

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Nature ou culture, quelle est la source de l'esprit d'entreprendre?

Thurik, Roy; Dejardin, Marcus

Published in:
Louvain

Publication date:
2010

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Thurik, R & Dejardin, M 2010, 'Nature ou culture, quelle est la source de l'esprit d'entreprendre?', *Louvain*, vol. 183, pp. 35-36.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Nature ou culture, QUELLE EST LA SOURCE DE L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE?

Quel est l'impact de la culture sur l'esprit d'entreprendre? Plusieurs approches théoriques mettent le focus tantôt sur l'individu, tantôt sur les institutions, tantôt sur le conflit entre eux. Mais la recherche empirique en est encore à ses balbutiements et ses résultats sont à analyser avec circonspection.

L'esprit d'entreprendre, qu'il soit mesuré par la création d'entreprises ou par l'importance du travail indépendant, n'est pas un phénomène constant mais, au contraire, l'objet de certaines variations. Celles-ci peuvent être observées en comparant à travers le temps les effectifs d'un même pays ou d'une même région ou peuvent être mesurées en confrontant les situations de régions ou de pays différents. Les fluctuations à travers le temps sont très largement attribuables à la conjoncture économique et aux tendances lourdes marquées par les développements technologiques. En revanche, les différences relevées pour un groupe de pays ou de régions résultent surtout de contextes institutionnels et culturels différents.

La relative stabilité de ces différences en matière d'activité entrepreneuriale suggère que des facteurs explicatifs autres que les seuls facteurs économiques sont à l'œuvre et doivent être pris en considération. De nombreux tra-

voux se sont intéressés aux effets de la culture sur l'activité entrepreneuriale. Les liens entre valeurs culturelles et entrepreneuriat font l'objet de trois grandes approches théoriques. Mais malgré de nombreuses contributions, la recherche sur les relations entre culture et entrepreneuriat en est encore largement à ses balbutiements.

Valeurs versus normes sociales

De nombreuses recherches montrent l'existence d'un lien entre, d'une part, les valeurs et les croyances de l'individu et, d'autre part, son comportement. Aussi est-il plausible que des différences culturelles constatées au niveau des pays ou des régions influencent le comportement des individus y compris dans leur décision de créer leur entreprise ou de devenir travailleur indépendant plutôt que de travailler pour autrui.

Des facteurs explicatifs importants autres que les seuls facteurs économiques doivent être pris en considération dans l'activité entrepreneuriale.

Cette logique «agrégative» se retrouve dans une autre approche: l'agrégation des traits psychologiques. Selon cette approche, pour un pays donné, le nombre plus ou moins élevé de personnes porteuses de valeurs entrepreneuriales expliquera le nombre plus ou moins important d'individus ayant un comportement entrepreneurial. Ces conceptions «agrégatives» de la culture et des comportements sont très individualistes.



Fotolia/ant236

De nombreuses études montrent l'existence de liens entre les valeurs et croyances (travail, famille, ...) de l'individu et son comportement entrepreneurial.

Elles se distinguent d'une seconde grande théorie, celle de la légitimation sociale (ou approbation morale) qui focalise l'attention sur l'impact des normes sociales et des institutions sur la société dans son ensemble. Cette théorie fait valoir que l'on observe une plus grande intensité entrepreneuriale dans les sociétés où l'entrepreneur reçoit un statut social élevé, où le système éducatif donne sa place à l'esprit d'entreprendre et où l'environnement législatif et fiscal va dans le sens d'un encouragement à la prise d'initiative. Les tenants de la légitimation sociale expliquent le plus grand esprit d'entreprendre de certains pays par l'incidence globale d'une culture et d'institutions favorables, là où l'approche par l'agrégation des traits psychologiques l'explique par les effets agrégés de comportements découlant de caractéristiques individuelles.

Les tenants de la légitimation sociale expliquent le plus grand esprit d'entreprendre de certains pays par l'incidence globale d'une culture et d'institutions favorables.

Toutefois, malgré leurs différences, ces approches participent l'une et l'autre d'une explication dite «pull» des comportements entrepreneuriaux. Les facteurs «pull» supportent l'idée que l'individu devient entrepreneur parce qu'il escompte obtenir ainsi une situation meilleure pour lui, que ce soit d'un point de vue matériel ou non-matériel.

Tensions entre l'individu et le groupe

Pour leur part, les facteurs «push» font référence à une situation de tension voire conflictuelle pour l'individu tiraillé entre sa condition courante, insatisfaisante, et ses préférences. Cette troisième grande théorie, dite «approche par l'insatisfaction», est fondamentalement différente des deux premières.

Ici, la différence de l'activité entrepreneuriale mesurée au niveau de pays ou de régions est attribuée à la différence entre les valeurs et les croyances des entrepreneurs potentiels et celles de l'ensemble de la population. Lorsque la culture dominante n'est pas une culture entrepreneuriale, l'affrontement de valeurs entre groupes peut amener les entrepreneurs potentiels à le devenir effectivement. Dans ce cas, la relation attendue entre indicateurs culturels et entrepreneuriat peut donc être contraire à ce qu'elle serait selon l'agrégation des traits psychologiques ou l'approche par la légitimation sociale.

Les trois grandes théories fixent un cadre où viennent s'inscrire les facteurs explicatifs des différenciations en matière d'esprit d'entreprendre. Parmi ces facteurs, l'évitement de l'incertitude a suscité l'intérêt des chercheurs. Il constitue un trait culturel étroitement associé aux attitudes individuelles à l'égard du risque et de l'incertitude. Selon l'approche par agrégation de traits psychologiques, il joue un rôle important dans la propension d'un pays à entreprendre. Cette théorie met en relation

D.R.



Des étudiants de Créalouv, le club des étudiants entrepreneurs de Louvain-la-Neuve, se sont rendus récemment au Burkina Faso pour y rencontrer des étudiants et jeunes indépendants burkinabés.

l'évitement de l'incertitude et le degré de tolérance des sociétés pour l'ambiguïté: plus l'évitement est marqué, moins la société serait encline à l'esprit d'entreprendre. Mais selon l'approche par l'insatisfaction, le résultat attendu peut être inversé!

Richesses et limites de la recherche

Des chercheurs ont testé les effets directs et indirects de l'évitement de l'incertitude sur un panel de données de 21 pays de l'OCDE. Leurs résultats confirment plutôt la théorie de l'insatisfaction, quoique la période plus récente puisse mettre cette théorie à mal.

D'autres études concernent le post-matérialisme. Il serait une conséquence d'une prospérité sans précédent et de l'absence de guerre dans les pays de l'Ouest depuis 1945. Les générations les plus jeunes attacheraient moins d'importance aux valeurs matérialistes que les générations dont la jeunesse a été marquée par la pauvreté et autres ravages de la guerre. Les jeunes accorderaient plus d'importance à l'estime de soi, à l'épanouissement personnel et à la qualité de la vie, toutes valeurs post-matérialistes. Et, selon l'approche par légitimation sociale, la relation attendue entre valeurs post-matérialistes et création d'entreprises est négative, ce que semblent confirmer des recherches menées sur la situation de 27 pays.

Ces exemples montrent tout à la fois la richesse des relations à éprouver et les limites actuelles de la recherche empirique dont les résultats doivent être considérés avec prudence. Ces limites découlent pour l'essentiel de problèmes de mesure et du petit nombre d'observations sur lequel les tests reposent. En outre, la multiplicité des approches explicatives pertinentes et leur relative autonomie rendent difficile la construction de tests à la fois applicables et satisfaisants. Cette situation frustrante semble destinée à perdurer quelque temps puisque les référents culturels connaissent généralement peu de changements sinon sur de longues périodes.