ce métier.

2. Méthode

Nous présentons ici la composition de notre échantillon, les outils de mesures utilisés ainsi que les analyses effectuées sur cette base.

2.1. Échantillon

Cette étude a été menée en France dans le cadre d'un partenariat entre notre université et la section locale du Mouvement des Entreprises de France (MEDEF)¹, le principal syndicat patronal français. Un courriel transmis à ses membres (n = 450) ainsi qu'aux membres de la section locale de la Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises (CGPME)² (n = 280), le second syndicat patronal français, qui s'est joint au projet pour la collecte de données. Le courriel envoyé présentait les objectifs de l'étude et les garanties d'anonymat et donnait le lien internet pour remplir le questionnaire. Un courriel de relance a été envoyé deux semaines après. Deux des répondants nous ont demandé à pouvoir disposer d'une version papier. Sur les 730 entrepreneurs contactés, 315 ont rempli notre questionnaire, soit un taux de réponse de 43,1 %³. Les répondants étaient en majorité des hommes (74,3 %). L'âge moyen était de 43 ans avec un écart-type de 11. La taille moyenne de leur principale entreprise était de 13,2 salariés avec un écart-type de 65,9. La population visée était celle des entrepreneurs français. Les données de l'INSEE disponibles sur cette population concernent uniquement la phase de créations, mais nous donnent cependant quelques repères pour apprécier la représentativité de notre échantillon. 60 % des créateurs sont des hommes, la moyenne d'âge est de 38 ans, le nombre de salariés moyen au démarrage est de 2,5. Les différences observées avec notre échantillon et ces données font sens : les entrepreneurs qui composent notre échantillon sont forcément plus âgés qu'au moment de la création, le nombre de salariés employés est plus important car ils ont développé leurs entreprises. Le pourcentage plus important d'hommes peut s'expliquer par des démarrages à des époques où les femmes étaient moins nombreuses à se lancer en affaires. Nous pouvons ainsi considérer que les participants à notre étude constituent un échantillon relativement représentatif de la population des entrepreneurs français.

2.2. Mesures

Toutes les mesures mises en œuvre dans le cadre de cette recherche utilisaient des échelles de Likert à 5 modalités (1 = pas du tout d'accord ; 5 = parfaitement d'accord). Toutes ces mesures s'appuyaient sur des questionnaires validés en français dans le cadre de recherches antérieures. L'engagement dans le métier constitue l'extension par Meyer *et al.* (1993) du modèle tridimensionnel d'Allen et Meyer (1990), ce dernier a été validé dans le contexte de l'entrepreneuriat par Dawson *et al.* (2015) et traduit en français par Mignonac *et al.* (2015). L'échelle de Meyer *et al.* (1993) a été traduite en français par Stinglhamber, Bentein et Vandenberghe (2002). Nous avons adapté cette échelle au métier d'entrepreneur à travers la consigne suivante : « Les

1. www.medef.com

2. www.cpme.fr

3. Le même lien a été envoyé à tous, l'adhésion au MEDEF ou à la CGPME ne figurait pas parmi les questions posées.

questions ci-dessous s'intéressent à votre relation avec le métier d'entrepreneur » et en remplaçant, dans le questionnaire, le terme générique « *mon métier* » soit par « *entrepreneur* », soit par « *le métier d'entrepreneur* ». L'échelle d'engagement affectif comprenait 4 items (*coefficient de fidélité composite* = .81, ex. « *Je suis fier d'être entrepreneur* »), l'engagement continu correspondait également à 4 items (*coefficient de fidélité composite* = .70, ex. « *Il serait plus coûteux de redevenir salarié que de rester entrepreneur* »), L'engagement normatif comptait également 4 items (*coefficient de fidélité composite* = .72, ex. « *Je me sens une responsabilité à continuer en tant qu'entrepreneur* »). Notre mesure de l'intention de rester entrepreneur s'appuie sur une série d'items inspirés du modèle cognitif de Mobley, Horney et Hollingsworth (1978) traduit en français par Paillé (2007), que nous avons adapté au métier d'entrepreneur. L'intention de rester comprend 3 items inversés correspondant au fait de songer à devenir ou redevenir salarié, d'avoir l'intention de devenir salarié et de chercher activement un travail salarié (*coefficient de fidélité composite* = .89, ex. « *Je cherche activement une solution pour (re)devenir salarié* »). L'ensemble du questionnaire utilisé est présenté dans l'annexe 1.

2.3. Analyses des données

L'ensemble des analyses effectuées dans le cadre de cette recherche relève des méthodes d'équations structurelles. Ces méthodes permettent d'évaluer la capacité globale d'un modèle théorique à représenter adéquatement la réalité des données recueillies en tenant compte à la fois des construits (variables latentes) autour desquels se structurent les réponses aux différentes questions (variables observées), mais aussi de leurs relations causales. La démarche s'effectue en deux temps : avec d'abord la validation du modèle de mesure, en prenant en compte l'ensemble des covariances entre les construits ; avec ensuite la validation du modèle prédictif, avec le paramétrage des liens établis entre les variables dans le cadre des hypothèses. La validation du modèle de mesure se fait elle-même en trois temps : nous mesurons, tout d'abord, le biais de variance commune à travers l'introduction d'un facteur latent commun ; nous évaluons ensuite la validité discriminante en comparant les performances du modèle de mesure avec celles de tous les autres modèles possibles puis en comparant les corrélations intra-construits et inter-construits ; nous calculons les coefficients de fidélité composite, plutôt que des Alphas de Cronbach, comme il est d'usage dans le cadre des équations structurelles (Bacon, Sauer et Young, 1995 ; Peterson et Kim, 2013 ; Raykov, 1997). Comparativement aux régressions linéaires qui, une fois les construits identifiés, agrègent les mesures, les modèles d'équations structurelles conservent l'ensemble des données y compris au moment de mesurer les relations entre les construits. Les modèles d'équations structurelles permettent, ce faisant, une validation plus aboutie du modèle théorique simultanément examiné dans sa globalité et dans ses détails.

Nous revenons à présent sur l'ensemble des indicateurs utilisés pour évaluer les différents éléments de validité de notre modèle ainsi que les seuils habituellement admis pour pouvoir les considérer comme significatifs.

Dans la mesure où toutes les variables étudiées dans le cadre de cette recherche ont été mesurées à partir d'une même source (le même répondant), au même moment, la première étape de notre analyse consiste à contrôler l'existence d'un éventuel biais de variance commune. Un tel biais pourrait augmenter artificiellement les relations observées entre les variables. Nous testons le biais de variance commune à l'aide d'un facteur latent commun (Podsakoff, MacKenzie, Lee et Podsakoff, 2003). Nous comparons le modèle de mesure seul et le modèle avec l'ajout d'un facteur commun relié à l'ensemble des items afin d'examiner dans quelle mesure l'ajout de ce facteur modifie les coefficients de régression standardisés (β). Des différences supérieures à 0,200 indiqueraient un biais important.

Nous évaluons ensuite notre modèle de mesure. La fiabilité des construits a été évaluée à l'aide du coefficient de fidélité composite (Bacon, Sauer et Young, 1995 ; Peterson et Kim, 2013 ; Raykov, 1997). Celui-ci doit être supérieur ou égal à 0,70 pour être significatif. La validité discriminante de notre modèle a ensuite été évaluée avec une analyse factorielle confirmatoire (AFC, Kline, 2011), puis avec la technique multitrait/multiméthode (MTMM, Henseler, Ringle et Sarstedt, 2015). Pour l'AFC, nous comparons les différents modèles à l'aide de l'Aikaike information criterion (AIC, voir ci-après) et des différences de χ^2 . Après un repérage des moyennes, écarts-types et corrélations bivariées, nous testons nos hypothèses suivant la méthode des modèles d'équations structurelles à l'aide d'Amos. Pour l'approche MTMM (Henseler, Ringle et Sarstedt, 2015), nous avons reconstitué une matrice distinguant les corrélations entre les indicateurs de construits différents et les corrélations entre indicateurs à l'intérieur de ces mêmes construits. Nous analysons la validité discriminante des construits deux à deux. Le principe est que la corrélation moyenne entre items de deux construits différents doit être inférieure à la corrélation moyenne des items à l'intérieur de ces construits. Le ratio généralement retenu est 0,85 (Henseler, Ringle et Sarstedt, 2015 ; Clark et Watson, 1995).

Nous mesurons la qualité de l'ajustement du modèle théorique par rapport aux données en référence au chi-deux, au RMSEA, au CFI, au NNFI et à l'AIC. Selon Burnham et Anderson (2002) et Hu et Bentler (1999), le ratio entre la valeur du chi-deux et le nombre de degrés de liberté doit être situé entre 2 et 3, la valeur du RMSEA doit être comprise entre .05 et .08., les valeurs requises pour le CFI et le NNFI se situent entre .90 et .95. L'indice de parcimonie AIC nous permet de comparer les modèles entre eux. Selon Burnham et Anderson (2002), une différence de 4 à 7 minimum est nécessaire pour pouvoir conclure à un meilleur niveau de significativité.

Les effets modérateurs de l'âge et de la taille de l'effectif ont été contrôlés à l'aide de z-scores. Ces scores doivent être compris entre -1,92 et 1,92 pour être considérés comme non significatifs.

3. Résultats

Nous présentons à présent nos résultats. Nous commençons par le biais de variance commune et la validation confirmatoire de notre modèle de mesure. Nous poursuivons avec les corrélations bivariées et les résultats du modèle d'équations structurelles.

3.1. Contrôle du biais de variance commune

Nous testons le biais de variance commune suivant la technique du facteur commun latent (Podsakoff *et al.*, 2003). Nous avons tout d'abord testé notre modèle en incluant toutes les variables de l'étude, les trois formes d'engagement et l'intention de rester. Ce modèle présente un ajustement satisfaisant ($\chi^2 = 247,1$, $df = 82$, $p < .001$, $\chi^2 / df = 3,02$; CFI = .90, NNFI = .92 ; RMSEA = .078 ; AIC = 323,5). Nous avons ensuite ajouté à ce modèle un facteur commun latent : tous les indicateurs étaient reliés à la fois à leur construit théorique et à ce facteur. Ce facteur améliore l'ajustement du modèle ($\chi^2 = 138,68$, $df = 68$, $\chi^2 / df = 2,03$ $p < .001$, CFI = .94, NNFI = .96 ; RMSEA = .053 ; AIC = 242,4), cependant il ne modifie pas de façon significative les coefficients de régression standardisés (β), les fluctuations observées restent toutes inférieures au seuil de 0,200 (maximum observé = 0,178). Nous pouvons ainsi conclure qu'il existe un facteur latent commun mais que celui-ci ne constitue pas un biais important. Nous pouvons ce faisant poursuivre nos autres analyses.

3.2. Évaluation du modèle de mesure

Les coefficients de fidélité composite étaient tous situés au-dessus du standard de .70 (cf. partie mesure). Cependant, suivant les recommandations d'Anderson et Gerbing (1988), nous avons également procédé à une analyse factorielle confirmatoire (CFA) afin de confirmer les propriétés psychométriques de notre modèle à quatre facteurs incluant les trois composants de l'engagement dans le métier d'entrepreneur et l'intention de poursuivre cette carrière. Les résultats présentés dans le tableau 1 montrent que ce modèle présente d'une part un ajustement satisfaisant ($\chi^2 = 247.1$, $df = 82$, $p < .001$; CFI = .90, NNFI = .92 ; RMSEA = .078 ; AIC = 323.5), et que d'autre part aucun des autres modèles testés n'atteint un niveau d'ajustement équivalent. Nous avons complété l'analyse de la validité discriminante suivant la technique MTMM. Comme le montre le tableau 2, aucun des ratios intra-inter construits n'excède 0,85. Nous pouvons donc conclure que notre modèle de mesure présente une validité discriminante satisfaisante.

Tableau 1. Analyse factorielle confirmatoire

	$\chi^2(df)$	$\Delta\chi^2$	CFI	NNFI	RMSEA	AIC
1. 4 facteurs (3 engagements + intention)	247,1 (82)	-	.90	.92	.078	323,5
2. 3 facteurs (fusion affectif x normatif)	384,2 (85)	.99	.81	.85	.103	454.2
3. 3 facteurs (fusion normatif x continu)	266.0 (85)	.97	.88	.91	.080	336.0
4. 3 facteurs (fusion affectif x continu)	412.4 (85)	.99	.79	.83	.108	482.4
5. 2 facteurs (fusion engagements)	438.5 (87)	.99	.78	.82	.110	504.5
6. 1 facteur	811.4 (88)	.99	.57	.64	.158	875.4

Note : $\Delta\chi^2$ = probabilité que l'ajustement du modèle 1 soit supérieur au modèle alternatif

Tableau 2. Validité discriminante à l'aide de la méthode MTMM

	1	2	3	4
1. Engagement affectif	-			
2. Engagement continu	.59 (.268/.448)	-		
3. Engagement normatif	.47 (.218/.457)	.84 (.328/.387)	-	
4. Intention de rester entrepreneur	.46 (.289/.616)	.38 (.203/.523)	.48 (.258/.533)	-

Note : la première valeur indique le ratio MTMM. Les chiffres entre parenthèses correspondent à la corrélation moyenne entre les items inter-construits et la moyenne géométrique des corrélations intra-construits).

3.3. Statistiques descriptives et corrélations

Le tableau 3 rassemble les statistiques descriptives : moyennes et écarts-types, ainsi que les corrélations entre les variables étudiées. Les trois formes de l'engagement dans le métier d'entrepreneur sont corrélées les unes aux autres : l'engagement affectif avec l'engagement normatif ($r = .35$; $p < .01$) ; l'engagement affectif avec l'engagement continu ($r = .41$; $p < .01$) ; l'engagement normatif avec l'engagement continu ($r = .56$; $p < .01$). La variable dépendante, l'intention de rester entrepreneur, est également corrélée avec chacune de ces trois formes : avec l'engagement affectif ($r = .39$; $p < .01$) ; avec l'engagement continu ($r = .36$; $p < .01$) et

avec l'engagement normatif ($r = .28$; $p < .01$). Ces corrélations restent inférieures au seuil de $.70$, évitant ainsi les risques de multicollinéarité.

Tableau 3. Statistiques descriptives et corrélations

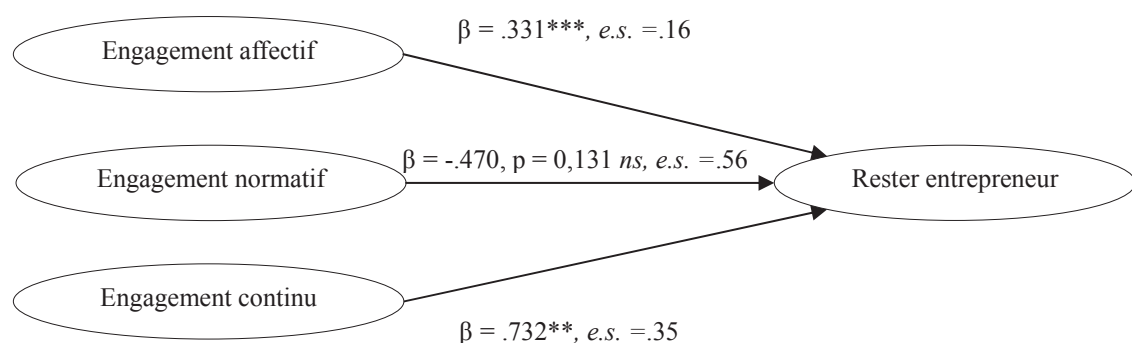
	M	ET	1	2	3	4
1. Engagement affectif	4.50	1.64	-			
2. Engagement continu	3.38	.96	.359*	-		
3. Engagement normative	3.67	.94	.413**	.563**	-	
4. Intention de rester entrepreneur	4.51	.84	.397**	.368**	.284**	-

Note : * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

3.4. Résultat du modèle d'équations structurelles

Nous avons testé nos trois hypothèses suivant la méthode des équations structurelles, à l'aide du logiciel AMOS, en utilisant la matrice de covariance. Notre modèle présente un bon ajustement avec les données ($\chi^2 = 247.51$, $df = 82$, $p = .000$; $CFI = .90$; $NNFI = .92$; $RMSEA = .078$; $AIC = 323.51$). La figure 2 présente ce modèle : l'intention de rester entrepreneur est influencée par l'engagement affectif ($\beta = .331$, $p < .001$) et par l'engagement continu ($\beta = .732$, $p < .01$). Alors que le *bêta* de l'engagement continu est plus élevé que celui de l'engagement affectif, l'erreur standard plus importante (s.e. = $.35 >$ s.e. $.16$) aboutit à une probabilité moins certaine, mais cependant très significative. L'engagement normatif n'a pas d'effet significatif ($\beta = .470$, $p = 0,131$, *ns*). Le *bêta* relativement élevé est ici relativisé par une erreur standard plus importante (s.e. = $.56$). Nos résultats nous permettent ainsi de confirmer nos hypothèses 1 et 3, mais ne permettent pas de valider l'hypothèse 2.

Figure 1. Modèle d'équations structurelles



Note : e.s. = erreur standard, ns : non significatif ; * : $p < 0,05$; ** : $p < 0,01$; *** : $p < 0,001$

3.5. Analyses supplémentaires

Nous avons effectué une série d'analyses visant à établir si certaines variables telles que l'âge de l'entrepreneur ou la taille de l'effectif modifiaient les relations précédemment établies entre les variables. Les z-scores obtenus concernant l'âge étaient de $0,561$ ($p = ns$) pour la relation entre l'engagement affectif et l'intention de rester entrepreneur, de $0,508$ ($p = ns$) pour

l'engagement normatif et de 0,107 ($p = ns$) pour l'engagement continu. Les z-scores concernant la taille de l'effectif étaient de 0,127 ($p = ns$) pour la relation entre l'engagement affectif et l'intention de rester entrepreneur, de -0,199 ($p = ns$) pour l'engagement normatif et de 0,245 ($p = ns$) pour l'engagement continu. Ces z-scores apparaissent tous très faibles et non significatifs. Nous pouvons donc conclure que ces variables ne modifient pas les bêtas identifiés dans le cadre du modèle d'équations structurelles.

4. Discussion

Les contributions visées par notre recherche étaient de deux ordres : valider un outil de mesure et évaluer sa capacité explicative. Le premier objectif de cette recherche était de valider un outil de mesure permettant d'intégrer différents aspects de l'expérience entrepreneuriale, à travers les trois formes d'engagement définies par Allen et Meyer (1990) et étendues au métier par Meyer *et al.* (1993). Nos résultats concernant la validité discriminante et convergente de ce modèle de mesure nous permettent de valider ce modèle de mesure : les trois dimensions du modèle de l'engagement dans le métier de Meyer *et al.* (1993) s'appliquent de façon satisfaisante aux entrepreneurs. Le second objectif était de pouvoir identifier les effets respectifs de chacune de ces trois dimensions sur l'intention de rester entrepreneur. Nos résultats indiquent une validation seulement partielle de notre modèle prédictif avec des effets distincts et potentiellement complémentaires des engagements affectifs et continus, mais un effet non significatif de l'engagement normatif. Nous discutons à présent ces résultats en considérant leurs apports aux recherches passées sur la psychologie de l'entrepreneur, leurs limites et les perspectives ouvertes pour de futures recherches.

Nos résultats concernant l'engagement affectif sont les plus probants en termes de bêta, d'erreur standard et de probabilité d'erreur. Cet indicateur est le plus consistant, le plus fiable et le plus prédictif. La moyenne générale est également la plus élevée des trois formes d'engagement, ce qui indique que, pour un grand nombre d'entrepreneurs, il s'agit d'un élément important de leur expérience vécue. L'engagement affectif ainsi mesuré et relié à l'intention de rester entrepreneur opérationnalise les aspects affectifs que nous retrouvons notamment dans la « passion ». La passion apparaît comme un élément important dans de nombreux écrits sur l'entrepreneuriat (Fayolle, 2007 ; Filion, 1997 ; Verstratete, 2002 ; Valéau, 2007). Dans la littérature anglo-saxonne, cet aspect a été plus longtemps négligé, mais fait l'objet d'un regain d'intérêt à travers notamment les travaux de Cardon (ex. Cardon, Wincent, Singh et Drnovsek, 2009). Par rapport à ces travaux, notre étude permet d'établir de façon plus spécifique des éléments de passion orientés sur le métier d'entrepreneur, alors que les travaux de Cardon évoquent la passion à propos d'activités mêlant l'organisation et le métier. Ces résultats confortent également ainsi le caractère vocationnel de l'entrepreneuriat développé dans les travaux de Dyer (1994) et Katz (1994), par la suite relégué au second plan au profit des questions d'investissements. Nos résultats contribuent à l'étude de l'entrepreneuriat en mettant en exergue le fait que la passion pour l'entrepreneuriat en tant que métier n'est pas seulement une source de plaisir mais aussi une cause concrète d'orientations comportementales telle que l'intention de poursuivre dans le métier. Notre approche quantitative permet d'identifier un effet propre, distinct des forces liées aux investissements. Le fait que, avec une moyenne élevée, l'engagement affectif soit également le mieux corrélé à l'intention de rester entrepreneur signifie tour à tour qu'un léger supplément peut faire la différence et qu'un défaut d'engagement affectif peut être rédhibitoire.

Nos résultats concernant l'engagement continu apparaissent également très probants avec une bonne consistance et un effet significatif sur l'intention de rester dans le métier

d'entrepreneur. Pour bien comprendre ce que ces résultats peuvent apporter à la littérature, il convient de revenir sur la distinction entre le processus d'engagement et les motivations initiales liées aux premiers investissements. La notion d'investissement a souvent été reliée à la conception d'un entrepreneur volontariste saisissant les opportunités (Shane et Vankataraman, 1997 ; Shaver, 1995), autrement dit d'un entrepreneur prenant pro-activement, de façon rationnelle et calculée, un risque (Miller, 2011). Cependant, suivant la théorie de Becker (1960), tout investissement amène la peur de le perdre, ce qui pousse souvent l'individu à réinvestir de nouveau pour rester en jeu. Staw (1976) évoque ainsi des surenchères (« *escalation* ») fondées sur l'autojustification. L'entrepreneur apparaît ainsi matériellement et psychologiquement de plus en plus prisonnier de la ligne d'action entreprise (« enlisé » suivant le terme utilisé par Staw, 1976). Suivant une approche qualitative, Valéau (2007) montrait effectivement que les investissements et les alternatives des entrepreneurs étaient liés : plus l'entrepreneur investit dans les affaires, plus ses possibilités de trouver une option équivalente en tant que salarié s'amenuisent. C'est ainsi, comme le montrent DeTienne *et al.* (2008), que certains entrepreneurs se retrouvent à poursuivre avec des entreprises sous-performantes. L'engagement continu se caractérise, ce faisant, par une certaine ambivalence relativisant la distinction souvent établie entre entrepreneur push et entrepreneur pull (Amit et Muller, 1995). Nous relativisons ce faisant le propos en considérant que l'engagement continu est un corollaire de l'entrepreneuriat : chaque investissement constitue une forme de passage à l'acte engageant l'entrepreneur matériellement et psychologiquement. Nos résultats confirment les relatives irréversibilités des investissements entrepreneuriaux évoqués par Fayolle (2007), par Mc Carthy *et al.* (1993) ou encore Valéau (2007) qui suivent le passage du projet à l'acte d'entrepreneur. La notion d'engagement continu n'est pas propre aux entrepreneurs mais s'applique particulièrement bien à ces derniers, elle constitue une explication de l'intention de rester supplémentaire et complémentaire aux effets de l'engagement affectif.

Nos résultats concernant l'engagement normatif sont moins probants, mais contribuent cependant à la réflexion, tout en gardant certains potentiels pour de futures recherches. Le premier enjeu était de savoir si les entrepreneurs peuvent développer ce type d'engagement. Nos résultats concernant les moyennes et ceux relatifs à la validité discriminante (AFC) montrent que tel est bien le cas. Le second enjeu était de savoir si l'engagement normatif dans le métier a un effet sur l'intention de rester entrepreneur. Nos résultats indiquent un effet non significatif. Ceci signifie concrètement que certains des entrepreneurs étudiés développent une certaine éthique autour de leur rôle d'entrepreneur et une conscience des conséquences de leurs actes sur les autres parties prenantes qui les entourent, mais que ces considérations n'ont pas d'effets directs sur leur intention de rester dans le métier d'entrepreneur. La question se pose alors de savoir s'il faut ou non définitivement écarter cette variable dans le cadre de futures recherches.

Nous pensons qu'il est encore trop tôt pour disqualifier définitivement l'engagement normatif dans le métier d'entrepreneur. Nous avons fondé notre troisième hypothèse sur les recherches antérieures concernant les entrepreneurs sociaux (Boncler et Valeau, 2012 ; Dees, 1998 ; Yunus, 2010) en généralisant l'idée que tout entrepreneur présentant un haut niveau de cette dimension normative serait plus enclin à rester en entrepreneur afin de tenir cet engagement. Nos résultats montrent le caractère contingent de cette relation : dans le cadre de notre échantillon, certains entrepreneurs présentent effectivement un haut niveau d'engagement normatif, mais celui-ci n'impacte pas leur intention de rester entrepreneur. Cette relation pourrait être « modérée », au sens de Baron et Kenny (1986), par différents facteurs. Meyer et Herscovitch (2001) évoquaient effectivement le caractère contingent des effets des différentes formes d'engagement en fonction des comportements examinés ainsi que des populations étudiées. Nous pourrions ainsi reformuler notre hypothèse en considérant que l'engagement normatif pourrait avoir un effet significatif sur d'autres comportements plus directement concernés par les

responsabilités sociales, par exemple la création et le maintien d'emploi (Valéau, 2001) ou le respect de l'environnement (Boiral et Paillé, 2012). De la même façon, nous ouvrons le débat en nous interrogeant sur la pertinence de ce construit dans le cadre d'autres populations que celle étudiée. Les recherches antérieures sur l'engagement organisationnel ont ainsi montré que la dimension normative avait un effet sur les héritiers des entreprises familiales (Dawson *et al.*, 2015), mais aucun effet pour les franchisés (Mignonac *et al.*, 2015). Nous faisons ainsi l'hypothèse que l'engagement normatif dans le métier pourrait non seulement être d'un niveau plus élevé chez les entrepreneurs sociaux, et comme suggéré par Sharma et Irving (2005) dans l'entrepreneuriat familial, mais surtout il pourrait avoir un effet plus important et, ce faisant, significatif sur l'intention de rester dans le métier d'entrepreneur. Ces entrepreneurs créent des structures associatives ou des entreprises lucratives afin de répondre à un besoin social (Boncler et Valéau, 2012 ; Dees, 1998 ; Valéau, 2001 ; Yunus, 2010). Les entrepreneurs sociaux endossent ainsi volontairement un rôle vis-à-vis de certaines parties prenantes comme les salariés ou les usagers. Ce sens des devoirs moraux vis-à-vis de ces personnes dépendantes de leur action pourrait devenir, pour ces entrepreneurs, une raison de rester dans ce métier. C'est ce que montraient certains des cas examinés par Valéau (2001) avec notamment des cas d'entrepreneurs dont l'activité garantissait l'emploi au sein de leur communauté qui poursuivaient malgré une certaine lassitude. Cette modération fondée sur la nature sociale de l'entrepreneuriat pourrait être examinée, dans le cadre de futures recherches, à l'aide de l'outil de mesure validé dans le cadre de notre recherche.

La contribution la plus importante apportée par notre étude à la littérature en entrepreneuriat réside dans la combinaison de ces trois séries de résultats : ceux-ci nous permettent de valider un modèle d'engagement dans le métier théoriquement innovant et empiriquement opérationnel ouvrant de nombreuses possibilités de recherches futures. Notre recherche confirme la validité convergente et discriminante de l'engagement affectif, continu et normatif dans le métier d'entrepreneur. Dans la lignée de ce qu'avaient développé Allen et Meyer (1990) pour les salariés, nous proposons ici un modèle intégratif de la psychologie de l'entrepreneur mobilisant des aspects aussi variés que la passion, l'investissement et l'éthique. Ce modèle permet ainsi d'intégrer différentes contributions des recherches antérieures (ex. Cardon *et al.*, 2009 ; DeTienne *et al.*, 2008 ; Dyer, 1994 ; Burton *et al.*, 2016 ; Valéau, 2001). Il répond en cela aux appels de Gartner (2001) pour des modèles permettant une approche d'ensemble mettant en lien différents aspects de l'entrepreneuriat. Sur le plan empirique, ce modèle de mesure intégré ouvre la possibilité de mesures plus adéquates, intégrant les effets d'une dimension en contrôlant ceux des autres. Notre modèle donne la possibilité de concevoir des comportements entrepreneuriaux portés par de multiples forces susceptibles de s'ajouter les uns aux autres ou de se relayer.

L'intention comportementale établie comme finalité de cette étude était l'intention de rester entrepreneur. Curieusement, cette intention n'est que peu étudiée, beaucoup moins effectivement que l'intention de créer une première entreprise. Les raisons de ce retard sont multiples. Tout d'abord, de façon à se distinguer du champ de la stratégie, les recherches en entrepreneuriat s'étaient historiquement focalisées sur la phase de création, avant, par la suite, de considérer la possibilité de perpétuer cette dynamique. Cependant, à la suite notamment de l'article de Carland *et al.* (1984) dans *Academy of Management Review*, les recherches en entrepreneuriat ont pendant longtemps opéré une distinction entre les « vrais » entrepreneurs orientés vers la croissance et le profit et les petits propriétaires principalement centrés sur la conservation de leur entreprise. Ce faisant, le simple fait de rester en activité n'était au départ pas retenu comme partie intégrante du champ. Désormais, l'intention de rester entrepreneur commence à être examinée à travers par exemple la notion de survie et de persistance (Cardon et Kirk, 2012 ; DeTienne

et al., 2008). L'intention de rester entrepreneur ne peut cependant être réduite à une simple extension de la phase de création : alors que la création questionne le passage de la motivation à l'acte, l'intention de rester entrepreneur correspond à des formes de persévérance dans des actions déjà engagées. L'engagement, défini par Meyer et Herscovitch (2001) comme les forces qui lient l'individu à une ligne d'action donnée, correspond particulièrement bien à cet objectif de recherche. Plus largement, le modèle tridimensionnel de l'engagement permet de dépasser les caractéristiques de l'acte d'entreprendre au profit d'une approche plus constructiviste (Bruyat, 1994 ; Bruyat et Julien, 2001) davantage centrée sur les cognitions de l'entrepreneur lui-même.

La capacité de l'engagement dans le métier d'entrepreneur à expliquer l'intention de rester entrepreneur peut être également évaluée, en comparaison avec l'engagement organisationnel développé dans le cadre de recherches précédentes (Sharma *et al.*, 2005 ; Dawson *et al.*, 2015 ; Mignonac *et al.*, 2015). L'un des arguments essentiels du modèle général de l'engagement de Meyer et Herscovitch (2001) porte sur la notion de comportement « focal », autrement dit de comportements bénéficiant directement à l'objet de l'engagement. Suivant cette perspective, l'intention de rester dans le métier peut être considérée comme le comportement focal de l'engagement dans le métier. L'engagement dans le métier rejoint les approches en termes de carrière développées par des auteurs tels que Dyer (1994), Douglas et Shepherd (2002), Fayolle (2007) ; Kaplan et Katz (2008) ou encore Sinclair (2008) et Ronstadt (1986) qui n'ont, selon nous, pas encore porté empiriquement tous leurs fruits. Notre concept d'engagement dans le métier, autrement dit dans la carrière d'entrepreneur peut être un moyen de relancer de nouvelles recherches à ce sujet. Cependant, l'engagement dans le métier d'entrepreneur ne se substitue pas complètement à l'engagement organisationnel et n'écarte pas définitivement ce dernier. Suivant les propositions de Meyer et Herscovitch (2001), l'engagement organisationnel aura par exemple un potentiel explicatif plus grand sur d'autres comportements tels que l'intention de conserver son entreprise actuelle. Qui plus est, toujours suivant Meyer et Herscovitch (2001), un comportement donné peut servir plusieurs objets d'engagement. Suite à notre recherche, la littérature en entrepreneuriat dispose désormais, pour de futures recherches, d'une matrice pouvant combiner engagement organisationnel et engagement dans le métier, ce qui permettra de voir leurs effets conjoints sur les comportements examinés.

Limites

Parmi les limites de cette étude, il convient de tout d'abord souligner le caractère transversal des données collectées, autrement dit les différentes questions ont été posées au même moment, dans le cadre du même questionnaire, ce qui ne permet pas de véritablement établir de causalités. La seconde limite concerne la mesure de l'intention de rester versus l'intention de quitter le métier d'entrepreneur : cette intention ne permet pas de connaître de façon certaine les comportements réellement ensuite adoptés. Il convient encore de souligner le caractère relativement exploratoire de ce travail, le développement ou l'adaptation, d'un outil de mesure nécessite une procédure qui n'a ici été qu'incomplètement mise en œuvre. Une autre limite concerne les caractéristiques de notre échantillon : le fait d'avoir eu recours à des entrepreneurs relativement établis amène un biais, sachant que les abandons ont plus de chance de se produire au début chez les entrepreneurs naissants ou ayant nouvellement démarré leur entreprise. Enfin, le fait de ne pas nous être enquis des motivations à vouloir être entrepreneur et des secteurs d'activités des répondants limite également les interprétations possibles de nos résultats, du fait par exemple que l'engagement normatif est peut-être plus fort chez certaines catégories d'entrepreneurs par exemple les entrepreneurs sociaux ou les membres des entreprises familiales.

Conclusion

Nos résultats montrent que le modèle de mesure composé des trois formes d'engagements dans le métier : affective, normative et continue présentent une validité discriminante et convergente satisfaisante. La validité prédictive du modèle est partiellement validée, avec des effets significatifs des dimensions affectives et continues, mais un effet non significatif de l'engagement normatif sur l'intention de rester entrepreneur. Ces résultats contribuent à la littérature scientifique, tout en présentant un enjeu pratique majeur, jusque-là relativement ignoré par les politiques gouvernementales destinées à promouvoir l'entrepreneuriat.

En ces temps de crise, cette persévérance dans le métier d'entrepreneur constitue un enjeu crucial pour conserver la population active engagée dans l'entrepreneuriat. Pourtant, les recherches et, ce faisant, les politiques publiques restent encore et toujours focalisées sur l'objectif de susciter de nouvelles vocations et d'amener un nombre de personnes toujours plus grand à « passer le pas » et à « se mettre à son compte ». Le statut d'auto-entrepreneurs et le développement du microcrédit (ex. ADIE) ont effectivement permis de faciliter l'accès à l'entrepreneuriat. Depuis les années 1980, les dispositifs de formation et d'accompagnement des primo-créateurs se sont multipliés. Cependant, rien, ou presque, n'est fait pour soutenir les entrepreneurs une fois en activité lancée. L'État comptabilise la démographie des entreprises, mais le devenir des entrepreneurs reste quant à lui relativement peu connu (cf. partie méthodologie sur les difficultés rencontrées pour situer notre échantillon).

Afin de soutenir les entrepreneurs déjà en activité, compte tenu des résultats de notre étude, il importe de promouvoir et valoriser l'entrepreneuriat comme un métier à part entière, sociologiquement et économiquement. Les syndicats patronaux tels que le MEDEF ou la CGPME constituent des groupes au sein desquels les entrepreneurs peuvent partager leurs passions et leurs projets d'investissement, échanger sur leurs états d'âme et la conjoncture économique, autrement dit exprimer leurs engagements affectifs et continus. En dehors de ces groupes, l'entrepreneuriat n'est pas encore complètement reconnu comme un métier comme les autres, c'est-à-dire comme un choix de vie dans la durée. Les entrepreneurs se sentent souvent mal compris et mal considérés. En témoignent les réactions positives suite à la restitution des résultats de cette recherche : les entrepreneurs demandaient une diffusion la plus large possible afin de donner une image plus juste de leur métier. Une campagne dans les médias destinée non plus à amener de nouveaux individus à devenir entrepreneurs, mais à revaloriser auprès du grand public le métier d'entrepreneur pourrait apporter une forme de reconnaissance, une fierté pour soutenir l'engagement affectif des entrepreneurs. En France, la profession d'entrepreneur est également, il convient de le rappeler, l'une des plus mal administrées avec un accès quasi nul à la formation et un système de santé (RSI) en dysfonctionnement depuis plusieurs années. Ces difficultés font que le salariat apparaît souvent comme une meilleure alternative réduisant, de fait, l'engagement continu des entrepreneurs.

La pratique la plus simple et la plus directe pour favoriser la persévérance des entrepreneurs dans ce métier consisterait selon nous à proposer un accompagnement « tout au long de la vie ». Cette expression reprise de la formation professionnelle continue signifie que l'entrepreneur peut évoluer dans la durée dans le cadre de ce métier. Lorsque l'entreprise est en difficulté, la question de vendre ou persévérer avec l'entreprise présente se pose, ainsi que le fait de rester entrepreneur ou retourner au salariat (Saint-Jean et Jacquemin, 2012 ; Valéau, 2007). Dans ces moments, l'accompagnement peut être précieux pour organiser et planifier techniquement des stratégies de gestion, mais aussi pour apporter un soutien moral. L'accompagnement pourrait ainsi concerner à la fois les dimensions continues et affectives de l'engagement de l'entrepreneur.

Valéau (2006) avait évoqué l'accompagnement des entrepreneurs dans les périodes de doutes, mais les accompagnements en question ne concernaient que la phase de création. De même que la survie d'une entreprise n'est jamais acquise, la poursuite dans les carrières entrepreneuriales peut être à tout moment remise en question, l'entrepreneur peut décider de redevenir salarié. Le rôle de l'accompagnateur pourrait ici se révéler crucial. Même en cas d'échec de l'entreprise créée, des formes de bilans de compétences pourraient être systématiquement proposées pour tirer les leçons de cette expérience et éventuellement mieux repartir vers de nouveaux projets d'entreprises.

Bibliographie

- ADAMS, G. A., WEBSTER, J. R., BUYARSKI, D. M. (2010), « Development of an occupational embeddedness measure », *Career Development International*, 5, 420-436.
- ALLEN, N. J., MEYER, J. P. (1990), « The measurement and antecedents of affective, continuance, normative commitment to the organization », *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- AMIT, R., MULLER, E. (1995), « Push and pull entrepreneurship », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 4, 64-80.
- ANDERSON, J. C., GERBING, D. W. (1988), « Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach », *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
- BACON, D. R., SAUER, P. L., YOUNG, M. (1995), « Composite reliability in structural equations modeling », *Educational and Psychological Measurement*, 55, 394-406.
- BECKER, H. S. (1960), « Notes on the concept of commitment », *American Journal Sociology*, 66, 32-45.
- BLAU, G. (2007), « Does a corresponding set of variables for explaining voluntary organizational turnover transfer to explaining voluntary occupational turnover? », *Journal of Vocational Behavior*, 70, 135-148.
- BOIRAL, O., PAILLÉ, P. (2012), « Organizational citizenship behaviour for the environment: Measurement and validation », *Journal of Business Ethics*, 109, 431-445.
- BRUYAT, C. (1994), « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », *Revue française de gestion*, 101, 87-99.
- BRUYAT, C., JULIEN, P. A. (2001), « Defining the field of research in entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, 16, 165-180.
- BURNHAM, K. P., ANDERSON, D. R. (2002), *Model selection and multimodel inference: A practical information theoretic approach* (2nd ed.), New York: Springer.
- BURTON, M. D., SORENSEN, J. B., DOBREV, S. D. (2016), « A careers perspective on entrepreneurship », *40(2)*, 237-247.
- BYGRAVE, W. D., HOFER, C. W. (1991), « Theorizing about entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 13-22.
- CALLANAN, G. A., ZIMMERMAN, M. (2016), « To Be or Not To Be an Entrepreneur: Applying a Normative Model to Career Decisions », *Journal of Career Development*, 43(5), 447-461.
- CANTILLON, R. (1957), *Entrepreneur and Economist*, Oxford: Clarendon Press, 1986.
- CAPRON, M., QUAIREL-LANOIZELÉE, F. (2007), *La responsabilité sociale d'entreprise*, Paris : La Découverte, coll. « Repères ».
- CARDON, M. S., FOO, M. D., SHEPHERD, D. A., WIKLUND, J. (2012), « Exploring the heart: Entrepreneurial emotion is a hot topic », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 3, 1-10.

- CARDON, M. S., KIRK, C. P. (2013), « Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39, 1027-1050.
- CARDON, M. S., WINCENT, J., SINGH, J., DRNOVSEK, M. (2009), « The nature and experience of entrepreneurial passion ». *Academy of Management Review*, 34, 511-532.
- CARLAND, J. W., HOY, F., BOULTON, W. R., CARLAND, J. C. (1984), « Differentiating entrepreneurs from small Business owners: a conceptualization », *Academy of Management Review*, 9, 354-359.
- CARSON, K., BEDEIAN, A. (1994), « Career commitment: Construction of a measure and examination of its psychometric properties », *Journal of Vocational Behavior*, 3, 237-262.
- CHEVALIER, S., FOUQUEREAU, E., GILLET, N., BOSSELUT, G. (2017 (Online First)), « Unraveling the Perceived Reasons Underlying Entrepreneurs' Retirement Decisions: A Person-Centered Perspective », *Journal of Small Business Management*.
- CLARK, L. A., WATSON, D. (1995). « Constructing validity: basic issues in objective scale development », *Psychological Assessment*, 7, 309-319.
- DAVIDSON, P., LOW, M. B., WRIGHT, M. (2001), « Low and McMillan ten years on », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, 5-16.
- DAVIDSSON, P. (2016), *Researching Entrepreneurship: Conceptualization and Design* (2nd ed.), Berlin: Springer, 298 p.
- DAWSON, A., SHARMA, P., IRVING, P. G., MARCUS, J., CHIRICO, F. (2015), « Predictors of later-Generation family members' commitment to family enterprises », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39, 545-569.
- DAWSON, D., HENLEY, A. (2012), « Push versus pull entrepreneurship: an ambiguous distinction? », *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 18, 697-719.
- DEES, J. J. (1998), *The meaning of social entrepreneurship*, Kansas: Kauffman Foundation.
- DEMETRY, D. (2017), « Pop-Up to Professional: Emerging Entrepreneurial Identity and Evolving Vocabularies of Motive », *Academy of Management Discoveries*, 3(2), 187-207.
- DETIENNE, D. R., SHEPHERD, D. A., DE CASTRO, J. O. (2008), « The fallacy of "only the strong survive": The effects of extrinsic motivation on the persistence decisions for under-performing firms », *Journal of Business Venturing*, 23, 528-546.
- DOUGLAS, E., SHEPHERD, D. (2002), « Self-employment as a career choice: attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26, 81-90.
- DYER, W. G. (1994), « Toward a Theory of Entrepreneurial Careers », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19, 101-115.
- FAYOLLE, A. (2007), *Entrepreneurship and new value creation: The dynamic of the entrepreneurial process*, Cambridge: Cambridge University Press.
- FELFE, J., SCHMOOK, R., SCHYNS, B., SIX, B. (2008), « Does the form of employment make a difference? Commitment of traditional, temporary, and self-employed workers », *Journal of Vocational Behavior*, 72(1), 81-94.
- FILION, L.-J. (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue internationale PME*, 10, 129-172.
- FORNELL, C., LARCKER, D. F. (1981), « Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error », *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- GARTNER, W. B. (1988), « Who is an Entrepreneur is the wrong question », *American Small Business Journal*, Spring, 47-61.

- GARTNER, W. B. (2001), « Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, 27-39.
- GARTNER, W. B., BIRD, B. J., STARR, J. A. (1992). « Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organizational behavior », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 13-31.
- GARTNER, W. B., GATEWOOD, E. (1992), « Thus the theory of description matters most », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17, 5-10.
- HENSELER, J., RINGLE, C. M. SARSTEDT, M. (2015), « A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling », *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135.
- HU, L. T., BENTLER, M. P. (1999). « Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis », *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- IRVING, P. G., COLEMAN, D. F., COOPER, C. L. (1997), « Further assessments of a three-component model of occupational commitment: Generalizability and differences across occupations », *Journal of Applied Psychology*, 82, 444-452.
- KANTER, R. M. (1968), « Commitment and social organization mechanisms in utopian communities », *American Sociological Review*, 33, 499-517.
- KAPLAN, D. M., KATZ, J. A. (2008), « The maturation of entrepreneurial careers », *International Handbook of Entrepreneurship and HRM* (pp. 446-463), Northampton, MA: Edward Elgar.
- KATZ, J. A. (1994), « Modeling entrepreneurial career progressions: concepts and considerations », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19, 23-42.
- KELMAN, H. C. (1958), « Compliance, identification and internalization: three processes of attitude change », *Journal of Conflict Resolution*, 2, 51-60.
- KIRZNER, I. M. (1993), « The morality of Pure Profit », *Journal des économistes et des études humaines*, 4, 315-328.
- KLINE, R. B. (2011), *Principle and practice of structural equation modeling* (third edition), New York: Guilford Press.
- KNIGHT, F. H. (1921), *Risk, Uncertainty and profit*, Boston, MA : Houghton Mifflin.
- LEE, K., CARSWELL, J. J., ALLEN, N. J. (2000), « A meta-analytic review of occupational commitment: Relations with person and work-related variables », *Journal of Applied Psychology*, 85, 799-811.
- LUZZY, A., SASSON, A. (2016), « Individual entrepreneurial exit and earnings in subsequent paid employment », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 4, 401-420.
- MCCARTHY, A.M., SCHOORMAN, D. F., COOPER, A. C. (1993), « Reinvestment decisions by entrepreneurs: rational decision-making or escalation of commitment? », *Journal of Business Venturing*, 8, 9-24.
- MEYER, J. P., ALLEN, N. J., SMITH, C. A. (1993), « Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization », *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551.
- MEYER, J. P., HERSCOVITCH, L. (2001), « Commitment in the workplace: toward a general model », *Human Resource Management Review*, 11, 299-326.
- MEYER, J. P., STANLEY, D. J., HERSCOVITCH, L., TOPOLNYTSKY, L. (2002), « Affective, continuance and normative commitment », *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.
- MIGNONAC, K., VANDENBERGHE, C., PERRIGOT, R., EL AKREMI, A., HERRBACH, O. (2015), « A Multi-Study investigation of outcomes of franchisees' affective commitment to their franchise organization », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39, 461-488.

- MILL, J. S. (1848), *Principle of Political Economy with some Applications to Social Philosophy*, London: Parker.
- MILLER, D. (2011), « Miller (1983) Revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 29-42.
- MOBLEY, W. H., HORNER, S. O., HOLLINGSWORTH, A. T. (1978), « An evaluation of precursors of hospital employee turnover », *Journal of Applied Psychology*, 63, 408-414.
- MOREAU, R. (2004), « L'identité entrepreneuriale de soi », *Revue internationale PME*, 17, 3-16.
- MORROW, P. C. (1993), *The theory and measurement of work commitment*, Greenwich, Conn.: JAI Press Inc.
- MOWDAY, R. T., STEERS, R. M., PORTER, L. W. (1979), « The Measurement of Organizational Commitment », *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247.
- PAILLÉ, P. (2007), « Les relations entre le soutien organisationnel perçu, les comportements de citoyenneté organisationnelle et l'intention de quitter », *Bulletin de psychologie*, 60, 346-355.
- PETERSON, R. A., KIM, Y. (2013), « On the relationship between coefficient alpha and composite reliability », *Journal of Applied Psychology*, 98, 194-198.
- PODSAKOFF, P. M., MACKENZIE, S. B., LEE, J. Y., PODSAKOFF, N. P. (2003), « Common method biases in behavioral research », *Journal of Applied Psychology*, 88, 879-903.
- RAYKOV, T. (1997), « Estimation of composite reliability for congeneric measures », *Applied Psychological Measurement*, 21, 173-184.
- RONSTADT, R., (1986), « Exit, stage left: why entrepreneurs end their entrepreneurial careers before retirement », *Journal of Business Venturing*, 1, 323-338.
- SAY, J.-B. (1803), *Traité d'économie politique*, Paris : Deterville.
- SCHUMPETER, J. A. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Paris : Dalloz.
- SHANE, S., VANKATAMARAN, S. (1997), « The promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- SHARMA, P., IRVING, P. G. (2005), « Four bases of family business successor commitment: Antecedents and consequences », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 13-33.
- SHAVER, K. G. (1995), « The entrepreneurial personality myth », *B&E Review*, April-June.
- SINCLAIR, R. F. (2008), « The first step toward a theory of the entrepreneurial career », *USASBE*, San Antonio, TX., Jan. 10-13, pp. 773-796.
- STAW, B. M. (1976), « Knee-deep in the big muddy: a study of escalating commitment to a chosen course of action », *Organizational Behavior and Human Performance*, 76, 27-44.
- STENGERS, I. (2002), *D'une science à l'autre des concepts nomades*, Paris : Seuil, 1987.
- STINGLHAMBER, F., BENTEIN, K., VANDENBERGHE, C. (2002), « Extension of the three-component model of commitment », *European Journal of Psychological Assessment*, 18, 123-138.
- ST-JEAN, E., JACQUEMIN, A. (2012), « Le doute entrepreneurial comme facteur de changement : impact d'un mentor », *Revue interdisciplinaire sur le management et l'humanisme*, 3, 82-96.
- ST-JEAN, E., MATHIEU, C. (2015), « Developing Attitudes Toward an Entrepreneurial Career through Mentoring: A Social Cognitive Theory Perspective », *Journal of Career Development*, 42(4), 325-338.
- UCBASARAN, D., WESTHEAD, P., WRIGHT, M. (2001), « The focus of entrepreneurial research: contextual and process issues », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, 57-80.
- VALEAU, P. (2001), « Pour une version non seulement lucrative de l'entrepreneuriat », *Management international*, 6, 33-41.

- VALEAU, P. (2006), « L'accompagnement des entrepreneurs durant les périodes de doute », *Revue de l'entrepreneuriat*, 5, 31-57.
- VALEAU P. (2007), « L'engagement des entrepreneurs : des doutes au second souffle », *Revue internationale PME*, 20 (1), 122-154, 2007
- VALEAU, P., BONCLER, J. (2012), « Les acteurs du monde associatif face aux différentes propositions de l'entrepreneuriat social », *Revue interdisciplinaire management et humanisme en entreprise*, 3, 17-35.
- VAN DE VEN, A, HUSTON, R., SCHROEDER, D. M. (1984), « Designing new business start-ups », *Journal of Management*, 10, 45-67.
- VERSTAETE, T. (2002), *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche*, ADREG, 2-9518007-0-3.
- WEBER, M. (1905), *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris : Flammarion, 2017 (4^e éd.), http://classiques.uqac.ca/classiques/Weber/ethique_protestante/Ethique_protestante.pdf.
- WESTHEAD, P., WRIGHT, M. (1998), « Novice, portfolio and serial Founders: Are they different? », *Journal of Business Venturing*, 13, 173-204.
- WIENER, Y. (1982), « Commitment in organization: a normative view », *Academy of Management Review*, 7, 418-428.
- YUNUS, M. (2010), *Building social businesses*, New York: Perseus.