



HAL
open science

L'innovation produit et service dans un contexte de pauvreté : une analyse multiniveau

Walid A Nakara, Karim Messeghem, Andry Ramaroson

► To cite this version:

Walid A Nakara, Karim Messeghem, Andry Ramaroson. L'innovation produit et service dans un contexte de pauvreté : une analyse multiniveau. Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Jun 2019, Montpellier, France. hal-02519418

HAL Id: hal-02519418

<https://hal.science/hal-02519418v1>

Submitted on 26 Mar 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



11^{ème} congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

L'innovation produit et service dans un contexte de pauvreté : une analyse multi-niveau¹

Walid A. NAKARA

Montpellier Business School, *Chaire Entrepreneuriat Social et Inclusion*, Laboratoire MRM

Karim MESSEGHEM

Montpellier Management Université, Laboratoire MRM Montpellier

Andry RAMAROSON

Centre Universitaire de Mayotte

Résumé

La question de la pauvreté suscite un intérêt croissant en entrepreneuriat. L'entrepreneuriat est vu comme un moyen de lutter contre la pauvreté. La littérature s'est pourtant peu intéressée à l'innovation dans ce contexte. Quelles sont les conditions pour que les entrepreneurs pauvres parviennent à innover ? Cette recherche propose d'y répondre à travers une étude auprès de 3 783 entrepreneurs en situation de pauvreté en France. Les résultats montrent que le capital humain, la motivation d'opportunité, les ressources financières mobilisées favorisent l'innovation. Par ailleurs, un environnement moins concurrentiel et des relations privilégiées avec les fournisseurs sont liés à une plus forte probabilité d'innover. Ces résultats sont utiles pour concevoir des programmes d'accompagnement adaptés aux entrepreneurs pauvres.

Mots-clés: Entrepreneuriat ; Pauvreté ; Innovation produit et service ; Accompagnement entrepreneurial ; analyse multi-niveaux

¹ Une version ultérieure et améliorée de cette communication a été publiée dans la revue *Small Business Economics* : « Nakara, W. A., Messeghem, K., & Ramaroson, A. (2019). Innovation and entrepreneurship in a context of poverty: a multilevel approach. *Small Business Economics*, 1-17.

1. Introduction

La littérature en entrepreneuriat (Welter & Gartner, 2016) invite à explorer de nouveaux contextes. La pauvreté peut être considérée comme un contexte entrepreneurial ambivalent car empreint de difficultés supplémentaires mais également source d'émancipation (Alvarez & Barney, 2014). L'entrepreneur pauvre dispose d'un capital financier, d'un capital humain et d'un capital social en retrait par rapport aux entrepreneurs classiques, ce qui amplifie le poids de la nouveauté (Stinchcombe, 1965). Comment l'entrepreneur pauvre parvient-il à dépasser le poids de pauvreté ? Si la volonté de sortir de la pauvreté est un puissant moteur de l'action entrepreneuriale, ce n'est pas suffisant. Comme le suggèrent Alvarez et. Barney (2014), la sortie de la pauvreté dépend également de la nature de l'opportunité privilégiée. Dans quelle mesure l'innovation peut y contribuer et quelles sont les conditions pour que les entrepreneurs pauvres parviennent à innover ? En effet, un entrepreneur pauvre qui introduit une innovation produit ou service est en mesure de développer un avantage concurrentiel. Ce dernier lui permettrait d'augmenter les chances de sortir de la pauvreté à travers une meilleure performance de son entreprise.

Si la situation de pauvreté suscite un intérêt croissant (Bruton *et al.*, 2013), les travaux ont tendance à se focaliser sur l'extrême pauvreté (Alvarez & Barney, 2014) dans les pays émergents ou en développement (Slade Shantz *et al.*, 2018 ; Sutter *et al.*, 2019). Pourtant les pays développés connaissent également des taux de pauvreté assez élevés² comme la France (13,6%), le Royaume Uni (16,7%), l'Espagne (22,1%). Dans ces pays, pour lutter contre la pauvreté, les pouvoirs publics ont mis en place des programmes encourageant l'activité entrepreneuriale, en particulier des demandeurs d'emploi (Caliendo *et al.*, 2015 ; Caliendo & Kritikos, 2010). Néanmoins, ces politiques de soutien sont parfois décrites dans la littérature comme peu porteurs d'innovation et de valeur ajoutée. Des auteurs comme Shane (2009) s'interrogent sur l'intérêt de ces politiques qui conduisent à diluer le soutien à l'entrepreneuriat. D'autres auteurs laissent penser que des projets portés par des entrepreneurs pauvres peuvent générer de l'innovation (George *et al.*, 2012). Pour autant, les facteurs explicatifs de l'innovation des entrepreneurs pauvres a suscité peu de travaux de recherche, en particulier dans les pays développés (Plotnikova *et al.*, 2016).

L'objectif de cet article est de mieux comprendre les déterminants de l'innovation portée par des entrepreneurs pauvres, en se centrant sur l'innovation produit ou service. La littérature a

² <https://www.inegalites.fr/La-pauvrete-en-Europe>

mis en évidence différents facteurs favorisant l'innovation (Freel, 2005 ; Galende et de la Fuente, 2003). Plotnikova et al. (2016) proposent d'en retenir trois principaux : les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur (Ex. capital humain ; motivation), les caractéristiques organisationnelles (Ex. ressources mobilisées) et les caractéristiques environnementales (Ex. concurrence, coopération).

Pour répondre à cet objectif, nous proposons de nous centrer sur ces trois facteurs, à partir d'une étude menée auprès d'un échantillon de 3373 entrepreneurs en situation de pauvreté, issu de la base SINE élaborées par l'INSEE. Ces personnes peuvent être considérées comme pauvres car elles bénéficient d'un revenu de solidarité active. Si certains apparaissent comme des entrepreneurs de nécessité, d'autres au contraire s'inscrivent dans un entrepreneuriat d'opportunité. Dans le cadre de l'enquête SINE, les entrepreneurs sont invités à s'exprimer sur les innovations produits et services mises en place au cours des trois dernières années. Pour analyser les relations entre l'innovation et les caractéristiques individuelles, organisationnelles et environnementales, nous avons procédé à des analyses de régression logistique. Les résultats montrent que le capital humain, la motivation d'opportunité, les ressources financières mobilisées favorisant l'innovation. De plus, un environnement moins concurrentiel et des relations privilégiées avec les fournisseurs sont liés à une plus forte probabilité d'innover.

Cet article est organisé de la manière suivante. Dans un premier temps, nous présentons le cadre conceptuel. Ensuite, nous présentons la méthodologie de recherche. Enfin, nous terminons par les résultats et leurs discussions.

2. Cadre conceptuel

La littérature a évoqué plusieurs facteurs qui impacteraient le comportement innovant chez les entrepreneurs : (1) les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur ; (2) les dimensions organisationnelles ; (3) les facteurs contextuels liés à l'environnement.

2.1. Les caractéristiques individuelles et l'innovation produit/service

Certaines caractéristiques personnelles de l'entrepreneur stimuleraient le comportement innovant. Il s'agirait de l'éducation, expériences passées, les motivations (Plotnikova *et al.*, 2016).

Il est communément admis que *le niveau d'éducation* des entrepreneurs a un effet direct sur l'innovation (Koellinger, 2008 ; Marvel & Lumpkin, 2007 ; Romero & Martínez-Román, 2012). Ainsi, pour les travailleurs indépendants (*self-employed*), un niveau d'éducation élevé pourrait

également avoir un impact positif sur la capacité de ces individus à influencer positivement le processus d'innovation (Plotnikova *et al.*, 2016 ; Romero & Martínez-Román, 2012). Le niveau d'éducation peut également améliorer la capacité de création (et l'intégration) de nouvelles connaissances (Piening & Salge, 2015). Toutefois, certaines études (Keizer *et al.*, 2002) n'ont pu établir une relation significative entre le niveau d'éducation et l'innovation (produit et processus).

H1 : Le niveau de scolarité a une relation positive avec la probabilité d'introduire une innovation produite ou service.

L'expérience passée des entrepreneurs constituerait également un déterminant de la capacité à innover (Cassar, 2014 ; Koellinger, 2008 ; Ucbasaran *et al.*, 2011). Les expériences passées de l'entrepreneur favoriseraient l'accumulation du capital humain (Plotnikova *et al.*, 2016) ; l'identification de nouvelles opportunités d'affaire (Shane, 2003) ; la formation de stock de connaissances (Koellinger, 2008) et le développement des capacités d'innovation (Marvel & Lumpkin, 2007). Dans la même veine, Mosey et Wright (2007) suggèrent que l'expérience passée des dirigeants est intimement liée à son réseau social. Ce type de réseau lui facilitera l'accès au financement et autres ressources nécessaires pour la création d'entreprises innovantes. Plusieurs travaux (Baron & Ensley, 2006 ; Gimeno *et al.*, 1997 ; Robinson & Sexton, 1994) ont montré que les individus qui ont eu une expérience « passée » dans une start-up ont une meilleure chance de devenir entrepreneur et d'innover. L'étude de Gruber *et al.* (2012) sur un échantillon de start-ups technologiques allemandes a montré que l'expérience entrepreneuriale a un effet significatif sur les capacités d'un individu à identifier une opportunité. Cette expérience permettrait également d'améliorer les compétences entrepreneuriales et le stock de connaissances ce qui faciliterait, à titre d'exemple, la transformation des inventions en innovations produit/service/process (Pyysiäinen *et al.*, 2006). Par ailleurs, les entrepreneurs qui ont une expérience dans le même secteur pourraient avoir les connaissances nécessaires pour proposer de nouveaux produits en raison d'une meilleure connaissance du marché (Ex. caractéristiques liées au prix, qualité, etc.).

H2 : L'expérience passée de l'entrepreneur dans le secteur d'activité (H2a) et l'expérience en entrepreneuriat (H2b) ont une relation positive avec la probabilité d'introduire une innovation produit ou service.

Les différents types de *motivations* entrepreneuriales pourraient également influencer le comportement innovant. La littérature (Romero & Martínez-Román, 2012) distingue deux types de motivation. La première est qualifiée d'intrinsèque : il s'agit des entrepreneurs motivés par le besoin d'accomplissement (personnel et/ou professionnel) ou l'indépendance-autonomie. Ce type d'entrepreneur est probablement plus innovants (Guzmán & Santos, 2001). La seconde catégorie de motivation est qualifiée d'extrinsèque. Il s'agit des motivations plutôt d'ordre économiques qui sont à l'origine de la création de l'entreprise.

Dans la même veine, la littérature sur la motivation entrepreneuriale distingue deux types d'entrepreneuriat qui affecterait l'innovation chez les individus : l'entrepreneuriat dit « par nécessité » et l'entrepreneuriat dit « par opportunité ». Cette différenciation trouve ses racines dans les recherches autour de la personnalité des entrepreneurs et des facteurs psychologiques qui les poussent à la création d'entreprise (Bolton & Thompson, 2000). Ces deux formes d'entrepreneuriat sont liées à des aspirations, à des motivations et à des facteurs qui orientent le comportement humain (Hessels *et al.*, 2008). L'entrepreneuriat par opportunité relève de facteurs dits « *pull* » tels que l'autonomie, l'indépendance, la liberté, l'argent, le défi, le statut social ou encore la reconnaissance (Kolvereid, 1996; Wilson *et al.*, 2004). L'entrepreneuriat par nécessité est lié à des facteurs dits « *push* » comme le chômage, le licenciement ou la menace de perdre son emploi (Thurik *et al.* 2008). Dans le premier type d'entrepreneuriat, la décision de créer n'est pas un choix forcé, alors que dans le second, elle apparaît beaucoup plus reliée à la nécessité de retrouver un emploi pour subvenir à des besoins vitaux (McMullen *et al.* 2008). La littérature a souvent présenté l'entrepreneur par nécessité comme étant moins enclin à innover à cause de la rareté des ressources auxquels il pourrait avoir accès (Aldrich & Martinez-Firestone, 2015). Ainsi, les travaux de Van Stel *et al.* (2007) montrent que les entrepreneurs de nécessité auraient accès à moins de ressources financières ; ce qui limiteraient leur capacité de financement nécessaires à l'innovation. Dans la même veine, les travaux de Baptista *et al.*, (2014) ainsi que Block et Sandner (2009) expliquent la capacité limitée d'innovation chez ces personnes par leur capital humain peu ou pas développé (Baptista *et al.*, 2014; Block et Sandner, 2009). Selon Block et Wagner (2010), les entrepreneurs de nécessité sont généralement moins préparés à l'aventure entrepreneuriale.

H3 : La probabilité d'introduire une innovation produit ou service est plus faible quand l'entrepreneur a une motivation économique (H3a) et quand il/elle est un(e) entrepreneur(e) de nécessité (H3b).

2.2. Les caractéristiques de l'organisation et l'innovation produit/service

Les caractéristiques personnelles des entrepreneurs n'expliquent pas à elles seules les capacités d'innovation d'une petite entreprise (Géraudel *et al.*, 2017 ; Plotnikova *et al.*, 2016 ; Romero & Martínez-Román, 2012). Les variables organisationnelles peuvent également impacter l'innovation. Parmi ces variables, nous avons les *ressources financières de l'entreprise*. En effet, la littérature a montré que l'innovation nécessite le déploiement de capacités financières suffisantes (Camisón-Zornoza *et al.*, 2004 ; Damanpour, 1991 ; Gassmann & Zedtwitz, 2003). A titre d'exemple, ces ressources sont nécessaires pour le soutien des activités de R&D, l'expérimentation, les enquêtes auprès des clients potentiels ou bien la phase d'essais et de prototypes. Toutefois, d'autres travaux plus récents montrent que le manque de ressources financières pourrait être un facteur facilitateur de l'innovation (Cunha *et al.*, 2014 ; Katila & Shane, 2005). Ainsi avec l'avènement de plusieurs approches telles que le bricolage, plusieurs études montrent que le manque de ressources pourrait améliorer la créativité et l'innovation (Baker & Nelson, 2016 ; Senyard *et al.*, 2014, Jaouen & Nakara, 2014). Des entreprises qui disposeraient de moins de ressources produiraient ainsi des innovation improvisées (Cunha *et al.*, 2014). Pour résumer, le lien entre le niveau des ressources financières et la présence d'innovation n'est pas établi et les résultats dans la littérature reste contradictoires. Compte tenu de ce dernier point, nous ne formulons pas d'hypothèse spécifique pour la relation entre la concurrence et l'innovation.

Par ailleurs, le temps *d'entreprendre seul* est révolu. Les dernières études montrent que les entrepreneurs qui créent leur entreprise en équipe ont un meilleur taux de survie (Dufays & Huybrechts, 2016 ; Francis & Sandberg, 2000 ; Wright & Vanaelst, 2009). Selon Watson *et al.*, (1995) et Forbes *et al.*, (2006), lorsque le nombre de créateur de l'entreprise est supérieure ou égale à deux personnes, on parle d'entrepreneuriat collectif (*entrepreneurial team*). L'entrepreneuriat collectif est généralement associé à une meilleure performance (Lechler, 2001 ; Schjoedt & Kraus, 2009 ; Vyakarnam & Handelberg, 2005). En effet, ce type d'entrepreneuriat présente de multiples avantages (Ex. un meilleur capital social) notamment pour accéder aux ressources et compétences nécessaires à la création d'entreprise (Barringer & Ireland, 2010 ; Reich, 1987 ; Vyakarnam & Handelberg, 2005). Selon les travaux de Schjoedt et Kraus (2009), le succès de l'entrepreneuriat collectif pourrait résulter du management spécifique de ces organisations. En effet, il s'agirait d'un management participatif qui permettrait de mieux gérer la complexité au sein de ces organisations en pleine croissance (Birley & Stockley, 2000). L'entrepreneuriat collectif présente également l'avantage d'avoir des expériences (et donc ressources) hétérogènes auprès des différents fondateurs. Cette

situation aboutirait à des entreprises plus viables que celles créées par des entrepreneurs en solo (Muñoz-Bullon *et al.*, 2015). Dans le contexte des entreprises innovantes, les travaux pionniers de Feeser et Villard (1989) ainsi que Doutriaux (1992) ont observé également une performance supérieure chez les entreprises créées par une équipe. Pour ces entreprises, l'innovation est la clef de voute pour la survie et le développement. Ainsi, créer à plusieurs, permettrait de mieux aborder le risque lié à l'innovation (Wu *et al.*, 2010) et avoir un meilleur accès aux ressources financières (Brinckmann *et al.*, 2011).

H4 : La probabilité d'introduire une innovation produit ou service est plus élevée quand l'entreprise est créée par une équipe comparée à un individu.

2.3. Les caractéristiques de l'environnement et l'innovation produit/service

Il est communément admis que les *pouvoirs publics* jouent un rôle primordial dans la politique d'innovation (Audretsch et Link, 2012 ; Bodas Freitas et von Tunzelmann, 2008). Ainsi, plusieurs pays ont mis en place diverses politiques d'incitation à l'entrepreneuriat et à l'innovation (Lundstrom & Stevenson, 2005). En effet, ces dispositifs sont intimement liées à la croissance économique (Audretsch, 2004 ; Audretsch et Link, 2012 ; Wong *et al.*, 2005). Dans la même veine, plusieurs travaux se sont focalisés sur l'effet de l'interventionnisme des pouvoirs publics en matière d'innovation. L'Etat jouerait un rôle de coordinateur entre les différentes parties prenantes (universités, entrepreneurs, centres de recherche, grandes entreprises, etc.).

Les entrepreneurs ont clairement besoin du soutien de l'Etat afin d'améliorer leur capacité d'innovation (Géraudel *et al.*, 2017). Les startups créées rencontrent souvent des difficultés en termes de financement (Lerner, 2002). Les créateurs d'entreprises peinent à trouver des crédits ou bien les payent très cher. La difficulté de financement pourrait résulter de l'asymétrie d'information qui existerait entre les entrepreneurs et les investisseurs (Lerner, 2002). L'Etat joue ainsi un rôle primordial en encourageant les entrepreneurs à lancer leur projet de création d'entreprise et à innover avec des aides financières sous différentes formes (Audretsch, 2004 ; Audretsch et Link, 2012 ; Bodas Freitas et von Tunzelmann, 2008). Le soutien des pouvoirs publics permettrait également aux entreprises de mieux gérer le risque lié à l'innovation (Wu *et al.*, 2010).

H5 : La probabilité d'introduire une innovation produit ou service est plus élevée quand l'entreprise a reçu une aide financière de l'état ou de la Région.

Par ailleurs, la **coopération** avec le monde extérieur est connue comme une variable favorisant l'innovation. La collaboration avec d'autres firmes, clients, fournisseurs, etc. impacterait le processus d'innovation (Crossan & Apaydin, 2010 ; Reichstein & Salter, 2006). Généralement, la coopération est synonyme de partage de connaissance et impliquerait une meilleure capacité d'innover des petites et moyennes entreprises (PME), pourvu que celle-ci aient les capacités d'absorption nécessaires (Plotnikova *et al.*, 2016). D'autant plus que pour ces entreprises, il s'agit là d'un excellent moyen d'accéder à de nouvelles ressources dans un contexte de rareté des ressources. D'autres recherches ont démontré l'effet positif de la proximité des universités et des pôles technologiques sur le processus d'innovation des entreprises. Ceci est dû au transfert de technologie (et de connaissance) résultant de cette proximité (Audretsch & Keilbach, 2008). Néanmoins beaucoup de PME ont peu de contact avec ces universités et pôles technologiques (Dyer & Singh, 1998) ce qui limiterait leur capacité d'innover (Kaufmann & Tödtling, 2002).

H6 : La probabilité d'introduire une innovation produit ou service est plus élevée quand l'entreprise a une relation formelle avec ses partenaires.

D'autre part, différentes études ont montré que la **concurrence** a une influence sur la tendance à introduire une innovation. La relation entre l'innovation et la concurrence a fait l'objet de nombreux travaux mais suscite toujours le débat. En effet, les premières études en organisation industrielle prédisent une relation négative alors que les travaux empiriques rapportent le contraire (Aghion *et al.*, 2005). Les premiers travaux suggèrent qu'un marché concurrentiel n'est pas propice à l'innovation. L'imitation par les concurrents est plus rapide sur les marchés plus concurrentiels limitant ainsi les gains de ceux qui innover, ce qui réduit en définitive la motivation à innover (Aghion & Howitt, 1996). Une forte concurrence pourrait décourager les innovations en raison du faible profit espéré par les entrepreneurs. A l'inverse, lorsque la concurrence est plus faible, les entrepreneurs sont plus motivés à innover pour tirer profit d'une position de quasi-monopole même de façon temporaire (Kim & Mauborgne, 2005). Néanmoins, une autre perspective considère qu'une forte concurrence favorise l'innovation. Dans un marché fortement concurrentiel, l'innovation permettrait de faire du profit et éviter une guerre de prix (Porter, 1980). De plus, la concurrence pourrait favoriser l'apprentissage des entrepreneurs qui devraient renouveler leurs compétences et en définitive être plus innovants. Une étude récente sur de jeunes entreprises rapporte qu'une forte concurrence se traduisant par une faible rentabilité du secteur tend à favoriser l'innovation (Darnihamedani *et al.*, 2016). Toutefois, si

les entrepreneurs perçoivent que la concurrence est plus forte que prévu, ils ont tendance à être moins motivé pour innover étant donné que les gains associés à l'innovation sont moindres (Darnihamedani *et al.*, 2016). D'autres auteurs suggèrent que la relation entre la concurrence et l'innovation prend la forme d'un U inversé (Aghion *et al.*, 2005 ; De Bondt & Vandekerckhove, 2012). Ainsi, l'intensité d'innovation est élevée à un niveau de concurrence faible et élevé. Il faut noter également que les travaux de recherche concernant le lien entre concurrence et innovation portent majoritairement sur les grandes entreprises (Darnihamedani *et al.*, 2016). En synthèse, au-delà de la complexité de la relation entre deux variables qui varie selon des facteurs de contingence, des débats sont toujours en cours sur la nature de la relation entre la concurrence et l'innovation. Ainsi, nous ne formulons pas d'hypothèse spécifique pour la relation entre la concurrence et l'innovation.

3. Méthodologie

3.1. Données

Les données utilisées concernent les nouvelles entreprises créées en France durant le premier semestre 2002. Les données ont été collectées par l'INSEE dans le cadre des enquêtes SINE (Système d'Information sur les Nouvelles Entreprises). L'enquête obligatoire est mise en place pour collecter les informations sur le profil des créateurs d'entreprise, leurs motivations et les facteurs contextuels.

Notre échantillon est composé de 3373 entreprises créées par un demandeur d'emploi de longue durée (plus de 2 ans) et bénéficiaires des minimas sociaux. Ces derniers ont été mis en place pour lutter contre la pauvreté et améliorer les conditions de vie des travailleurs pauvres, des ménages sans revenus ou avec de très faibles revenus ou encore les demandeurs d'emploi. Il s'agit d'allocation qui tient compte des revenus et des dépenses des ménages. Ainsi, les bénéficiaires de ces dispositifs sont en principe des individus en situation de précarité économique. Enfin, nous avons sélectionné les entreprises avec moins de 10 salariés dans la mesure où les entreprises qui disposent de plus de salariés ne représentent qu'une partie marginale.

3.2. Variables

Dans le questionnaire, les répondants sont interrogés sur l'introduction d'une innovation produit ou service ("Avez-vous introduit une innovation produit ou service sur le marché ?" Ex.

Geraudel et al. (2017). Ainsi, notre variable dépendante est une variable binaire qui prend la valeur 1 si l'entrepreneur a introduit une innovation produit/service et 0 sinon. Le Tableau 1 présente la description des variables.

Tableau 1. Description des variables

Variables	Description
<i>Variables individuelles</i>	
Diplôme	Variable nominale indiquant les différents niveaux de diplôme : Aucun, BEP/CAP, Baccalauréat, Bac +2 ; Bac+3 et plus
Expérience entrepreneuriale	Variable nominale indiquant les différents niveaux d'expérience : aucune ; une expérience ; deux expériences ; trois expériences ou plus.
Expérience dans le secteur d'activité	Variable binaire qui prend la valeur 1 si l'entreprise a été créée dans le même secteur d'activité que l'expérience professionnelle du créateur.
<i>Motivations</i>	
Economique	Variable binaire qui prend la valeur 1 si le répondant indique une motivation économique et 0 sinon.
Nécessité	Variable binaire qui prend la valeur 1 si le répondant indique que la création d'entreprise a été motivé par la nécessité et 0 sinon.
<i>Variables organisationnelle</i>	
Equipe ou individu	Variable binaire qui prend la valeur 1 si l'entreprise a été créée par une équipe et 0 sinon.
Partenariat	Variable binaire qui prend la valeur 1 si l'entrepreneur a un partenariat avec un fournisseur et 0 sinon.
Ressources financières	Variable nominale indiquant les différents niveaux d'investissement lors de la création : moins de 2,000 € ; entre 2,000 et 4,000€ ; entre 4,000 et 8,000 € ; entre 8,000 et 16,000 € ; entre 16,000 et 40,000 € ; 40,00 € et plus.
<i>Variables contextuelles</i>	
Aide financière (état ou région)	Variable binaire qui prend la valeur 1 si l'entrepreneur a reçu une aide financière de l'état ou de la région.
Concurrence	Variable binaire qui prend la valeur 1 si l'entrepreneur indique qu'il y a une forte concurrence dans le secteur où il/elle a créé son entreprise et 0 sinon.
<i>Variables de contrôle</i>	
Age	Variable nominale indiquant les tranches d'âge : entre 25 et 30 ans ; entre 30 et 35 ans ; entre 35 et 40 ans ; entre 40 et 45 ans ; entre 45 et 50 ans ; 50 ans et plus.
Sexe	Variable binaire qui prend la valeur 1 si c'est un homme et 0 sinon.
Secteurs d'activité	Variable nominale indiquant quatre secteurs d'activités : Autres services, Commerce et réparation, Industries, BTP.

3.3. Analyses

Pour étudier la relation entre l'innovation produit/service et les variables explicatives, nous avons utilisé une régression logistique dans la mesure où la variable dépendante est binaire. Le modèle de régression logistique est formulé de la manière suivante :

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \dots + \beta_kx_k \quad (1)$$

où p est la probabilité de $y=1$; x_j sont les variables indépendantes ($j=1, \dots, k$) et β_j sont les coefficients de régression.

Le modèle logit est estimé en utilisant la méthode du maximum de vraisemblance et mesure la probabilité de $Y=1$. La probabilité qu'un entrepreneur introduise une innovation produit/service est donnée par l'équation suivante :

$$P(\text{Innovation} = 1 | X = x) = \frac{\exp(\alpha + \beta X_i)}{1 + \exp(\alpha + \beta X_i)}$$

où Innovation = 1 si l'entrepreneur a introduit une innovation produit/service et 0 sinon ; X_i représente l'ensemble des variables explicatives et des variables de contrôle pour déterminer la probabilité d'introduire une innovation.

4. Résultats

4.1. Statistique descriptive

Le tableau 2 présente les statistiques descriptives des variables. La moyenne de la variable dépendante, qui représente la proportion d'entrepreneurs ayant introduit une innovation produit/service, est de 28,4%. En termes de niveau de scolarité, plus de la majorité des entrepreneurs (64,1%) n'ont pas le baccalauréat. 17% ont le baccalauréat et 18,9% ont un diplôme Bac+2 ou plus. Ensuite, plus de la moitié des entrepreneurs étudiés n'ont aucune expérience en création d'entreprise. 21,4 % et 9% des entrepreneurs ont respectivement une et deux expériences en création d'entreprise. Ceux qui ont trois plus d'expériences en création représente 3,8% de l'échantillon. 40% des entreprises ont été créées dans le même secteur où le créateur a eu ses dernières expériences professionnelles. Enfin, 36,7% rapporte une motivation économique et 19% une motivation par nécessité.

Concernant les variables organisationnelles, environ la moitié des entreprises a été créé par une équipe (48%). En termes de ressources financières, un quart (25.8%) des entreprises ont été lancées avec un montant se situant entre 4000 et 8000 € tandis que 22,1% l'ont été avec moins de 2000 € et seules 3,8% disposaient de plus de 40000 €.

Au niveau des variables contextuelles, 68,7% ont reçu une aide financière de l'état ou de la région et 35,3% rapporte qu'il y a une forte concurrence dans le secteur d'activité où l'entreprise a été créée. Enfin, 21,6 % ont un partenariat avec un ou plusieurs fournisseur(s).

La plupart des entreprises a été créée par un homme (73,1%). Chaque catégorie d'âge est représentée avec un pourcentage allant de 12,8% (25-30 ans) à 20,4% (35-40 ans). Enfin, le secteur d'activité qui observe le plus de création est celui du Commerce et réparation (37,6%) suivi par les autres services (30,2%), la construction (23,2%) et l'industrie (9%).

Avant d'analyser la relation entre l'innovation et les variables indépendantes, nous avons réalisé un test de multicolinéarité. La valeur des VIF est inférieure à 5 et la moyenne est de 1,47. Ces résultats suggèrent qu'il n'y a pas de problème de multicolinéarité.

Table 2. Statistique descriptive (n=3373)

Variable	Moyenne	Min	Max	Variable	Moyenne	Min	Max
Innovation Product/Service	0,284	0	1	<i>Ressources financières</i>			
<i>Diplômes</i>				< 2000 €	0,221	0	1
Aucun	0,199	0	1	2000-4000 €	0,181	0	1
BEP/CAP	0,442	0	1	4000-8000 €	0,258	0	1
Baccalauréat	0,170	0	1	8000-16000 €	0,196	0	1
Bac + 2	0,086	0	1	16000-40000 €	0,106	0	1
Bac + 3 et plus	0,103	0	1	> 40000 €	0,038	0	1
<i>Expérience entrepreneuriale</i>				Aide publique	0,687	0	1
Aucune	0,658	0	1	Forte concurrence	0,353	0	1
Une	0,214	0	1	<i>Age</i>			
Deux	0,091	0	1	25-30 ans	0,128	0	1
Trois ou plus	0,038	0	1	30-35 ans	0,173	0	1
Expérience secteur	0,399	0	1	35-40 ans	0,204	0	1
Motivation économique	0,367	0	1	40-45 ans	0,194	0	1
Entrepreneur de nécessité	0,190	0	1	45-50 ans	0,146	0	1
Equipe (vs une personne)	0,480	0	1	> 50 ans	0,155	0	1
Partenariat fournisseur	0,216	0	1	Sexe (Homme)	0,731	0	1
				<i>Secteurs</i>			
				Commerce et réparation	0,376	0	1
				Industries	0,090	0	1
				Construction	0,232	0	1
				Autres services	0,302	0	1

4.2. Résultats de la régression logistique

Nous avons estimé le modèle de régression logistique afin de déterminer la relation entre la probabilité d'introduire une innovation produit/service et les variables individuelles, organisationnelles et contextuelles.

4.2.1. Indice de validité du modèle

Le modèle est significatif au seuil de 1% (LR $\chi^2(28) = 551.02$, Prob > $\chi^2 = 0.000$). Les tests de Pearson-Windmeijer (Pearson's $X^2 = 3421$; Windmeijer's $H = 0.89$; Prob > $\chi^2(1) = 0.344$) et de Stukel ($\chi^2(2) = 2.62$; Prob > $\chi^2 = 0.270$) indique que le modèle est bien ajusté aux données. Ensuite, le test de spécification du lien a été effectué avec la commande *linktest* dans le logiciel Stata® (Stata Press, 2017). Le résultat du test indique que le carré des valeurs prédites n'est pas significatif ($z=1.42$; $p=0.155$). Ainsi, le modèle passe le test et suggère que les variables indépendantes ne présentent pas de problème en termes de spécification.

La matrice de classification indique que le pourcentage de classification correcte est de 76%. Ceci suggère une bonne capacité de classification du modèle (Hosmer & Lemeshow, 2000) et indique un bon ajustement du modèle aux données. Nous avons également mené les analyses des résidus, des valeurs aberrantes et des observations influentes (Long, 1997). L'analyse graphique des résidus a été associée aux seuils usuels. Le carré de la déviance et le delta-beta de Pregibon ont été utilisés pour tester la robustesse face aux valeurs aberrantes. Les valeurs au-dessus de 4 pour le carré de la déviance sont considérées comme aberrantes (Hilbe, 2009). Pour le delta-beta, qui est similaire à la distance de Cook dans la régression linéaire fournit des informations sur l'influence d'une observation sur les paramètres estimés. Les valeurs supérieures à 1 pourraient indiquer des observations influentes (Hosmer & Lemeshow, 2000). 81 observations ont une valeur du carré de la déviance supérieure à 4 et 40 une valeur supérieure à 1 pour delta-beta. 11 ont une valeur supérieure aux seuils pour les deux mesures. Nous avons vérifié s'il n'y a pas eu d'erreur de saisie des données et procédé à l'examen des 121 observations. Il n'y a pas eu d'erreur de saisie. Par conséquent, nous avons comparés les coefficients des modèles avec et sans les observations qui sont considérées comme des valeurs aberrantes selon les indicateurs retenus. Les tableaux qui présentent les comparaisons sont en annexe 1. Les résultats ne sont pas qualitativement différents. Pour cette raison, nous avons décidé de garder l'ensemble de l'échantillon.

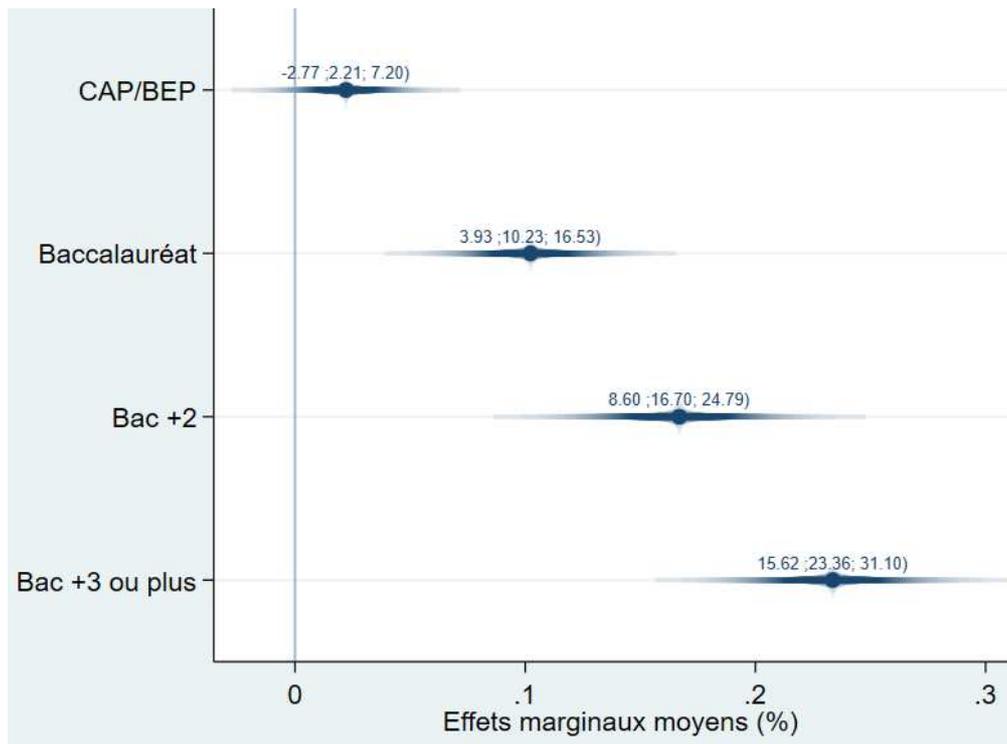
Nous poursuivons maintenant avec l'interprétation des paramètres en utilisant les effets marginaux. Pour les variables nominales, l'effet marginal moyen représente le changement de

la probabilité en pourcentage par rapport à la catégorie de référence. Nous présentons également une comparaison par paire des modalités d'une variable nominale pour identifier les différences significatives entre les modalités. Pour les variables binaires, l'effet marginal moyen représente le changement de la probabilité de $Y=1$ en pourcentage quand la variable change de 0 à 1 (Baum, 2006). Le résultat de la régression logistique, les paramètres estimés, l'erreur standard et l'effet marginal moyen sont présentés en annexe 2.

4.2.2. Variables individuelles

Nos résultats montrent que le niveau de scolarité, mesuré par la variable diplôme, est associé à une plus grande probabilité d'introduire une innovation produit/service (Fig. 1). La comparaison par paire des valeurs prédites révèle trois groupes qui diffèrent de manière significative selon le diplôme (Table 3). Les plus innovants sont ceux qui ont fait des études supérieures suivis par ceux qui ont le baccalauréat.

Figure 1. Effets marginaux moyens pour la variable diplôme



Note : Catégorie de référence = Sans diplôme

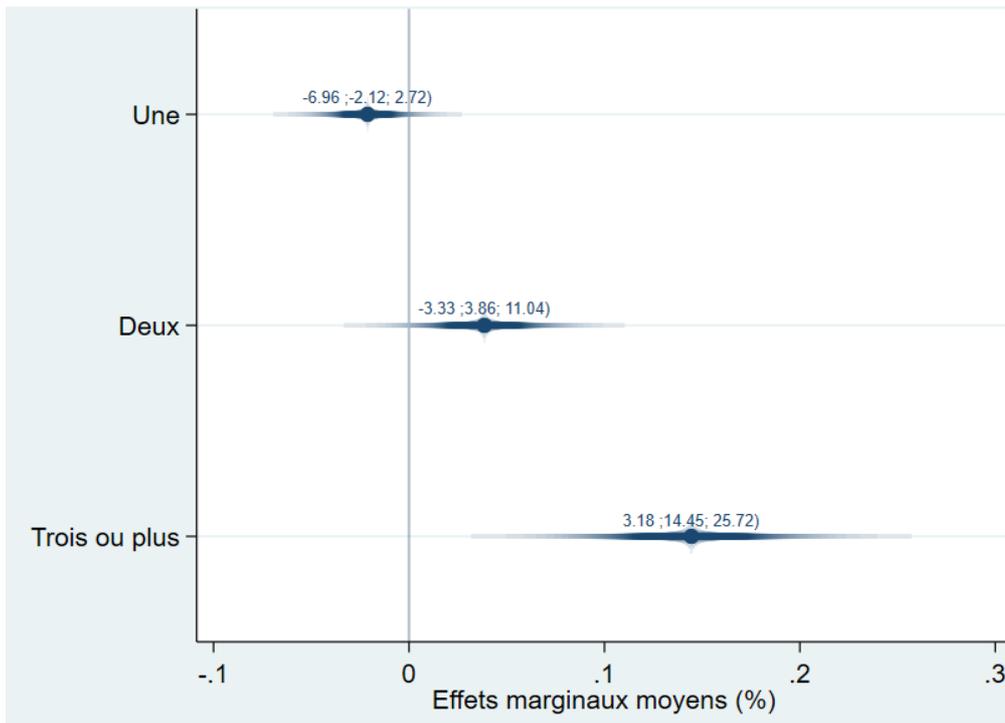
Tableau 3. Comparaison par paire des valeurs prédites pour la variable diplôme

Diplômes	Valeur prédite	Std.Err.	Groupes
Aucun	0,216	0,0161	A
BEP/CAP	0,238	0,0111	A
Baccalauréat	0,318	0,0181	
Bac + 2	0,382	0,0268	B
Bac + 3 ou plus	0,449	0,0249	B

Note : les valeurs prédites qui partagent la même lettre dans la colonne groupes ne sont pas significativement différents au seuil de 5%.

Ensuite, la comparaison par paire des valeurs prédites pour la variable expérience entrepreneuriale montre que les individus qui ont plus de deux expériences de création d'entreprise ont plus grande probabilité d'introduire une innovation produit/service. En outre, l'expérience dans le secteur d'activité, mesurée par la création d'entreprise dans le même secteur que celui où le créateur dispose d'une expérience professionnelle n'a pas de relation significative avec la probabilité d'introduire une innovation produit/service.

Figure 2. Effets marginaux moyens pour la variable expérience entrepreneuriale



Note : Catégorie de référence= Aucune expérience entrepreneuriale

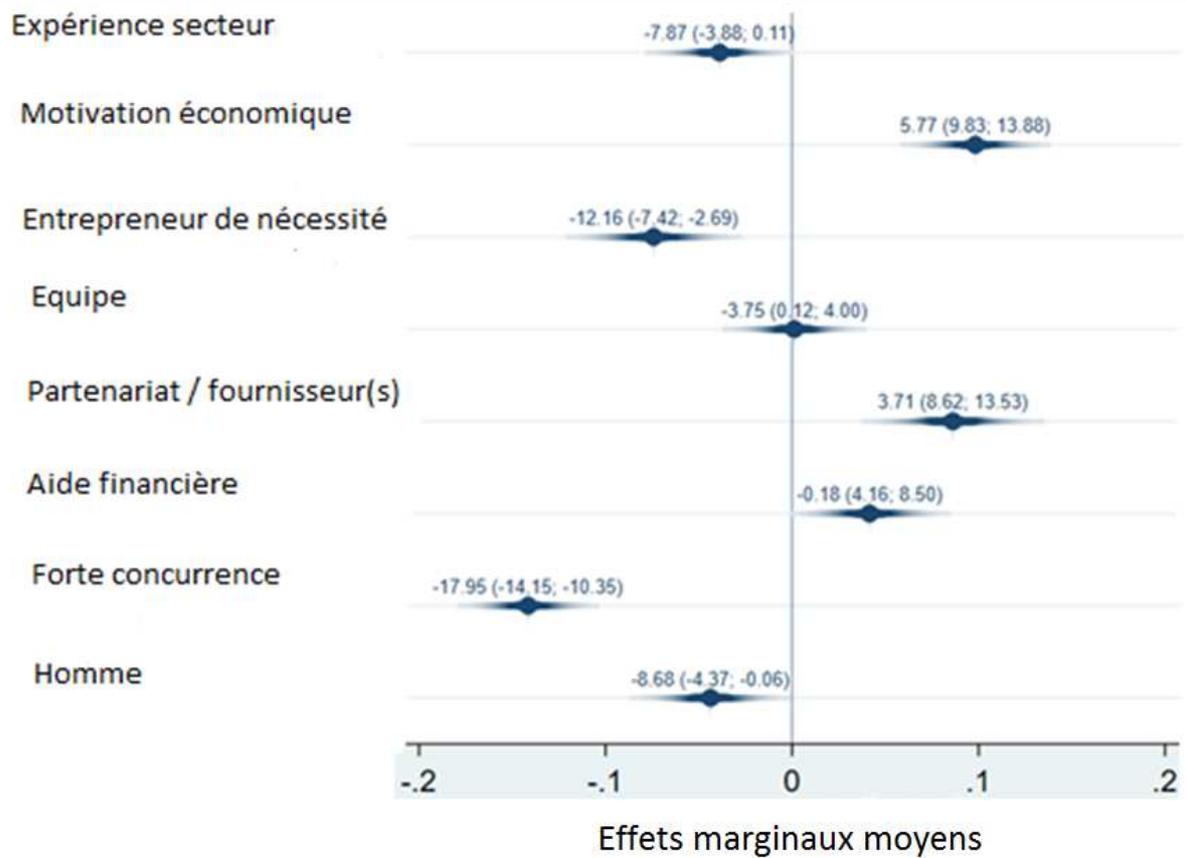
Table 4. Comparaison par paire des valeurs prédites pour la variable expérience entrepreneuriale

Expériences entrepreneuriale	Valeurs prédites	Std.Err.	Groupes
Aucune	0,28	0,009	AB
Une	0,26	0,016	A
Deux	0,32	0,026	B
3 ou plus	0,42	0,042	

Note : les valeurs prédites qui partagent la même lettre dans la colonne groupes ne sont pas significativement différents au seuil de 5%.

Concernant les motivations, les résultats montrent que la probabilité d'introduire une innovation produit/service est 9,83% plus élevées quand la création d'entreprise est associée à une motivation économique alors qu'elle est plus faible de 7,42% pour les entrepreneurs de nécessité. La figure 3 illustre les changements en pourcentage de la probabilité d'introduire une innovation en fonction des motivations. La probabilité d'introduire une innovation est plus élevée quand il y a une motivation économique et quand il ne s'agit pas d'entrepreneur de nécessité.

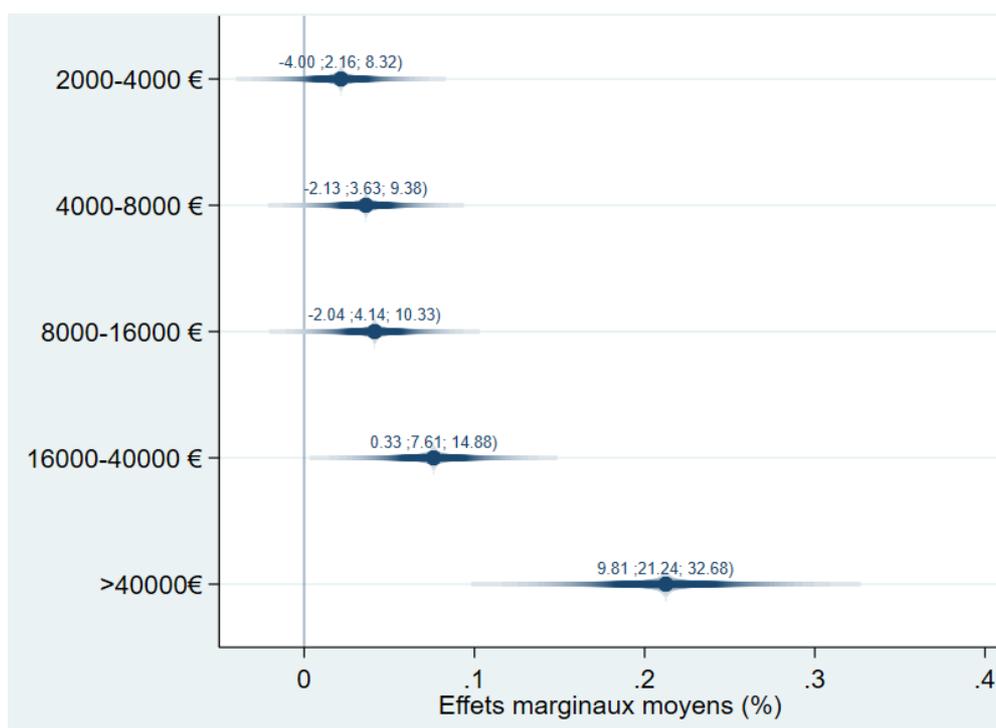
Figure 3. Effets marginaux moyens pour les variables binaires



Variables organisationnelles

Pour les variables organisationnelles, les résultats montrent qu'il n'y a pas de différence significative au niveau de la probabilité d'introduire une innovation produit/service entre une entreprise créée par une équipe et par un individu. Ensuite, la probabilité d'introduire une innovation produit/service est de 8,62% plus élevée quand l'entreprise a un partenariat avec un ou plusieurs fournisseurs. Enfin, la probabilité d'introduire une innovation est plus élevée quand le montant investi lors de la création est supérieur à 40 000 € (Figure 4). La comparaison par paire montre que la différence est significative entre les projets lancés avec moins de 2000 € et ceux lancés avec un montant situé entre 16000 et 40000 € (Tableau 5).

Figure 4. Valeurs prédites pour la variable ressources financières (fonds investis)



Note : Catégorie de référence = Moins de 2000 €

Tableau 5. Comparaison par paire des valeurs prédites pour la variable ressources financières (Fonds investis)

Ressources financières	Valeurs prédites	Std.Err.	Groupes
< 2000 €	0,244	0,017	A
2000-4000 €	0,265	0,017	AB
4000-8000 €	0,280	0,014	AB
8000-16000 €	0,285	0,016	AB
16000-40000 €	0,320	0,022	B
> 40000 €	0,456	0,041	

Note : les valeurs prédites qui partagent la même lettre dans la colonne groupes ne sont pas significativement différents au seuil de 5%.

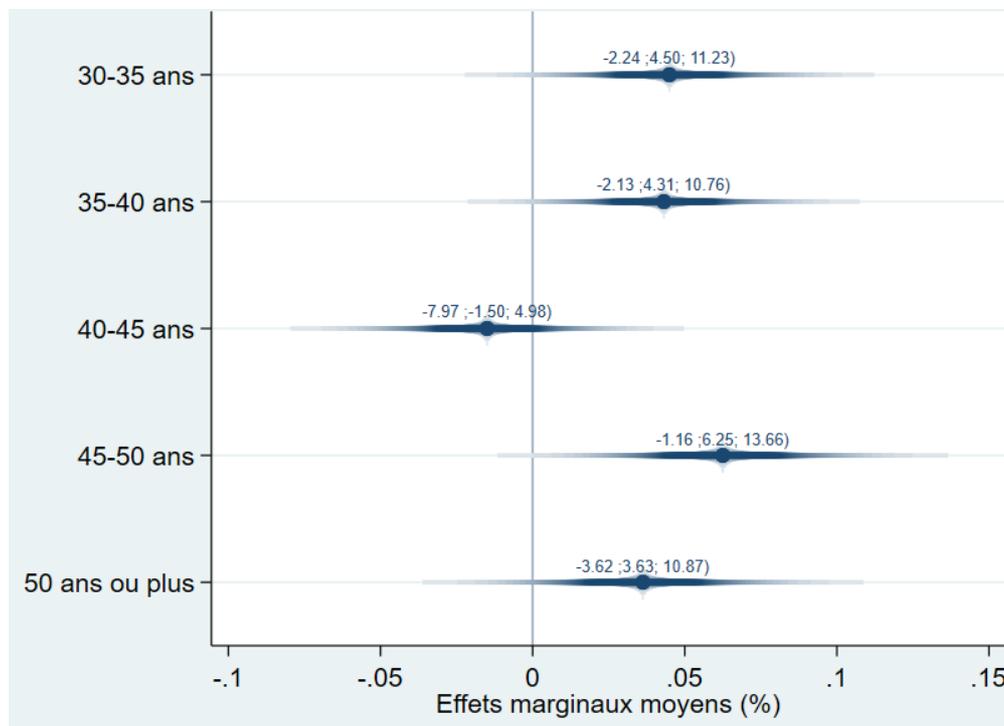
Variables contextuelles

Pour les variables contextuelles, nos résultats montrent que la probabilité d'introduire une innovation est de 4,16% plus élevée quand l'entreprise a reçu une aide financière de l'état ou de la région et 14,15% plus faible quand il y a une forte concurrence dans le secteur.

Variables de contrôle

La relation entre l'âge et la probabilité d'introduire une innovation produit/service est non linéaire (Figure 5). La probabilité est plus élevée parmi les individus qui ont entre 30 et 40 ans et ceux qui ont entre 45 et 50 ans.

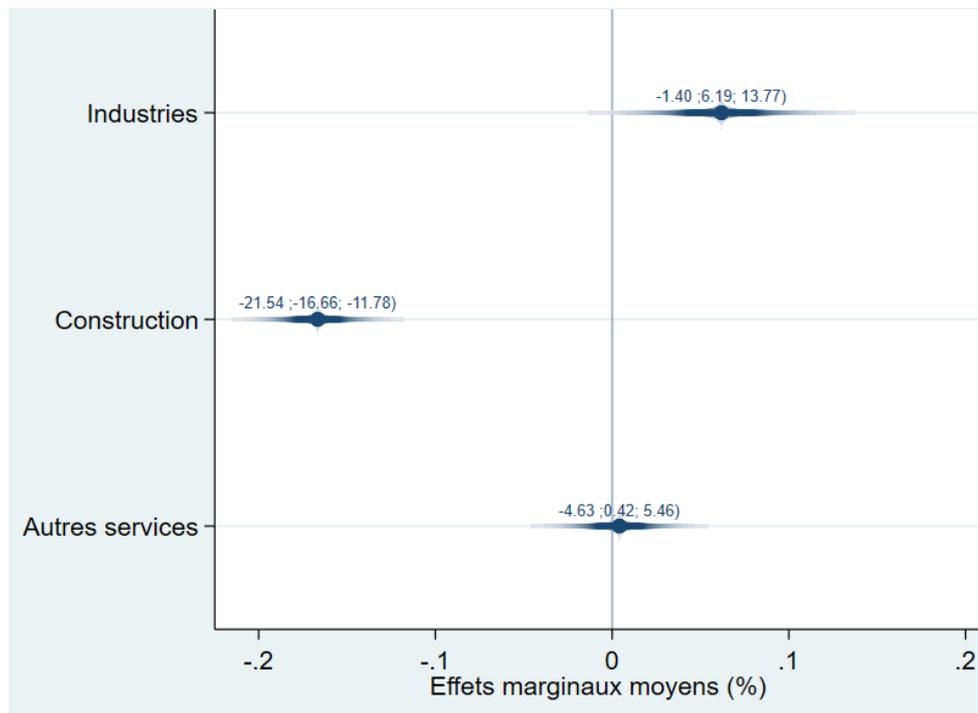
Figure 5. Valeurs prédites pour la variable âge



Note : catégorie de référence=Moins de 30 ans

Concernant la variable sexe, la probabilité d'introduire une innovation est de 4,37% plus faible pour les hommes comparés aux femmes (Fig. 3). Enfin, la probabilité d'introduire une innovation est plus faible dans le secteur du BTP (Figure 6).

Figure 6. Valeurs prédites pour la variable secteur d'activité



5. Discussion, limites et voies de recherche

Des études récentes montrent l'intérêt de prendre en compte le contexte dans les recherches en entrepreneuriat (Welter *et al.*, 2017). Cette étude a pour objectif d'améliorer la compréhension de l'innovation produit ou service dans un contexte de pauvreté. Pour ce faire, nous avons étudié un échantillon de 3373 entrepreneurs en situation de précarité. Nous avons adopté une approche multi-niveau (individu, organisation, contexte).

En synthèse, nos résultats manifestent des convergences avec la littérature classique (rôle du capital humain, financier et relationnel). La probabilité d'introduire une innovation produit/service est plus élevée parmi les entrepreneurs précaires quand ils/elles ont fait des études supérieures. Ceci est en accord avec les travaux de Romero et Martinez-Roman (2012) et Plotnikova *et al.* (2016) qui suggèrent qu'un niveau de scolarité plus élevé a une influence positive sur l'innovation et la formation d'un stock de connaissance pour l'entreprise (Piening & Salge, 2015). Nos résultats suggèrent que les entrepreneurs précaires ont plus tendance à innover quand ils/elles ont une expérience entrepreneuriale. Ce résultat corrobore l'importance de l'expérience entrepreneuriale dans l'identification des opportunités (Gruber *et al.*, 2012; Shane, 2003) et dans la formation du capital social (Mosey & Wright, 2007). Ces résultats sont en accord avec Baron et Ensley (2006) ainsi que Gimeno et Folta (1997). L'expérience

entrepreneurial améliore les compétences entrepreneuriales et la formation de nouvelle connaissance (Koellinger, 2008) qui contribue à la capacité à innover (Marvel & Lumpkin, 2007 ; Pyysiäinen *et al.*, 2006). Cette étude montre également de manière empirique que l'innovation est moins probable auprès des entrepreneurs de nécessité. Ceci pourrait résulter du fait qu'ils/elles sont moins préparés pour l'expérience entrepreneuriale comme le souligne Block and Wagner (2010). Ce résultat est en accord avec la littérature qui suggère que les entrepreneurs de nécessité ont des ressources limitées et une plus faible capacité à innover (Baptista *et al.*, 2014 ; Block et Sandner, 2009). D'un point de vue organisationnel, la taille du projet, mesurée par le montant des fonds investis, joue un rôle important sur l'innovation. Les entrepreneurs précaires qui ont réussi à introduire une innovation sont ceux qui ont réussi à réunir des fonds importants. Ce résultat est en accord avec les travaux qui rapportent un lien positif entre les capacités financières et l'innovation produit/service (Camisón-Zornoza *et al.*, 2004 ; Gassmann & Zedtwitz, 2003). De plus, l'innovation produit/service est moins probable quand l'entrepreneur précaire est dans un secteur fortement concurrentiel. Ce résultat confirme les travaux qui rapportent que les entrepreneurs sont moins motivés à innover dans les secteurs concurrentiels (Aghion & Howitt, 1996 ; Darnihamedani *et al.*, 2016 ; Kim & Mauborgne, 2005). Par ailleurs, nos résultats montrent que les entrepreneurs précaires qui ont un partenariat avec un ou plusieurs fournisseurs sont plus innovants. Ce résultat soutient l'importance de la coopération entre les créateurs d'entreprise et les parties prenantes pour stimuler l'innovation (Crossan & Apaydin, 2010 ; Flammer & Kacperczyk, 2015 ; Reichstein & Salter, 2006). La coopération avec les fournisseurs ou autres parties prenantes conduit généralement au partage de connaissance. Dans certains cas, la coopération suppose également un transfert de technologie. Les résultats montrent également l'importance des aides financières pour l'innovation. Ceci est en accord avec la littérature qui suggère que les entrepreneurs ont besoin du soutien des pouvoirs publics pour améliorer leur capacité à innover (Géraudel *et al.*, 2017). Compte tenu du contexte des entrepreneurs précaires, l'aide des pouvoirs publics est encore plus importante pour la survie de leurs entreprises mais aussi pour leur capacité à innover.

Au-delà de la confirmation du rôle de ces facteurs sur l'innovation dans un contexte de pauvreté, nos résultats montrent également des divergences avec les travaux antérieurs. Les entrepreneures en situation de pauvreté ont une plus grande probabilité d'innover comparées aux entrepreneurs et les entrepreneurs en situation de pauvreté qui ont une motivation économique sont plus innovants. Ceci n'est pas en accord avec les travaux qui rapportent que les entrepreneurs qui ont une motivation économique ont moins tendance à innover (Guzmán

& Santos, 2001) (Romero & Martínez-Román, 2012). En définitive, nos résultats nous permettent d'apporter des contributions à la fois théoriques et managériales.

En analysant l'innovation produit ou service dans un contexte de pauvreté, cette étude contribue à la diversité des travaux de recherche en entrepreneuriat (Welter *et al.*, 2017 ; Welter et Gartner, 2016). Ensuite, la modélisation de l'innovation dans un contexte de rareté de ressources dans un pays développé est rarement adoptée. Elle nous a permis de mettre en avant qu'il y a des entrepreneurs pauvres qui sont capables d'innover. Nous contribuons ainsi au débat sur la pertinence des aides à la création d'entreprise pour les entrepreneurs en situation de précarité (Shane, 2009, 2008 ; Fayolle & Nakara, 2012). Contrairement aux croyances habituelles, nos résultats tendent à suggérer que parmi les créateurs d'entreprises en situation de précarité, il y a des individus qui disposent de réel potentiel d'innovation et contribuent à la diversité de profil des entrepreneurs innovants (Welter *et al.*, 2017). Les entrepreneurs pauvres qui pourraient être à la marge de la société ou considérés comme assistés sont perçus par certains comme incapables de mener à bien un projet entrepreneurial.

D'un point de vue managérial, cette étude montre que l'entrepreneuriat a un rôle à jouer dans la réduction ou la sortie de la pauvreté. Dans la mesure où certains entrepreneurs en situation de pauvreté disposent d'un réel potentiel d'innovation, il est important d'identifier ces individus afin de leur apporter un accompagnement adapté (Nakara & Fayolle, 2012). Les structures qui accompagnent les demandeurs d'emploi et qui disposent des données appropriées pourraient, à titre d'exemple, se baser sur la modélisation adoptée dans cette étude. Il s'agirait d'identifier les individus qui ont une probabilité élevée pour introduire une innovation. En effet, au-delà de la relation positive ou négative d'une variable avec la probabilité d'innovation, la combinaison des différents facteurs conduit à une valeur de probabilité que l'on peut assimiler au score assigné au client potentiel dans le cadre des scoring utilisés fréquemment dans le ciblage des clients en marketing. De plus, cette étude suggère que les dispositifs destinés à favoriser l'innovation et le développement économique ne devraient pas limiter le soutien financier et non financier aux seules jeunes entreprises innovantes. Dans ce sens, les pouvoirs publics devraient poursuivre l'accompagnement destinés à ces individus en difficulté pour contribuer à leur insertion dans la société.

Cependant, ces résultats sur le potentiel d'innovation des entrepreneurs pauvres comportent des limites. Ils méritent d'être testés sur d'autres types d'innovation, dans d'autres pays développés et avec des données issues de différentes périodes pour tenir compte de la différence entre les séries d'enquête SINE et dans le temps.

Par conséquent, ces limites impliquent des voies de recherche futures. A ce titre, il serait intéressant de répliquer l'étude dans d'autres pays développés, compléter cette étude quantitative par des études de cas pour mieux comprendre le processus d'innovation, définir des dispositifs d'accompagnement ou de co-accompagnement adaptés à ce type d'entrepreneur ou encore réaliser une étude comparative entre les entrepreneurs pauvres et les entrepreneurs classiques.

Bibliographie

- Aghion P., Bloom N., Blundell R., Griffith R., Howitt P. (2005). « Competition and Innovation: an Inverted-U Relationship. », *The Quarterly Journal of Economics*, 120, n°2, p. 701-728.
- Aghion P., Howitt P. (1996). « Research and development in the growth process. », *Journal of Economic Growth*, 1, n°1, p. 49-73.
- Aldrich H., Martinez-Firestone M. A. (2015). « Why Aren't Entrepreneurs More Creative? », *The Oxford Handbook of Creativity, Innovation, and Entrepreneurship*.
- Alvarez S. A., Barney J. B. (2014). « Entrepreneurial Opportunities and Poverty Alleviation. », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38, n°1, p. 159-184.
- Audretsch D. (2004). « Sustaining Innovation and Growth: Public Policy Support for Entrepreneurship. », *Industry and Innovation*, 11, n°3, p. 167-191.
- Audretsch D. B., Keilbach M. (2008). « Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth. », *Research Policy*, 37, n°10, p. 1697-1705.
- Audretsch D. B., Link A. N. (2012). « Entrepreneurship and innovation: public policy frameworks. », *The Journal of Technology Transfer*, 37, n°1, p. 1-17.
- Baker T., Nelson R. E. (2016). « Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage. », *Administrative Science Quarterly*.
- Baptista R., Karaöz M., Mendonça J. (2014). « The impact of human capital on the early success of necessity versus opportunity-based entrepreneurs. », *Small Business Economics*, 42, n°4, p. 831-847.
- Baron R. A., Ensley M. D. (2006). « Opportunity Recognition as the Detection of Meaningful Patterns: Evidence from Comparisons of Novice and Experienced Entrepreneurs. », *Management Science*, 52, n°9, p. 1331-1344.
- Barringer B. R., Ireland R. D. (2010). « *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures* », Pearson.
- Baum C. F. (2006). « *An Introduction to Modern Econometrics Using Stata* », Stata Press, College Station, Tex, 341 p.
- Birley S., Stockley S. (2000). « Stockley S. (2000), Entrepreneurial Teams and Venture Growth. » In : *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*, D. L. Sexton, H. Landstrom (Eds.)Wiley-Blackwell, , p. 287-307.

- Block J. H., Wagner M. (2010). « *Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials* (SSRN Scholarly Paper n° ID 1604117) », SSRN Scholarly Paper, Social Science Research Network, Rochester, NY.
- Block J., Sandner P. (2009). « Necessity and Opportunity Entrepreneurs and Their Duration in Self-employment: Evidence from German Micro Data. », *Journal of Industry, Competition and Trade*, 9, n°2, p. 117-137.
- Bodas Freitas I. M., von Tunzelmann N. (2008). « Mapping public support for innovation: A comparison of policy alignment in the UK and France. », *Research Policy*, 37, n°9, p. 1446-1464.
- Bolton B., Thompson J. (2000). « *Entrepreneurs: Talent, Temperament, Technique* », Butterworth-Heinemann, 392 p.
- Brinckmann J., Salomo S., Gemuenden H. G. (2011). « Financial Management Competence of Founding Teams and Growth of New Technology-Based Firms. », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, n°2, p. 217-243.
- Bruton G. D., Ketchen D. J., Ireland R. D. (2013). « Entrepreneurship as a solution to poverty. », *Journal of Business Venturing*, 28, n°6, p. 683-689.
- Caliendo M., Hogenacker J., Künn S., Wießner F. (2015). « Subsidized start-ups out of unemployment: a comparison to regular business start-ups. », *Small Business Economics*, 45, n°1, p. 165-190.
- Caliendo M., Kritikos A. S. (2010). « Start-ups by the unemployed: characteristics, survival and direct employment effects. », *Small Business Economics*, 35, n°1, p. 71-92.
- Camisón-Zornoza C., Lapedra-Alcamí R., Segarra-Ciprés M., Boronat-Navarro M. (2004). « A Meta-analysis of Innovation and Organizational Size. », *Organization Studies*, 25, n°3, p. 331-361.
- Cassar G. (2014). « Industry and startup experience on entrepreneur forecast performance in new firms. », *Journal of Business Venturing*, 29, n°1, p. 137-151.
- Crossan M. M., Apaydin M. (2010). « A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. », *Journal of Management Studies*, 47, n°6, p. 1154-1191.
- Cunha M. P. e, Rego A., Oliveira P., Rosado P., Habib N. (2014). « Product Innovation in Resource-Poor Environments: Three Research Streams: Product Innovation in Resource-Poor Environments. », *Journal of Product Innovation Management*, 31, n°2, p. 202-210.
- Damanpour F. (1991). « Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. », *The Academy of Management Journal*, 34, n°3, p. 555-590.
- Darnihamedani P., Hessels J., Van Stel A., Burke A. (2016). « Competition, Perceived Competition and Innovative Start-ups (Chapter 4). » In : *Individual Characteristics, Contextual Factors and Entrepreneurial Behavior*.
- De Bondt R., Vandekerckhove J. (2012). « Reflections on the Relation Between Competition and Innovation. », *Journal of Industry, Competition and Trade*, 12, n°1, p. 7-19.
- Doutriaux J. (1992). « Emerging high-tech firms: How durable are their comparative start-up advantages?. », *Journal of Business Venturing*, 7, n°4, p. 303-322.
- Dufays F., Huybrechts B. (2016). « Where do hybrids come from? Entrepreneurial team heterogeneity as an avenue for the emergence of hybrid organizations. », *International Small Business Journal*, 34, n°6, p. 777-796.

- Dyer J. H., Singh H. (1998). « The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage. », *The Academy of Management Review*, 23, n°4, p. 660-679.
- Fayolle, A., & Nakara, W. A. (2012). Création par nécessité et précarité : la face cachée de l'entrepreneuriat. *Economies et sociétés*, 46(9), 1729-1764.
- Feeser H. R., Willard G. E. (1989). « Incubators and performance: A comparison of high- and low-growth high-tech firms. », *Journal of Business Venturing*, 4, n°6, p. 429-442.
- Flammer C., Kacperczyk A. (2015). « The Impact of Stakeholder Orientation on Innovation: Evidence from a Natural Experiment. », *Management Science*, 62, n°7, p. 1982-2001.
- Forbes D. P., Borchert P. S., Zellmer-Bruhn M. E., Sapienza H. J. (2006). « Entrepreneurial Team Formation: An Exploration of New Member Addition. », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, n°2, p. 225-248.
- Francis D. H., Sandberg W. R. (2000). « Friendship within Entrepreneurial Teams and its Association with Team and Venture Performance. », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, n°2, p. 5-26.
- Freel M. S. (2005). « Patterns of innovation and skills in small firms. », *Technovation*, 25, n°2, p. 123-134.
- Galende J., de la Fuente J. M. (2003). « Internal factors determining a firm's innovative behaviour. », *Research Policy*, 32, n°5, p. 715-736.
- Gassmann O., Zedtwitz M. von. (2003). « Trends and determinants of managing virtual R&D teams. », *R&D Management*, 33, n°3, p. 243-262.
- George G., McGahan A. M., Prabhu J. (2012). « Innovation for Inclusive Growth: Towards a Theoretical Framework and a Research Agenda. », *Journal of Management Studies*, 49, n°4, p. 661-683.
- Géraudel M., Gast J., Gundolf K. (2017). « New product and service launching in new ventures: a multilevel approach to innovation antecedents. », *Economics of Innovation and New Technology*, 26, n°4, p. 353-367.
- Gimeno J., Folta T. B., Cooper A. C., Woo C. Y. (1997). « Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms. », *Administrative Science Quarterly*, 42, n°4, p. 750-783.
- Gruber M., MacMillan I. C., Thompson J. D. (2012). « From Minds to Markets: How Human Capital Endowments Shape Market Opportunity Identification of Technology Start-Ups. », *Journal of Management*, 38, n°5, p. 1421-1449.
- Guzmán J., Santos F. J. (2001). « The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville. », *Entrepreneurship & Regional Development*, 13, n°3, p. 211-228.
- Hessels J., van Gelderen M., Thurik R. (2008). « Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. », *Small Business Economics*, 31, n°3, p. 323-339.
- Hilbe J. M. (2009). « *Logistic Regression Models* », CRC Press, 658 p.
- Hosmer D. W., Lemeshow S. (2000). « *Applied Logistic Regression* », Wiley-Interscience Publication, New York, 392 p.

- Jaouen, A., & Nakara, W. (2014). Les systèmes d'information en microfirme: une approche par le bricolage organisationnel. *Revue internationale PME*, 27(3-4), 225-260.
- Katila R., Shane S. (2005). « When Does Lack of Resources Make New Firms Innovative?. », *Academy of Management Journal*, 48, n°5, p. 814-829.
- Kaufmann A., Tödting F. (2002). « How effective is innovation support for SMEs? An analysis of the region of Upper Austria. », *Technovation*, 22, n°3, p. 147-159.
- Keizer J. A., Dijkstra L., Halman J. I. M. (2002). « Explaining innovative efforts of SMEs. An exploratory survey among SMEs in the mechanical and electrical engineering sector in The Netherlands. », *Technovation*, 22, n°1, p. 1-13.
- Kim W. C., Mauborgne R. (2005). « *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant* », Harvard Business School Press, 184 p.
- Koellinger P. (2008). « Why are some entrepreneurs more innovative than others?. », *Small Business Economics*, 31, n°1, p. 21.
- Kolvereid L. (1996). « Organizational Employment versus Self-Employment: Reasons for Career Choice Intentions. », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20, n°3, p. 23-31.
- Lechler T. (2001). « Social Interaction: A Determinant of Entrepreneurial Team Venture Success. », *Small Business Economics*, 16, n°4, p. 263-278.
- Lerner J. (2002). « When Bureaucrats Meet Entrepreneurs: The Design of Effective 'public Venture Capital' Programmes. », *The Economic Journal*, 112, n°477, p. F73-F84.
- Long J. S. (1997). « *Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables* », SAGE Publications, Inc, Thousand Oaks, 328 p.
- Lundstrom A., Stevenson L. A. (2005). « *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice* », Springer US.
- Marvel M. R., Lumpkin G. T. (2007). « Technology Entrepreneurs' Human Capital and Its Effects on Innovation Radicalness. », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, n°6, p. 807-828.
- Mosey S., Wright M. (2007). « From Human Capital to Social Capital: A Longitudinal Study of Technology-Based Academic Entrepreneurs. », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, n°6, p. 909-935.
- Muñoz-Bullon F., Sanchez-Bueno M. J., Vos-Saz A. (2015). « Startup team contributions and new firm creation: the role of founding team experience. », *Entrepreneurship & Regional Development*, 27, n°1-2, p. 80-105.
- Nakara, W. A., & Fayolle, A. (2012). Les «bad» pratiques d'accompagnement à la création d'entreprise. *Revue française de gestion*, (9), 231-251.
- Piening E. P., Salge T. O. (2015). « Understanding the Antecedents, Contingencies, and Performance Implications of Process Innovation: A Dynamic Capabilities Perspective. », *Journal of Product Innovation Management*, 32, n°1, p. 80-97.
- Plotnikova M., Romero I., Martínez-Román J. A. (2016). « Process innovation in small businesses: the self-employed as entrepreneurs. », *Small Business Economics*, 47, n°4, p. 939-954.
- Porter M. E. (1980). « *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. »

- Pyysiäinen J., Vesala K., McElwee G., Anderson A. (2006). « Developing the entrepreneurial skills of farmers: some myths explored. », *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12, n°1, p. 21-39.
- Reich R. B. (1987, mai 1). « Entrepreneurship Reconsidered: The Team as Hero. », *Harvard Business Review*, n°May 1987, .
- Reichstein T., Salter A. (2006). « Investigating the sources of process innovation among UK manufacturing firms. », *Industrial and Corporate Change*, 15, n°4, p. 653-682.
- Robinson P. B., Sexton E. A. (1994). « The effect of education and experience on self-employment success. », *Journal of Business Venturing*, 9, n°2, p. 141-156.
- Romero I., Martínez-Román J. A. (2012). « Self-employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behavior in small businesses. », *Research Policy*, 41, n°1, p. 178-189.
- Schjoedt L., Kraus S. (2009). « Entrepreneurial teams: definition and performance factors. », *Management Research News*, 32, n°6, p. 513-524.
- Senyard J., Baker T., Steffens P., Davidsson P. (2014). « Bricolage as a Path to Innovativeness for Resource-Constrained New Firms: Bricolage as a Path to Innovativeness. », *Journal of Product Innovation Management*, 31, n°2, p. 211-230.
- Shane S. (2009). « Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. », *Small Business Economics*, 33, n°2, p. 141-149.
- Shane S. A. (2003). « *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus* », Edward Elgar Publishing, 356 p.
- Shane S. A. (2008). « *The Illusions of Entrepreneurship: The Costly Myths That Entrepreneurs, Investors, and Policy Makers Live By* », Yale University Press, 221 p.
- Shantz A. S., Kistruck G., Zietsma C. (2018). « The opportunity not taken: The occupational identity of entrepreneurs in contexts of poverty. », *Journal of Business Venturing*, 33, n°4, p. 416-437.
- Stata Press. (2017). « *Stata User's Guide, Release 15* », Stata Press.
- Stinchcombe A. L. (1965). « Social Structure and Organizations. » In : *Handbook of Organizations*, March J. G., Rand McNally, Chicago, p. 142-193.
- Sutter C., Bruton G. D., Chen J. (2019). « Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions. », *Journal of Business Venturing*, 34, n°1, p. 197-214.
- Ucbasaran D., Westhead P., Wright M. (2011, avril 1). « Why Serial Entrepreneurs Don't Learn from Failure. », *Harvard Business Review*, n°April 2011, .
- van Stel A., Storey D. J., Thurik A. R. (2007). « The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship. », *Small Business Economics*, 28, n°2, p. 171-186.
- Vyakarnam S., Handelberg J. (2005). « Four Themes of the Impact of Management Teams on Organizational Performance: Implications for Future Research of Entrepreneurial Teams. », *International Small Business Journal*, 23, n°3, p. 236-256.
- Watson W. E., Ponthieu L. D., Critelli J. W. (1995). « Team interpersonal process effectiveness in venture partnerships and its connection to perceived success. », *Journal of Business Venturing*, 10, n°5, p. 393-411.

- Welter F., Baker T., Audretsch D. B., Gartner W. B. (2017). « Everyday Entrepreneurship-A Call for Entrepreneurship Research to Embrace Entrepreneurial Diversity. », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41, n°3, p. 311-321.
- Welter F., Gartner W. B. (2016). « *A Research Agenda for Entrepreneurship and Context* », Edward Elgar Publishing, 185 p.
- Wilson F., Marlino D., Kickul J. (2004). « *Our Entrepreneurial Future: Examining the Diverse Attitudes and Motivations of Teens Across Gender and Ethnic Identity* ».
- Wong P. K., Ho Y. P., Autio E. (2005). « Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data. », *Small Business Economics*, 24, n°3, p. 335-350.
- Wright M., Vanaelst I. (2009). « Introduction. » In : *Entrepreneurial teams and new business creation*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Wu D. D., Kefan X., Hua L., Shi Z., Olson D. L. (2010). « Modeling technological innovation risks of an entrepreneurial team using system dynamics: An agent-based perspective. », *Technological Forecasting and Social Change*, 77, n°6, p. 857-869.